

# ÖSTERREICHISCHE POST

Nachhaltigkeitsbericht 2018



#UnserePost



# Leseführung

Unsere Piktogramme sollen die Lektüre erleichtern und das Verständnis fördern. Der Leser kann Inhalte rasch einem Themenfeld zuordnen und über Verweise in andere Berichtsstellen gelangen.



Wirtschaft



Umwelt



Mitarbeiter



Gesellschaft



GRI-Index



Sustainable Development Goals



Finanzbericht



Nachhaltigkeitsbericht



Internet

## SCHREIBWEISE VON GESCHLECHTERN

Gleichbehandlung ist für die Österreichische Post sehr wichtig. Wie wir dazu stehen und welche Maßnahmen wir setzen, zeigt der vorliegende Bericht. Ausschließlich aus Gründen der besseren Lesbarkeit verzichtet die Post auf eine geschlechterspezifische Differenzierung, wie z. B. „Zustellerinnen und Zusteller“. Wir bemühen uns um eine geschlechtsneutrale Formulierung. Im Sinne der Gleichbehandlung gelten entsprechende Begriffe für beide Geschlechter.

	<b>PRO AKTIV!</b> Die Post. Nachhaltig für Österreich
02	Editorial
03	PRO AKTIV in 4 Bereichen

	<b>PRO AKTIV</b> FÜR DIE WIRTSCHAFT
	<b>Digitalisierung</b>
04	„Halten, was wir versprechen“ – Interview mit dem Vorstand
08	Herausforderung Digitalisierung

	<b>PRO AKTIV</b> FÜR DIE UMWELT
	<b>Logistik</b>
12	Vor den Toren Wiens stehen die Zeichen auf Zukunft – Interview
16	Weniger ist das neue Mehr

	<b>PRO AKTIV</b> FÜR DIE MITARBEITER
	<b>Neue Arbeitswelten</b>
20	Vielfalt fördern, nachhaltig Mehrwert schaffen – Interview
26	Die Besten gewinnen und halten

	<b>PRO AKTIV</b> FÜR DIE GESELLSCHAFT
	<b>Versorgungssicherheit</b>
30	Partner Post
34	Noch mehr Komfort für noch zufriedenere Kunden

## Nachhaltigkeitsbericht

38	Statement – Was Nachhaltigkeit für uns bedeutet	49	Verantwortungsvoller Einkauf
40	Die Post im Überblick	52	Stakeholder Management
42	Integrierte Unternehmens- und Nachhaltigkeitsstrategie	54	Wesentliche Themen
46	Sustainable Corporate Governance	57	<b>Wirtschaft</b>
		62	<b>Gesellschaft</b>
		66	<b>Mitarbeiter</b>
		74	<b>Umwelt</b>

## Weitere Informationen

82	Über diesen Bericht	104	Bericht über die unabhängige Prüfung
84	Facts & Figures		
96	GRI-Index	106	Kontakt und Impressum

---

# #UnserePost

Die Österreichische Post nimmt den Austausch mit ihren Stakeholdern ernst. Die verschiedenen Blickwinkel der Stakeholder auf „ihre Post“ tragen zum Fortschritt der Österreichischen Post bei.



**„Die Post-Aktie verknüpft für mich Stärke und Sicherheit mit Innovationen. Als nachhaltiger Dividententitel genießt sie das Vertrauen der Aktionäre.“**

CLAUDIA VINCE-BSTEH,  
Privataktionärin, über **DIGITALISIERUNG**



**„Aufgrund meiner Leistung ermöglichte mir die Post bereits mit Mitte zwanzig den Aufstieg zur Führungskraft. Als motivierte und engagierte Frau stehen mir bei der Post alle Türen offen.“**

STEPHANIE VOJTA,  
Teamleiterin Vertriebsinnendienst Regionen & Tourismus,  
über **NEUE ARBEITSWELTEN**



**„Unser oberstes Gebot ist die Kundenzufriedenheit. Für Online Shops wie unsere weinwelt.at ist eine schnelle und verlässliche Zustellung deshalb wichtig. Die Post bietet uns die optimale Lösung.“**

MARKUS KASER,  
Geschäftsführer Interspar Österreich, über **LOGISTIK**



**„Die Post nimmt ihre Gewährleistungspflicht gegenüber der Bevölkerung ernst und kommt ihrer Verantwortung flächendeckend nach.“**

FRIEDRICH FÜRST,  
Bürgermeister aus Martinsberg, über **VERSORGUNGSSICHERHEIT**

---

# Liebe Leser,

in unserem Geschäft geht es um Lösungen, die das Leben einfacher machen. Wir wollen Menschen miteinander verbinden und wir wollen es bequemer gestalten. Dafür nutzen wir alle Möglichkeiten, die sich uns heute bieten. Es geht uns um Zuverlässigkeit, um Geschwindigkeit und um Individualität. Es muss für den Kunden passen. Denn schließlich ist die Post immer etwas ganz Persönliches – meine Post.

Und weil wir es für die Menschen passend gestalten wollen – für den Mitarbeiter, den Aktionär, den Postempfänger –, ist uns der Austausch mit unseren Stakeholdern auch so besonders wichtig. Der diesjährige Berichtstitel **#UnserePost** soll diese Nähe zu unseren Stakeholdern unterstreichen. Interviews mit Experten aus den eigenen Reihen und Beiträge über unseren Auftrag und verschiedene Lösungen belegen, dass wir nicht nur versprechen, sondern liefern.

Wir sehen uns in der Mitte der Gesellschaft verankert. **„Unsere Post“** ist das Original. Und „unsere Post“ ist „Ihre Post“. In diesem Sinne wünsche ich viel Spaß bei der Lektüre.

Herzlich, Ihr

**Georg Pölzl**



# #UnserePost – was uns mit unseren Kunden verbindet

Die Österreichische Post agiert mitten im Leben. Entsprechend beschäftigen uns auch jene gesellschaftlichen Entwicklungen, die alle Menschen beschäftigen.



**PRO AKTIV!**

DIE POST. Nachhaltig für Österreich.

IN 4 BEREICHEN

1.

## Konnektivität

Die digitale Vernetzung lässt die Kommunikationsmöglichkeiten explodieren. Digitale Technologien reichen in alle Lebensbereiche hinein und lassen neue Lebensstile und Verhaltensmuster entstehen.

### DIGITALISIERUNG

Die Post rückt mit neuen Lösungen immer näher an den Alltag des Kunden. Der Kunde hat mehr direkte Handlungsmöglichkeiten als je zuvor.

2.

## Mobilität

Der Mobilitätsbedarf wächst, die Mobilitätsformen werden immer vielfältiger. Technische Innovationen und veränderte Bedürfnisse der Menschen werden zum Motor neuer Lösungen.

### LOGISTIK

Das multimobile Zeitalter erfordert besondere Lösungen. Klimaschonend, zeitnah und raumsparend soll sie sein, die Logistik von morgen. Die Post arbeitet bereits mit Hochdruck daran.

3.

## Gendershift

Rollenmuster verändern sich, Geschlechterstereotype weichen auf. Das einzelne starke Ich schlägt das alte Frau/Mann-Schema. Dadurch entsteht eine Kultur des Pluralismus, der auch die Arbeitswelt grundlegend verändert und die Diversität von Mitarbeitern zum wichtigen Erfolgsfaktor macht.

### NEUE ARBEITSWELTEN

Mit den sich ändernden Rollenmustern werden die Zielgruppen vielfältiger. Wer sie in der Breite erreichen will, wird dieselbe Vielfalt auch in der Belegschaft abbilden. Die Post hat Programme ins Leben gerufen, die auf Diversität setzen.

4.

## Urbanisierung

Es leben immer mehr Menschen in Städten. Die Bevölkerung zieht aus ländlichen Regionen in die Stadt. In den peripheren Regionen können versorgende Strukturen wie der Einzelhandel oder auch die medizinische Versorgung nicht mehr überleben. Gleichzeitig ermöglichen neue Formen der Mobilität und Vernetzung auch neue Lebensweisen.

### VERSORGUNGS-SICHERHEIT

Ob in der Stadt oder in ländlichen Regionen – die Post erfüllt überall ihren Versorgungsauftrag. Es geht um Geschäftsstellen, die den Kunden auch unter unterschiedlichsten Bedingungen passende Services bieten, und um Lösungen, die eine Zustellung im abgelegensten Winkel möglich machen.

---

# „HALTEN, was wir versprechen.“

Die Digitalisierung verändert das Geschäft der Österreichischen Post nachhaltig. Im Interview schildert der Vorstand der österreichischen Nummer eins am Brief- und Paketmarkt – **DI Dr. Georg Pölzl, DI Walter Oblin und DI Peter Umundum** – seine Konzepte für die Zukunft.

---

## **Anfang 2018 hat sich die Österreichische Post in einem anspruchsvollen Marktumfeld hohe Ziele gesteckt – wie fällt die Bilanz aus?**

**GEORG PÖLZL (GP):** Der Postsektor befindet sich in einer kontinuierlich herausfordernden Situation. Unsere Aufgabe besteht darin, unser Geschäftsmodell stetig marktgerecht weiterzuentwickeln, um unsere Spitzenposition in Österreich zu verteidigen und auszubauen. Im abgelaufenen Geschäftsjahr ist es uns sowohl im Hinblick auf den Umsatz als auch auf das Ergebnis gelungen, unsere selbstgesteckten Wachstumsziele zu erreichen. Das bedeutet auch, dass wir mit den Folgen der Digitalisierung, die wir mit einem rückläufigen Briefaufkommen und einer enormen Mengensteigerung bei den Paketen in unserem Kerngeschäft direkt spüren, richtig umgegangen sind und unser Geschäft den Bedürfnissen der Kunden angepasst und zukunftsfähig aufgestellt haben.

**WALTER OBLIN (WO):** Schon seit dem Börsegang im Jahr 2006 ist unser Motto zu halten, was wir versprechen. Das gilt auch für

unsere Positionierung als attraktiver Dividententitel. Dieses Versprechen lösen wir regelmäßig ein, auch in diesem Jahr, wenn wir der Hauptversammlung die Ausschüttung einer Dividende von 2,08 Euro vorschlagen. Die Steigerung von 1,5% steht im Einklang mit dem Wachstum unseres EBIT. Gemessen am Kurs von Ende Dezember entspricht dies einer Dividendenrendite von knapp 6,9%, damit bieten wir unseren Aktionären die Stabilität, die sie von der Österreichischen Post gewohnt sind.

Ein auch im Hinblick auf den Kapitalmarkt immer wichtigeres Feld ist für uns das Thema Environmental Social Governance (ESG), also Umwelt, Soziales und Unternehmensführung sowie allgemein die Corporate Social Responsibility. Beides wächst stetig in seiner Bedeutung für Investmententscheidungen und gilt als wesentlicher Faktor für den wirtschaftlichen Erfolg. Über Auszeichnungen und Ratings wie etwa das MSCI ESG AAA Rating, das ISS oekom Research Prime-Status Rating und das Carbon Disclosure Project A- Rating haben wir im Berichtsjahr erneut unter Beweis gestellt, dass wir auch hier halten, was wir versprechen.

---

## **„Zukunftsfähig“ heißt heute immer auch „digital“ – wie wirkt sich die Digitalisierung in den verschiedenen Geschäftsfeldern der Österreichischen Post aus?**

**WO:** Nehmen wir das Briefgeschäft, hier spielt ganz klar das veränderte Verhalten bei der Übermittlung von Nachrichten eine Rolle, das dem klassischen Brief einen Teil seiner Bedeutung nimmt. Unsere Reaktion darauf ist ein sehr viel breiter aufgestelltes Angebot: Von der physischen Übermittlung in verschiedenen Geschwindigkeiten bis zur elektronischen bieten wir unseren Kunden vielfältige Auswahlmöglichkeiten für die gesamte Bandbreite der Kommunikation. Dazu zählen auch Hybridvarianten, bei denen wir für Großversender und -empfänger die Weichenstellung zwischen elektronischen und physischen Nachrichten übernehmen.

**PETER UMUNDUM (PU):** Am augenscheinlichsten ist der Einfluss der Digitalisierung im Paketgeschäft. Das Bestellen bestimmter Warengruppen via Internet ist mittlerweile im Mainstream angekommen und sorgt für ein erheblich gesteigertes



**„Wir machen uns die Technik  
zunutze, damit es der Kunde  
einfacher hat.“**

DI DR. GEORG PÖLZL, Vorstandsvorsitzender – Generaldirektor



## „Die Digitalisierung wird uns einen wesentlichen Produktivitätsfortschritt bringen.“

DI WALTER OBLIN, stv. Vorstandsvorsitzender,  
Brief & Werbepost, Finanzen

Paketaufkommen. Im vergangenen Jahr haben wir mit 108 Millionen Paketen eine neue Rekordmenge transportiert. Darauf müssen wir uns als Lieferant dieser Waren in zweierlei Hinsicht einstellen: Zum einen benötigen wir die richtige Hardware, um Pakete rasch zu sortieren und dann über weite Strecken bei jeder Witterung pünktlich und umweltfreundlich auszuliefern. Um diese enorme logistische Leistung zuverlässig zu erbringen, sind von unserer Seite Investitionen gefordert. So wollen wir in den kommenden zwei bis drei Jahren die stündliche Sortierkapazität in unseren Sortierzentren verdoppeln, um unsere Position als Nr. 1 in Österreich weiter auszubauen. Zum anderen geht es

auch darum, das Servicelevel an der Schnittstelle zum Kunden weiter zu steigern. So verfügen wir schon heute mit rund 1.800 Geschäftsstellen, 413 SB-Zonen, 349 Abholstationen und über 34.100 Empfangsboxen über das dichteste Service- und Versorgungsnetz unseres Landes. Wir wollen diese Services aber noch weiter ausbauen.

---

### Hat die Digitalisierung bei der Österreichischen Post auch neue Geschäftsfelder erschlossen?

**WO:** Gerade in der Briefpost haben wir heute für Geschäftskunden Angebote, die ohne die Digitalisierung nicht möglich wären und weit

über die klassische Post-Logistik hinausgehen. Unsere innovativen Lösungen helfen dabei, die Prozesse in Unternehmen zu optimieren – angefangen bei Scan-Dienstleistungen und der digitalen Erfassung von Dokumenten beim Posteingang über modulare Services und Dokumentenmanagement-Lösungen in der Postbearbeitung bis hin zum Postausgangsmanagement. Was solche Angebote angeht, befinden wir uns in einem evolutionären Prozess, für den wir uns bewusst entschieden haben und mit dem wir unsere Kunden mit immer neuen digitalen Angeboten dabei unterstützen, ihre Wertschöpfungskette Schritt für Schritt zu verschlanken.

**PU:** Ein anderes zunehmend wichtiges Feld ist der Beratungsbedarf insbesondere bei kleinen und mittelständischen Unternehmen im Zusammenhang mit dem Einstieg und Ausbau ihres Online-Auftritts. Hier haben wir unter anderem mit zwei Akquisitionen, nämlich der adserve Holding GmbH und der ACL advanced commerce labs GmbH, unsere Kompetenzen in den Bereichen Advertising und Online-Handel signifikant erhöht und uns damit für einen Ausbau dieses potenzialstarken Geschäftsfeldes gut aufgestellt.

---

### Wenn es um die Digitalisierung von Prozessen geht, stellt sich regelmäßig die Frage, wo der Mensch bleibt. Werden wir in Zukunft weniger Kontakt mit Post-Mitarbeitern haben?

**GP:** Wir setzen heute und in Zukunft ganz klar auf ein duales Konzept – das heißt konkret: Für uns liegt der Erfolg auch weiterhin in einer Mischung modernster digitaler Technologien und kompetenter Mitarbeiter mit Kontakt zu den Kunden. Der besteht nicht nur in unserem dichten stationären Netz mit rund 1.800 Post-Geschäftsstellen

len, sondern auch über unsere über 9.000 Zusteller, die über ein enormes Know-how verfügen. So wichtig für uns das Digitale ist, so wichtig ist und bleibt die physische Präsenz mit Menschen an der Schnittstelle zu den Kunden, die dieses Konzept gut annehmen. Die Menschen sind in unserem Konzern die Basis des Erfolgs – wir nutzen moderne digitale Technik, um diese Menschen für ihre Arbeit bestmöglich auszustatten. Diese Technologien verändern die Arbeit der Menschen in unserem Unternehmen, ersetzen diese aber nicht.

---

### **Gilt diese Dualität auch für das Finanzgeschäft der Österreichischen Post?**

**GP:** Auch in Zukunft wollen wir unseren Kunden in den Filialen Finanzdienstleistungen anbieten. Finanzdienstleistungen bleiben ein wichtiger Bestandteil unseres Geschäfts und auch hier sehen wir, wie etwa bei unserem beliebten Wechselangebot für Strom- und Gasanbieter, dass sich zahlreiche Kunden zwar online informieren, das eigentliche Geschäft dann aber lieber bei einem Mitarbeiter in einer unserer Filialen tätigen – auch das bestätigt uns in unserem dualen Kurs, der beide Kanäle bedient.

---

### **Sind in diesem Kontext Zukunftstechnologien wie etwa künstliche Intelligenz ein Thema für die Österreichische Post?**

**PU:** Wir beobachten solche Entwicklungen sehr genau und befassen uns mit allem, was für unser Geschäft relevant ist oder es künftig werden kann. Dazu gehören selbstlernende Systeme zur Mengenprognose, mit denen wir anhand von Informationen zu Wetter, Feiertagen und avisierten Mengen heute schon sehr genau abschätzen können,

wie hoch das Paketaufkommen in einer oder zwei Wochen sein wird. Das hilft uns bei der Personal- und Fahrzeugplanung und schont die Umwelt- und Mitarbeiterressourcen. Auch die Empfänger profitieren von immer genaueren Zustellprognosen. Natürlich beobachten wir auch die Marktentwicklung in Bereichen wie autonomes Fahren und Zustellung mit Drohnen mit Interesse und haben auch bereits erste Tests in der Praxis durchgeführt. In der nahen Zukunft ist jedoch ein standardmäßiger Einsatz noch nicht angedacht.

---

### **Was sind die Pläne für die nahe Zukunft – konkret für das Jahr 2019?**

**GP:** Vor dem Hintergrund des erfolgreich abgeschlossenen Geschäftsjahres 2018 lautet unser großes Ziel Stabilität. Uns ist dabei bewusst, dass die Herausforderungen nicht geringer werden und wir für den Erfolg unseres Unternehmens hart arbeiten müssen. Das ist uns dank unserer insgesamt 20.545 motivierten und professionellen Mitarbeiter im vergangenen Jahr gelungen. Ihnen gilt dafür unser besonderer Dank. Mit ihrer Unterstützung wollen wir auch im aktuellen Geschäftsjahr an diesen Erfolg anknüpfen und das erreichte Niveau im Hinblick auf unsere Leistungen für die Kunden weiter steigern und den Umsatz und das Ergebnis halten.

## **„Vernetzung und Kommunikation stellen hohe Ansprüche an die IT-Infrastruktur.“**

**DI PETER UMUNDUM**, Vorstandsmitglied,  
Paket & Logistik, Logistiknetzwerke



---

# Herausforderung DIGITALISIERUNG



# Die Österreichische Post nutzt die Möglichkeiten der Digitalisierung für neue Services und für mehr Kapazitäten. Ihr Ziel: die gestiegenen Erwartungen und Bedürfnisse besser bedienen.

**D**ie digitale Transformation schreitet voran und verändert die Gesellschaft sowie die Bedürfnisse und Erwartungen der Menschen nachhaltig. Künftige Generationen vertrauen mit wachsender Selbstverständlichkeit auf die digitale Veränderung der Arbeits-, Unterhaltungs- und Konsumwelt.

Für ein Unternehmen wie die Österreichische Post stellt die rasante Entwicklung im Bereich der Digitalisierung eine besondere Herausforderung dar. Alle strategischen Felder sind davon betroffen. Der Trend zur E-Substitution führt zum Rückgang des klassischen Briefgeschäfts. Zugleich wächst der E-Commerce exponentiell und damit auch die Herausforderungen im Bereich der Versanddienstleistungen. Immer größere Mengen werden zwischen Händlern und Konsumenten hin- und hergesendet. Für die Österreichische Post heißt das, ihr Geschäftsmodell laufend kritisch zu prüfen und es zeitnah, flexibel und vorausschauend an die sich verändernden Bedingungen und Kundenbedürfnisse anzupassen. Das gilt gleichermaßen für den B2B- wie für den B2C-Bereich. Von Jahr zu Jahr erhöht die Post ihr Servicelevel auf dem Gebiet digitaler Angebote. Digitale Lösungen erleichtern den Kunden und den Mitarbeitern das Leben, erhöhen die Servicequalität und die Versorgungssicherheit und verbessern den ökologischen Fußabdruck der Dienstleistungen. Auch die internen Kernprozesse der Post durchlaufen eine digitale Transformation. Schritt für Schritt werden Abläufe optimiert mit dem Ziel, dadurch frei werdende Kapazitäten wiederum dem Postgeschäft, der Wirtschaft und den Kunden zugutekommen zu lassen.

## Digitale Transformation

Im Spannungsfeld zwischen Versorgungsauftrag und Wettbewerb



## Strategische Partnerschaften in digitalen Geschäftsfeldern

Durch strategische Partnerschaften mit Unternehmen wie adserve, das als Dienstleistungs- und Beratungsunternehmen insbesondere auf Programmatic und Data-Driven-Advertising spezialisiert ist und in den nächsten Jahren stufenweise von der Post übernommen wird, erweitert die Post gezielt ihre Kompetenzen, um den Herausforderungen der Gegenwart und Zukunft zu begegnen. Neue Geschäftskonzepte und Strategien für ein innovatives Werbekampagnen-Management, die gemeinsam mit adserve entwickelt werden, sind dabei zukunftsweisend und werden künftig eine noch größere Rolle spielen.

## Geschäftsfeld Werbesendungen

Marktführerschaft auf allen Kanälen



Obwohl sich das Internet als virtueller Raum für Kommunikation und Konsum immer mehr durchsetzt, geht nichts über die direkt adressierte Werbung, um Kunden gekannt und effektiv anzusprechen. Der Dialog Marketing Report 2018 hat erneut gezeigt, wie wichtig die Kombination aus Online- und Offline-Kommunikation ist. 52% der Befragten empfinden E-Mail-Newsletter als zeitgemäß, 12% orientieren sich bei der Kaufentscheidung an Empfehlungen in sozialen Medien und 92% sehen sich persönlich adressierte Werbepost an. Damit Unternehmen, egal ob klein oder groß, das Potenzial ihrer Werbekampagnen optimal ausschöpfen können, bietet die Post die bewährte Aktion „Pimp my Campaign“. Dabei werden nach den neuesten Erkenntnissen des Dialogmarketings konkrete Kampagnen optimiert, um deren Wirkung zu erhöhen. Dazu gehören eine zielgruppenorientierte Ansprache, Ideen für individuelle



## „Aufbauend auf der Marktführerschaft im klassischen Print-Werbeprospektmarkt werden wir unsere Kompetenz im Bereich der digitalen Werbung weiter ausbauen und uns noch stärker als bisher am digitalen Werbemarkt positionieren.“

MICHAEL JIRESCH, Vertriebsleiter Mail Solutions und Geschäftsführer adverserve Holding GmbH

Angebote sowie Multi-Channel-Kampagnen, die auch Online-Kanäle und Social Media einbeziehen. Im Falle eines renommierten Kunden aus der Möbelbranche brachte der 3-stufige Ansatz mit E-Mail Teaser, Direct Mailing und E-Mail Reminder um 66% mehr Kundenrückmeldungen als beim alleinigen Versand des Direct Mailings.

Um den Bedürfnissen von Geschäftspartnern und Kunden im Kerngeschäft Briefpost individuell und weiterhin auf allen Kanälen von analog bis digital gerecht zu werden, fährt die Post mehrgleisig. Zum Angebot zählen daher neben digitalen und klassischen Print- auch alternative duale Lösungen, die den physischen Versand mit digitalen Komponenten verbinden und dabei das Beste aus beiden Bereichen miteinander verschmelzen. Als kostensenkende und digitale Lösung wurde der E-Brief entwickelt. Er bietet all seinen Versendern ein Höchstmaß an Einsparungspotenzial, aber auch die notwendige Sicherheit, Vertraulichkeit und Verlässlichkeit. Durch die duale Zustellung werden Sendungen entweder digital in den E-Briefkasten oder physisch per Post zugestellt.

### Geschäftsfeld Brief

E-Brief – sicher  
und effizient



## Geschäftsfeld E-Commerce

Komplettlösungen für  
den Händler durch  
ACL und shöpping.at



Unter den neuen Geschäftsfeldern und Servicemöglichkeiten, die von der Digitalisierung erschlossen werden, stehen Innovationen im Handel weit oben. Mit ihrem Tochterunternehmen ACL unterstützt die Post Händler mit kompletten E-Commerce-Softwarelösungen. Leistungen vom Online-Shop bis zur Datenverwaltung, Design von Versand- oder Lagerlogistiklösungen sowie deren Umsetzung sind nur ein kleiner Auszug aus dem Leistungsportfolio. Damit erleichtert die ACL Händlern den Einstieg in den E-Commerce und fördert das Bestehen in dem hartumkämpften Markt. Auch der Online-Marktplatz der Österreichischen Post – shöpping.at – erschließt für viele Händler den E-Commerce. Zahlreiche regionale und landesweite Anbieter setzen bereits mit Erfolg darauf, durch ihre Präsenz auf shöpping.at neue Zielgruppen zu erreichen und ihre Reichweite deutlich zu erhöhen. Zudem fördert jeder Einkauf die heimische Wirtschaft, denn shöpping.at bringt österreichische Konsumenten mit ausschließlich österreichischen Anbietern zusammen und schafft so eine inländische Alternative zum Wettbewerb aus dem Ausland.

Vom wachsenden E-Commerce profitiert auch die Post Systemlogistik GmbH. Mit Fulfillmentdienstleistungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette bietet die Systemlogistik gemeinsam mit ACL Versandhändlern strategische Gesamtlösungen vom Online Shop über

Lagerung und Kommissionierung über deren Verpackung bis zur verlässlichen Zustellung. Dies trägt dazu bei, das E-Commerce-Geschäft der Kunden aus dem Versandhandel nicht nur anzukurbeln, sondern auch effektiver und einfacher zu machen, und sorgt außerdem für maximale Zufriedenheit bei den Empfängern.

## Gesamtlösungen

entlang der vollständigen  
Wertschöpfungskette



## Modernes Prozessmanagement bis in die Filialen hinein

Auch nach innen wirken bei der Österreichischen Post die Kräfte der digitalen Transformation. Investiert wird heuer in ein Monitoringsystem, das künftig helfen wird, Engpässe in der Zustellung frühzeitig zu erkennen, um in den Kernprozessen effektiver zu werden. Das neue Monitoringsystem wird unterschiedlichste Datenbanken miteinander verknüpfen und rasch und automatisiert darstellen können, wo sich, bedingt durch Urlaubszeit, Krankenstände und hohe Sendungsmengen, Engpass-Hotspots bilden. So kann die Post frühzeitig und vorausschauend reagieren, um das hohe Niveau der Zustellqualität, auch wenn es einmal eng wird, zuverlässig zu halten. Denn auch und gerade in Zeiten der beschleunigten Entwicklung und Durchsetzung von elektronisch unterstützten Dienstleistungen stehen bei der Post die Lebenswelt, die Erwartungen und die Bedürfnisse unserer Kunden im Mittelpunkt.



## Interne Maßnahmen 2018

1. Ausstattung der Postfilialen mit Hardware der neuesten Generation
2. Einführung Teamleiter-App für digitales Management von Diensten, Urlaubsplanungen und Anwesenheitsmeldungen
3. Entwicklung Monitoringsystem für Engpass-Hotspots

# Vor den Toren Wiens stehen die Zeichen auf ZUKUNFT

In Hagenbrunn befindet sich das neue Logistikzentrum der Österreichischen Post in Bau. Es soll seinen Betrieb im Sommer 2019 aufnehmen, kurz vor Beginn der Hochsaison. Welchen Stellenwert der Neubau nördlich von Wien hat und welche zusätzlichen Maßnahmen die Post im Zusammenhang mit der Logistik der Zukunft ergreift, darüber sprechen **Stefan Heiglauer** und **Robert Modliba**, Logistikexperten der Österreichischen Post.

**M**it dem Ausbau der Logistikzentren stärkt die Post ihre Marktführerschaft im Kerngeschäft und sorgt für landesweite Versorgungssicherheit. Neben diesen Aspekten der Kapazitätserweiterung spielen in Hagenbrunn aber auch Arbeitnehmerbelange und Umweltthemen eine bedeutende Rolle, ganz im Sinne von „PRO AKTIV! Die Post. Nachhaltig für Österreich.“

## Wir stehen hier im neuen Logistikzentrum Hagenbrunn. Welche wesentlichen Fortschritte bringt der Neubau mit sich?

**STEFAN HEIGLAUER (SH):** Dieses Zentrum ist ein zentraler Baustein unseres Investitionsprogramms und ein weiterer Schritt, um unsere Infrastruktur fit für die Zukunft zu machen. Es geht dabei um die Erweiterung der Kapazitäten in einer Größenordnung von 25%. Damit leisten wir einen wesentlichen Beitrag zur nachhaltigen Sicherung unserer Ertragskraft und werden gleichzeitig unseren hohen Standards in Bezug auf Wirtschaftlichkeit, Versorgungssicherheit und Umweltaspekte gerecht. Das neue Logistikzentrum schafft viele Arbeitsplätze in der Region und die Post stellt schon beim Bau sicher, dass Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz bestmöglich integriert werden. Auch über Hagenbrunn wird sich

die Unternehmenskultur weiter positiv entwickeln, da auch an diesem Standort Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen angeboten und Vielfalt und Chancengleichheit geschaffen werden.

## Inwieweit spielen die Umweltaspekte hier in Hagenbrunn eine Rolle?

**ROBERT MODLIBA (RM):** Das Thema Umwelt ist beim Bau unserer Verteilzentren ein wesentlicher Aspekt. Wir setzen in diesem Bereich schon seit Jahren auf zertifizierte Umweltmanagementsysteme, die wir an mehreren Standorten erfolgreich implementiert haben. In Hagenbrunn wird aufgrund unserer positiven Erfahrungen – zum Beispiel bei der Mitarbeitersensibilisie-



← Der Spatenstich in Hagenbrunn erfolgte im Juli 2018, Inbetriebnahme Sommer 2019

→ **ROBERT MODLIBA** (l.) und **STEFAN HEIGLAUER** (r.) kontrollieren die Umsetzung der Pläne



## Hagenbrunn IN ZAHLEN

**50**

Mio Euro Investition

**75.000**

Quadratmeter  
Grundstücksfläche

**20.000**

Quadratmeter  
Gebäudefläche

**300**

Arbeitsplätze

**13.500**

Pakete  
stündlich



zung, der Energieeinsparung durch Zielüberprüfung oder durch Kostenersparnisse im Abfallmanagement – ebenfalls ein Umweltmanagementsystem nach ISO 14001 eingeführt. Konkret wird zum Beispiel auf dem Dach des Logistikzentrums eine Photovoltaikanlage mit 500 Kilowatt Leistung installiert, und die Innen- und Außenbeleuchtung erfolgt durch energiesparende LED-Lichtsysteme. Die Verringerung des Energieverbrauchs, die Reduktion des Abfallaufkommens und die Sensibilisierung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für diese Themen stehen im Fokus unserer Umweltziele.

### Welche Priorität haben Umweltaspekte insgesamt für die Österreichische Post als Logistikunternehmen?

**RM:** Wesentliche Themen im Bereich Umwelt sind für uns Klimaschutz und Energieeffizienz sowie der Umgang mit Ressourcen und ein verantwortungsvoller Einkauf. Die Anzahl an Lieferantenprüfungen durch die Versenderkunden im Bereich CSR und Umwelt steigt vor diesem

Hintergrund jährlich. Bei immer mehr Ausschreibungen – vor allem von internationalen Kunden – wird das Thema abgefragt, über 150 Brief- und Paketkunden nutzen bereits unser Logo CO<sub>2</sub> NEUTRAL ZUGESTELLT.

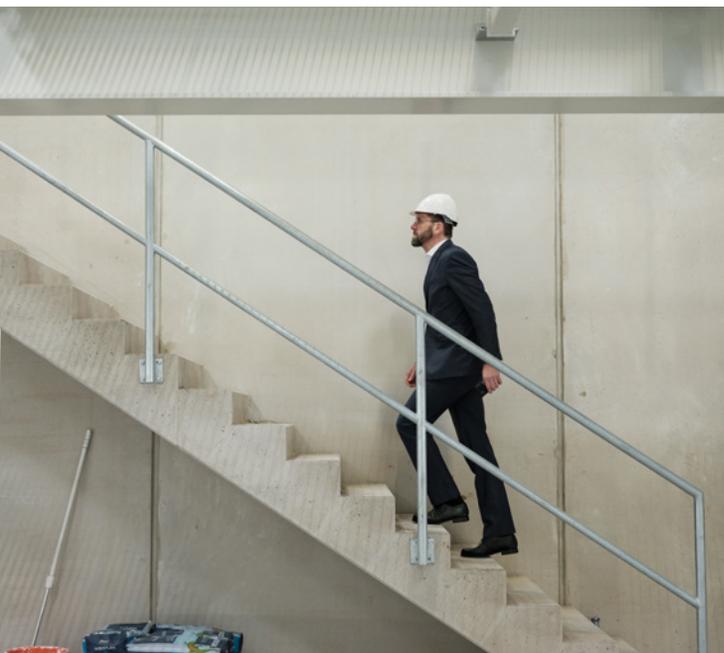
**SH:** Damit kann man festhalten, dass der Umweltschutz ein zentraler Bestandteil unserer Verkaufsstrategie geworden und aus den Kooperationen, die wir eingehen, kaum noch wegzudenken ist. Wir als Qualitätsführer wollen und müssen auch bei diesem Thema unserem hohen Anspruch gerecht werden. Das CO<sub>2</sub> NEUTRAL ZUGESTELLT-Zertifikat wird jährlich von der Post in festlichem Rahmen an Versenderkunden verliehen. Es zeigt die Sendungsmenge der Kunden und die daraus resultierenden CO<sub>2</sub>-Emissionen, die von der Post kompensiert werden.

**Auch bei der City-Logistik geht es um umweltgerechte Lösungen. Ziel ist es, den städtischen Güterverkehr umwelt- und kostengerecht zu optimieren. Welche Maßnahmen in**

## diese Richtung hat die Österreichische Post bereits ergriffen? Und wo soll es hingehen?

**SH:** Es geht um die ganzheitliche Betrachtung der letzten Meile im urbanen Raum, das heißt um den Weg einer Sendung vom Verteilzentrum bis zum Empfänger. Im Vorjahr wurden im Rahmen eines mehrtägigen Workshops mit internen und externen Stakeholdern zahlreiche innovative Ideen für die innerstädtische Paketzustellung entwickelt, um anschließend im Unternehmen im Detail ausgearbeitet und nach Mehrwert priorisiert zu werden. 2019 wollen wir darauf aufbauend die Einrichtung einer City-Hub-Infrastruktur evaluieren. Im Rahmen der vor- und nachgelagerten Zustellprozesse eines solchen innerstädtischen Distributionszentrums sollen die vielversprechendsten Lösungsansätze getestet werden. Die Errichtung eines City-Hubs würde es uns ermöglichen, die Anzahl der Zustellfahrten zu reduzieren und alternative Zustellfahrzeuge wie zum Beispiel Lastenfahrrad oder E-Transporter einzusetzen.

**RM:** Zur City-Logistik muss jedoch generell gesagt werden, dass wir bei der wissenschaftlichen Fundierung für etwaige Initiativen noch Aufholbedarf sehen: Wodurch wird der Verkehr in der Stadt verursacht, welche Prozesse laufen bereits sehr effizient und wo sind noch Verbesserungen anzustreben? Erst wenn entsprechende Ergebnisse vorliegen, kann mit neuen innovativen Ansätzen in die Offensive gegangen werden.



↑ **STEFAN HEIGLAUER**, Leiter Paketlogistik, auf dem Weg in die erste Etage, dorthin wo bald die Technik-Leitstelle stehen wird.



↑ **ROBERT MODLIBA**, Leiter Brieflogistik, studiert die Baupläne. Es geht um Details, die bereits in der Planung zu berücksichtigen sind, damit der Betrieb nachher reibungslos läuft.

---

## Welche zusätzlichen Herausforderungen und Möglichkeiten sehen Sie für die Österreichische Post künftig im Umweltbereich? An welchen Stellen sind Kooperationen sinnvoll?

**RM:** Die Österreichische Post ist das größte Logistikunternehmen in Österreich. Deshalb sollten wir das Selbstvertrauen haben, Trends selbst zu setzen – so, wie wir es in unserem Programm, das sich vorrangig um Lösungen auf der letzten Meile kümmert, tun. Dazu gehören Projekte wie AllesPost, der Ausbau der Post Empfangsboxen, das Abholservice, die österreichweite Paketumleitung sowie die laufende Optimierung der Zustellrouten. All diese Maßnahmen tragen zur Verringerung von Verkehrsaufkommen bei und setzen Standards in der gesamten Branche.

**SH:** Wir stehen aber auch mit vielen Stakeholdern im ständigen Austausch zu diesem Thema. Mit der Kaufmannschaft haben wir in der Josefstadt 2017 den Einsatz eines Elektrorads getestet, und mit der Energie Steiermark, der TU Graz sowie der i-Tec Styria wurden in Graz mit einem E-Fahrzeug Tests zu autonomen Zustellösungen durchgeführt. Vor allem in Wien sind wir laufend im Dialog mit den verantwortlichen Verkehrsplanern der Stadt, mit der Wirtschaftskammer und auch mit verschiedenen wissenschaftlichen Institutionen. Der E-Commerce wurde in einigen Studien schon per se als umweltschonende Einkaufsmöglichkeit bewertet. Wir müssen weiter an der Effizienzsteigerung arbeiten und auch die E-Mobilität erhöhen. Insgesamt birgt das Thema umweltgerechte Logistik, zum Beispiel bei der Ausgestaltung des Fuhrparks mit alternativen Antrieben, noch viel Potenzial.



---

# Weniger ist das NEUE MEHR

Wie die Post ihre Kapazitäten erweitert und  
zugleich Umweltbelastungen eindämmt

**57%**

der österreichischen  
Verbraucher  
(ab 15 Jahren)  
kaufen online<sup>1</sup>

**6-7%**

jährliches Wachstum  
im E-Commerce bis  
2023<sup>2</sup>

**7,2**

Mrd. Euro gaben  
Österreicher 2018 für  
Online-Käufe aus<sup>1</sup>

↓ Persönlich zugestellt:  
Der Postler kennt den  
Tagesablauf seines Kunden.



<sup>1</sup> Handelsverband, „E-Commerce-Studie Österreich 2018“

<sup>2</sup> Statista, Ausblick 2019, eCommerce Österreich



↑ Seit 2009 haben sich die Paketmengen mehr als verdoppelt. Ein Wachstum, das auch die Postler alltäglich spüren.

**E**ffizienz heißt, fokussiert auf das Wesentliche mehr zu erreichen – oder gar mit weniger Einsatz größere Potenziale zu heben als zuvor. Preise konkurrenzfähig halten, aber das Service erhöhen, die Leistung steigern und dennoch die Ressourcen im Blick: Effizienz in allen Prozessen ist bei der Österreichischen Post das Gebot der Gegenwart. Der Fokus liegt dabei auf Kapazitätserweiterung und den damit einhergehenden Herausforderungen.

Die Wachstumskurve im E-Commerce geht ungebremst steil nach oben und stellt die Logistikbranche vor große Aufgaben. Bereits 57% aller österreichischen Konsumenten im Alter ab 15 Jahren erledigen Teile ihrer Einkäufe online. 2018 stiegen die Ausgaben der

Österreicher im Internet-Einzelhandel auf das Rekordniveau von 7,2 Milliarden Euro und für die kommenden Jahre wird mit einem jährlichen E-Commerce-Wachstum in Höhe von durchschnittlich 6 bis 7% gerechnet. Neue Strategien, Denkansätze und Konzepte sind gefragt, um den Paketmarkt an diese Dynamik der Handelsaktivitäten und an die wachsenden Versandvolumina anzupassen. Als alleiniger Universaldienstleister und als Logistikpartner Nummer eins in Österreich treibt die Post die technologische Weiterentwicklung logistischer Infrastrukturen voran und macht sie gleichzeitig fit für eine nachhaltige Zukunft, indem sie nach energie- und ressourceneffizienten Lösungen sucht. Vor diesem Hintergrund hat die Post mit „PRO AKTIV! Die Post. Nachhaltig für Österreich“ unternehmensstrategische



Corporate-Social-Responsibility-Maßnahmen entwickelt. Dadurch sollen die vier Felder der Unternehmensstrategie mit den vier Bereichen der Nachhaltigkeitsstrategie verknüpft werden. Neben Wirtschafts- und Umweltthemen spielen dabei auch die Faktoren Arbeitnehmerschutz und Versorgungssicherheit eine entscheidende Rolle. Denn die Post ist überzeugt: Durch diese Integration kann der langfristige Erfolg des Unternehmens gesichert werden.

## Fit für morgen: Lösungen und Wege in der City-Logistik

Die Servicequalität von Paketdienstleistern ist für Versandhändler ein wesentlicher Faktor, um den Online-Einkauf für den Verbraucher zu einem rundum gelungenen Erlebnis zu machen. Im Jahr 2018 wurde die Österreichische Post von LOGISTIK HEUTE zur besten Logistik-Marke in der Kategorie Kurier-, Express- und Paketdienste gekürt. Mit einem Anteil von 48 % am österreichischen Paketmarkt ist die Post zudem klarer Marktführer und setzt auch in Zukunft auf Kundennähe und Rundum-Service bis zur letzten Meile, um diese Position zu verteidigen. Dabei muss den steigenden Kundenanforderungen ebenso wie den wachsenden Versandmengen und der zunehmenden Verkehrsdichte in den Innenstädten optimal begegnet werden. Die Post sucht daher alternative Lösungen für den Lieferverkehr, die nicht zuletzt auch den hohen Erwartungen an den Umwelt- und Klimaschutz gerecht werden. Eine dieser Alternativen könnten sogenannte „City-Hubs“ sein: Durch die Errichtung solcher innerstädtischen Umschlagpunkte lässt sich die Gesamtlänge der Zustellfahrten reduzieren und der Einsatz alternativer Fahrzeugtechnik – vom Lastenfahrrad bis zum E-Bus – auf der letzten Meile wird begünstigt. Im Rahmen des Programmes „City-Logistik“ lässt die Post heuer die Einrichtung einer solchen City Hub-Infrastruktur evaluieren.

Des Weiteren setzt die Post auf Elektromobilität – ein Gebiet, auf dem sie als Betreiber der größten E-Flotte des Landes zu den absoluten Vorreitern gehört. Bis 2030 soll die gesamte letzte Meile mit Elektrofahrzeugen abgewickelt werden. Das österreichweite Kapazitätserweiterungsprogramm der Post trägt dazu bei, dass das stark wachsende Paketvolumen auch in Zukunft CO<sub>2</sub>-neutral gemeistert wird. Auch das Projekt „Autonome Zustellung“ zahlt auf dieses Konto ein, bei dem mit einem umgebauten Elektrofahrzeug Pakete selbstständig zur Zieladresse navigiert und zugestellt wurden. Das Projekt, das gemeinsam mit der TU Graz, Energie Steiermark und i-Tec Styria durchgeführt wurde, erhielt im November 2018 den Austrian Robotics Award.



### Auszeichnungen für die Post

**Beste Logistik-Marke 2018<sup>1</sup>**

**Austrian Robotics Award 2018<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Verliehen von der Internationalen Wochenzeitung Verkehr in Kooperation mit dem Handelsverband Österreich.

<sup>2</sup> Verliehen auf Initiative von robo4you und Grant Thornton Austria.

## Innovation Rapid Unloader – Entladesystem der Zukunft

Um für die Entwicklungen der nahen Zukunft gewappnet zu sein, baut die Post bestehende Paket-Verteilzentren in Österreich aus und um. Zudem werden neue Logistikstandorte errichtet, wie im niederösterreichischen Hagenbrunn, dessen Fertigstellung für Sommer 2019 geplant ist. Zusätzlich sorgt eine Innovation der Österreichischen Post und PHS Logistiktechnik GmbH dafür, dass der Entladeprozess von Lkw beschleunigt und vereinfacht wird: Der Rapid Unloader ist ein Paketentladesystem, das die Entladezeit von Wechselaufbaubrücken oder Lkw halbiert und gleichzeitig Mitarbeiter körperlich entlastet. Er arbeitet schnell, vollautomatisch und wirtschaftlich und ging im Logistikzentrum der Post im oberösterreichischen Allhaming 2018 erstmals in Betrieb. Da er zur Nachrüstung geeignet



**„Mit dem neuen, europaweit einzigartigen Schnellentladesystem haben wir beim Thema Kapazitätserweiterung eine ebenso intelligente wie innovative Lösung gefunden.“**

ANDREAS WOLFSCHLUCKNER UND MATTHIAS FRITZ, Gründer PHS

ist, lässt er sich, ökonomisch und ökologisch sinnvoll, in bestehende Logistik-Infrastrukturen wie Lkw und Wechselaufbaubrücken integrieren. Nach einer Testphase im laufenden Betrieb ist der Rapid Unloader für den

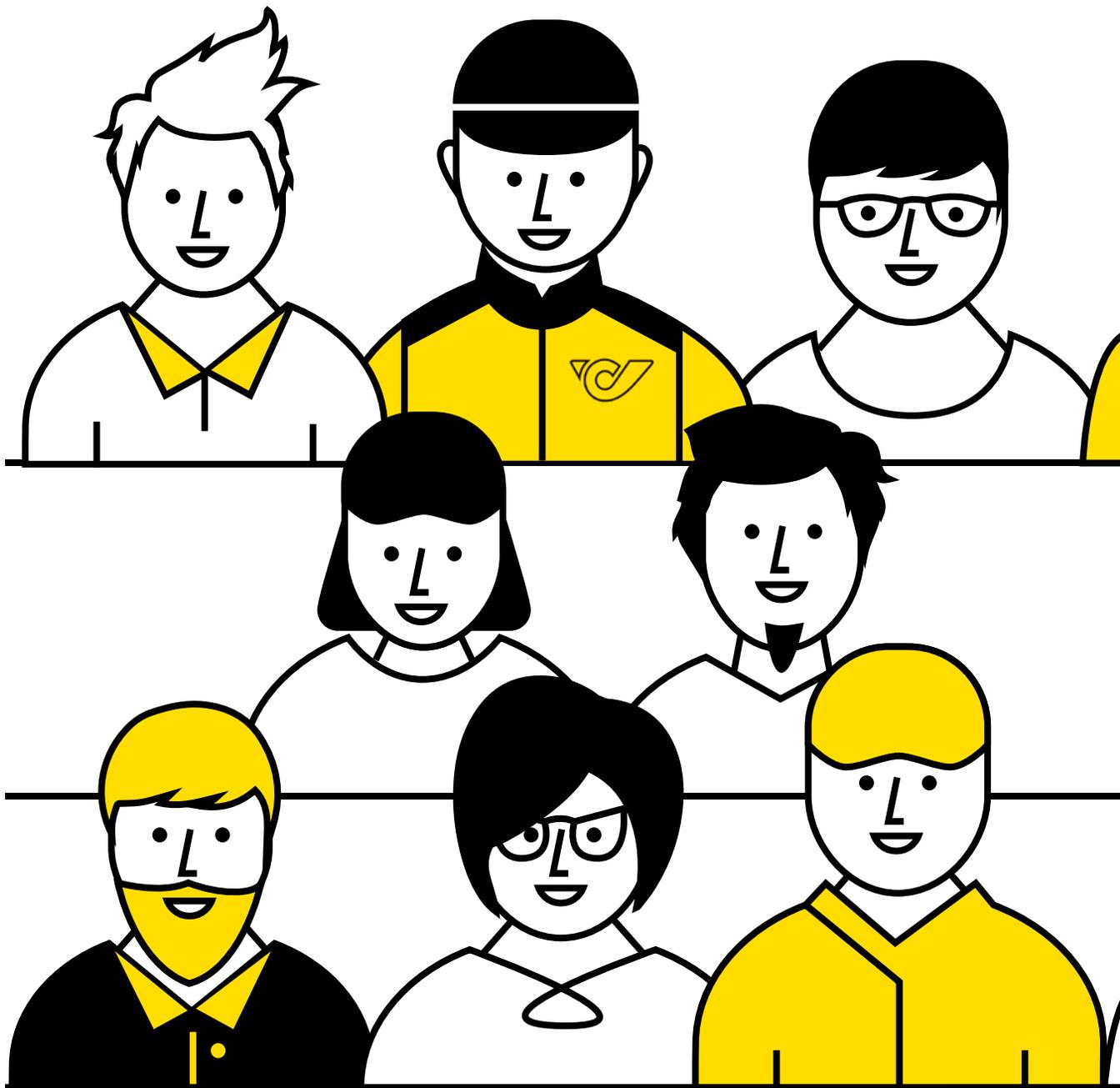
flächendeckenden Einsatz am Logistikmarkt bereit, um einen wesentlichen Beitrag zur Steigerung der Kapazitäten beim Entladen und Umverteilen der steigenden Paketmengen zu leisten.



---

# NEUE ARBEITSWELTEN

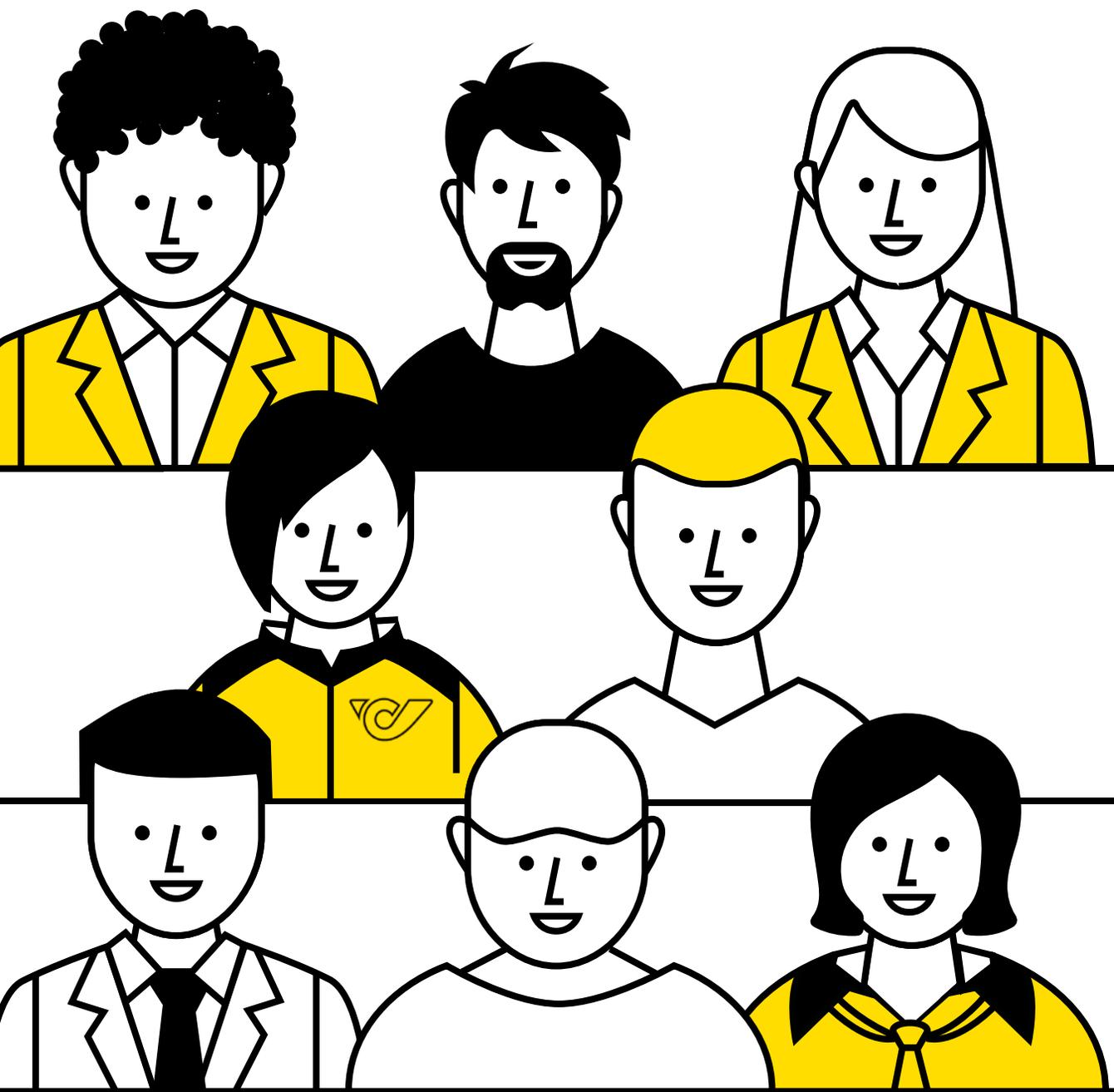
Vielfalt fördern – nachhaltig Mehrwert schaffen.  
Darüber sprechen **Verena Knott-Birklbauer** von der  
Post und die Expertin **Barbara Lutz** im Interview.



**D**ie digitale Transformation verändert auch Berufsbilder. Unternehmen, die ihre Innovationskraft nachhaltig stärken wollen, haben die Zeichen der Zeit erkannt und setzen auf Vielfalt in der Belegschaft. Auch die Österreichische Post hat sich auf eine herausfordernde Reise zu einer Kultur begeben, die Vielfalt allgemein und Geschlechtervielfalt im Besonderen fördert und bewusst nutzt.

**Frau Knott-Birklbauer: Was war der Auslöser für die Österreichische Post, sich überhaupt für ein ausgewogeneres Geschlechterverhältnis im Unternehmen einzusetzen?**

**VERENA KNOTT-BIRKLBAUER (VKB):** Rund ein Drittel unserer Post-Belegschaft ist heute weiblich, in den Führungsebenen sind derzeit noch weniger Frauen beschäftigt. Frauen sind heute somit noch unter-



# „Frauen und die Generation Y ticken ähnlich.“



**BARBARA LUTZ** hat den Frauen-Karriere-Index entwickelt und etabliert.

repräsentiert und wir lassen viel Potenzial liegen. Es gab zwar schon immer Einzelinitiativen für mehr Frauen in der Post, nun stellen wir jedoch gezielt die geschäftsrelevanten Vorteile eines ausgewogenen Geschlechteranteils in den Mittelpunkt und widmen uns dem Thema mit einem strategischen Gesamtkonzept unter meiner Leitung. Mit Transparenz und Commitment in allen Arbeitswelten und auf allen Ebenen möchten wir uns für eine Kultur einsetzen, die Gender-Balance lebt und fördert.

---

## Wie sind Sie beide aufeinander aufmerksam geworden – und wie sieht Ihre Zusammenarbeit jetzt aus?

**VKB:** Ich habe Barbara Lutz in Wien kennengelernt, als sie in einem Vortrag den von ihr entwickelten Frauen-Karriere-Index vorgestellt hat. Dieser misst die Möglichkeiten in Unternehmen, die Karrierepfade von unten bis oben zu durchlaufen. Diese analytische und professionelle Herangehensweise hat uns überzeugt, und wir waren das erste rein österreichische Unternehmen, das sich der Bewertung unterzogen hat. Die Status-quo-Analyse hat uns ausführlich unsere Stärken und Potenziale aufgezeigt und Barbara Lutz hat uns zu entsprechenden Maßnahmen beraten. Wir werden den Frauen-Karriere-Index nun jährlich erheben, um die Fortschritte unseres Engagements für Gender Balance zuverlässig zu messen.

**BARBARA LUTZ (BL):** Neben der Post haben wir bisher fast 200 Unternehmen indexiert. Darüber hat sich ein exzellentes und exklusives Unternehmensnetzwerk entwickelt, dessen indexierte Unternehmen sich regelmäßig intensiv zu ihren Ergebnissen und Erfahrungen austauschen. Das findet auf einer professionellen Ebene und mit einer sehr großen Offenheit statt. Die Bereitschaft, die innovativsten und besten Maßnahmen zu teilen, ist wirklich bemerkenswert hoch.

---

## Warum ist Gender Balance grundsätzlich ein wichtiges Thema für die Wirtschaft, Frau Lutz? Und warum ist es für die Post im Speziellen wichtig, Frau Knott-Birkbauer?

**BL:** Gender Balance ist in einem größeren Zusammenhang zu betrachten. Es geht um die systematischen und strukturellen Veränderungen, die aktuell in fast allen Unternehmen stattfinden.

Diese Transformation wird von der Digitalisierung getrieben. Aber auch die Generation Y, junge Talente am Arbeitsmarkt, nicht nur die Frauen, stellen heutzutage ganz andere Anforderungen an ihr Unternehmen. Ihnen geht es vor allem um Flexibilität und Vereinbarkeit. Der zweite Aspekt betrifft die Themen Transparenz und Offenheit; sie sind Voraussetzung für erfolgreiche Veränderungsprozesse und werden von der Generation Y verstärkt eingefordert. Die junge Generation will, dass zum Beispiel Wissen im Unternehmen offen geteilt wird und Teambuilding-Prozesse transparent ablaufen. All das fördert automatisch eine größere Durchlässigkeit von unten nach oben, auch für neue Ideen. Und wenn sich Unternehmen auf diese Weise öffnen, können sich auch Frauen in der Organisation erfolgreich durchsetzen und Gender Balance erreicht werden.

**VKB:** Diese Transformationsprozesse werden auch für die Post immer wichtiger. Wir glauben an das Potenzial von Vielfalt, auch weil Studien zeigen, dass gemischte Teams schlichtweg erfolgreicher sind. Zudem stehen wir in der Post vor der Herausforderung, neben dem steigenden Druck des Tagesgeschäfts gutes Personal zu finden und zu halten. Mit unserem Engagement für Gender Balance möchten wir sicherstellen, dass wir die besten Talente an Bord haben, uns mit Innovationen am Markt behaupten und Kundennähe im B2B- und B2C-Bereich schaffen.

---

**Frau Lutz, der Volksmund sagt: Frauen sind fleißig und ordentlich, Männer risikofreudig.**

**Gibt es tatsächlich Dinge, durch die sich Frauen und Männer im Beruf grundsätzlich unterscheiden und die jeweils zur Stärke werden?**

**BL:** Unsere Vorstellung davon, was Frauen und Männer typischerweise sind, ist vor allem durch gesellschaftliche Zuschreibungen und Erwartungen geprägt. Wie und was unsere Wahrnehmung der Geschlechter bestimmt, ist also in erster Linie ein soziales Konstrukt, bedingt durch Erziehung, gesellschaftliche Normen, Werte und Stereotype. Um ein Beispiel zu nennen: Ein ehrgeiziger Mann gilt häufig als zielorientiert und fokussiert, eine ehrgeizige Frau dagegen als hart und verbissen. Umso wichtiger ist es, dass jeder seine Wahrnehmung hinsichtlich stereotypischer Zuordnungen kritisch reflektiert. Stärken sind also so individuell, wie es auch Wahrnehmungen sind.

**„Wir fördern Gender Balance, weil gemischte Führungsteams einen positiven Einfluss auf Renditen, Gewinne und Kursentwicklung haben, wie Studien belegen.“**



**VERENA KNOTT-BIRKLBAUER** ist Leiterin des Konzern-Rechnungswesens und der Gender-Balance-Initiative der Österreichischen Post.



---

## Ist- und Zielgrößen<sup>1</sup>

# 35%

Anteil Frauen gesamt 2018

# 41%

Ziel für den Anteil Frauen gesamt 2023

# 31%

Anteil Frauen in Führung 2018

# 39%

Ziel für den Anteil Frauen in Führung 2023

<sup>1</sup> per 31.12.18, in Köpfen, MitarbeiterInnen der Post (exkl. Tochtergesellschaften)



---

### Frau Lutz: Was treibt die Führungskräfte von morgen an? Gibt es da Unterschiede zwischen Frauen und Männern?

**BL:** Wir haben vor allem Veränderungen bei den Männern der jüngeren Generationen beobachtet. Sie stellen, so wie Frauen schon seit Längerem, immer höhere Anforderungen an Flexibilität und Vereinbarkeit.

Das bedeutet nicht, dass die Generation Y weniger arbeiten will. Sie will aber keine Stechuhr. Ihr geht es um Themen wie Sabbaticals und die Work-Life-Balance. Geld und Hierarchien sind nicht mehr so wichtig, entscheidender ist die Frage nach dem Inhalt der Arbeit. Wie sinnvoll ist das, was ich tue? Vor allem Frauen steigen aus, wenn sie den Sinn nicht mehr sehen.



---

## Frau Knott-Birkbauer: Welche Maßnahmen ergreift die Post konkret in Sachen Gender Balance?

**VKB:** Im Zuge meines Auftrags habe ich die Expedition Elly ins Leben gerufen. Namensgeberin ist die Flugpionierin Elly Beinhorn. Als mutige Fliegerin hat sie anspruchsvolle Reisen unternommen. Mit der Expedition Elly begeben auch wir uns auf eine herausfordernde Reise – hin zu einer Kultur, die sich für Gender Balance einsetzt. Neben Pioniergeist sind Ausdauer und gutes Equipment gefragt. Deshalb haben wir alle Arbeitswelten der Post hinsichtlich Beschäftigtenstruktur, Personalkennzahlen und Arbeitsmarktsituation analysiert und uns auf dieser Basis konkrete Ziele vorgenommen. Zusätzlich hat ein Team aus unterschiedlichen Bereichen und Hierarchien der Post Maßnahmen für mehr Gender Balance entwickelt. Im Fokus stehen das Commitment der Führungskräfte, die kommunikative Begleitung und die Verankerung in den HR-Prozessen. Dabei nehmen wir die Gewinnung und Entwicklung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern genauso in den Fokus wie die Flexibilisierung von Arbeitsbedingungen und das Management von Auszeiten und Wiedereinstiegen. Für uns gilt es, das Engagement für Gender Balance in die Fläche zu allen Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen zu tragen, denn die Post ist vielfältig. Ein solcher Kulturveränderungsprozess erfordert Raum und Zeit. Um in der Flugsprache zu bleiben: Das ist keine Kurzstrecke. Wir haben eine Weltumrundung zu meistern.

---

## Welche persönlichen Erfahrungen haben Sie als weibliche Führungskraft bei der Österreichischen Post gemacht?

**VKB:** Ich habe immer schon Chancen aktiv gesucht und genutzt und bin mit Pionierarbeit und meiner Leidenschaft für Veränderungsprozesse meinen Weg in der Post gegangen. Mit der gleichen Leidenschaft möchte ich nun für das Thema Vielfalt begeistern. Dazu fördere ich als Führungskraft Talente beider Geschlechter und gebe Vielfalt in meinen Entscheidungsprozessen Raum und Gewicht. Unsere Gender-Balance-Initiative ist eine echte Chance für die besten Frauen und Männer in der Post, die ihr Potenzial einbringen und weiterentwickeln wollen. Vielfalt bedeutet mehr als Geschlechtervielfalt: Auch unterschiedliche Charaktere, Sichtweisen und Hintergründe sollen keine Benachteiligung erfahren. Denn am Ende des Tages wollen wir vom gelungenen Teamwork der besten Talente und von Transparenz profitieren, statt uns mit Stereotypen zu blockieren.

---

# Maßnahmen für Gender Balance



MitarbeiterInnen gewinnen



Flexibilisierung von Arbeitsbedingungen



Auszeiten und Wiedereinstiege managen



MitarbeiterInnen entwickeln



# DIE BESTEN gewinnen und halten

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind für die Österreichische Post **wesentlich für den Erfolg**. Und die Post will ein Unternehmen sein, für das man gern arbeitet. Dementsprechend legt das Unternehmen Wert darauf, seinen Mitarbeitern das Gefühl zu vermitteln, ein wichtiger Teil des Ganzen zu sein. Sie werden **gehört und gefördert** und damit stärker in das Unternehmen eingebunden.



**F**ür die Österreichische Post machen die Mitarbeiter den entscheidenden Vorsprung im Wettbewerb aus. Das wird auch mit der Digitalisierung so bleiben. Die Kompetenz jedes einzelnen Mitarbeiters stärkt die Post als Ganzes. Das Gesicht nach außen prägen besonders die Mitarbeiter, die die Schnittstelle zum Kunden bilden. So kennen die Zusteller ihre Bezirke sehr genau und wissen, wann sie ihre Kunden am besten erreichen und wo sie gegebenenfalls ein Paket deponieren können.

Der Bedarf nach passenden Mitarbeitern ist groß bei der Österreichischen Post. Vor allem das Paketgeschäft boomt und so ist die Zahl der Mitarbeiter 2018 erstmals wieder gestiegen. Die Post sucht weiter nach neuen Kräften und setzt auf neue Strategien, um im Auge der Bewerber attraktiv zu erscheinen. Aber auch für die bestehenden Mitarbeiter will die Post attraktiv bleiben. Entsprechend investiert sie in verschiedene Programme mit dem Ziel, versierte Mitarbeiter weiterzuentwickeln und neue Mitarbeiter zu gewinnen.

Gewinnen ...



## UM DIE BESTEN WERBEN

Für das Gewinnen neuer Mitarbeiter steht die veränderte Ansprache im Fokus der Post. Sie stellt sich auf die Kommunikationsformen potenzieller Bewerber ein und variiert die Personalsuche je nach ausgeschriebener Position. Für die Ansprache von Berufseinsteigern wählt die Österreichische Post die Kommunikationskanäle der jungen Generation – die sozialen Medien. Denn außerhalb dieser Kanäle ist ihre Aufmerksamkeit nur schwer zu gewinnen, das hat die Post verstanden und geht deshalb neue Wege. So werden Jugendliche mit hippen YouTube-Videos unter dem Motto „Endlich haben, was dir wichtig ist“ abgeholt und auf die Lehrberufe der Post neugierig gemacht.



← Rund 9.000 Zusteller und 1.600 Filialmitarbeiter arbeiten in der vorersten Reihe und sind das Gesicht des führenden Logistik- und Postdienstleister des Landes.



→ Vom Lehrling bis zum Manager – es ist garantiert etwas dabei.





↑ Die Post bietet ein leistungsorientiertes Umfeld, in dem sich die Mitarbeiter entwickeln können.



→ Die Österreichische Post verbindet Tradition mit Moderne und möchte das auch mit dem neuen Erscheinungsbild kommunizieren.

## DEN NACHWUCHS BEGEISTERN

Mit der Lehrlingsoffensive wirbt die Österreichische Post um jungen Nachwuchs für die Post von morgen. Die Auszubildenden will die Post dabei mit zwei Dingen überzeugen: mit einer veränderten Ansprache, die auf junge Menschen zugeschnitten ist, und mit neuen Lehrberufen, die über die bisherigen Berufsbilder hinausgehen. Mit Lehrberufen wie beispielsweise in der Nah- und Distributionslogistik oder der Applikationsentwicklung will die Österreichische Post junge Köpfe für das zukünftige Arbeiten bei der Post ausbilden. Die vielfältigen wie attraktiven Entwicklungsmöglichkeiten in einem etablierten Konzern wie der Post machen das Unternehmen auch für die Generationen Y und Z als Arbeitgeber interessant.

## DEN EINSTIEG ERLEICHTERN

Sind mithilfe der Neuerungen im Recruiting die geeigneten neuen Mitarbeiter gefunden, gilt es, sie vom ersten Tag an gut zu unterstützen und in den Alltag einzubinden. Schließlich sollen sie rasch in ihren Job finden und Freude an der Arbeit entwickeln können. Mit diesem Ziel hat die Post in der Briefdistribution das Projekt ODIN (kurz für: Onboarding, Development, Integration) gestartet, das neuen Mitarbeitern den Einstieg erleichtert. Zum Start werden die neuen Kollegen intensiv begleitet und können so Schritt für Schritt in die neue Aufgabe hineinwachsen.

... und  
weiter-  
entwickeln



## DIE MOTIVATION STÄRKEN

Um Mitarbeiter an das Unternehmen zu binden, fokussiert sich die Post auf ein gutes Arbeitsklima: Mitarbeiter wollen Verantwortung übernehmen, über Neuerungen auf dem Laufenden gehalten werden und sich einbringen können. Dann arbeiten sie motiviert und engagieren sich im Sinne ihres Arbeitgebers – so sehen es Experten und so belegen es zahlreiche Studien. An diesen Erkenntnissen orientiert sich die Post mit ihren Maßnahmen zur Mitarbeiterbindung.

## DIE EIGENVERANTWORTUNG FÖRDERN

Die Post hat beispielsweise mit dem Programm „Teamwork 2018“ ihre Strukturen verändert und die Türen für neue Entscheidungswege geöffnet. Mit weniger Hierarchieebenen werden die Entscheidungen nun jeweils vor Ort getroffen. Das erleichtert die Abläufe und verbessert die Qualität. Der Mitarbeiter übernimmt mehr Verantwortung und fühlt sich als wichtiger Teil des Ganzen. Das motiviert und wirkt sich positiv auf die Arbeitsergebnisse aus.

## DAS WISSEN AUSBAUEN

Gut ausgebildete Mitarbeiter sind motivierter und das gefällt auch dem Kunden. Davon profitiert das Unternehmen. Entsprechend bietet die Österreichische Post in allen Unternehmensbereichen seit Jahren ein breites Spektrum verschiedener Weiterbildungsmaßnahmen an. Beispielsweise konnten Mitarbeiter auch im vergangenen Jahr im Paketzentrum Wien mithilfe postspezifischer Inhouse-Deutschkurse ihre Sprachkenntnisse verbessern. Des Weiteren wirken sich Persönlichkeitstrainings positiv auf das Arbeitsklima aus, da sie den Umgang miteinander verbessern. Darüber hinaus sorgen Schulungen für ein erweitertes internes Know-how und für einen verstärkten Wissensaustausch. Dabei arbeitet man oftmals eng mit externen Experten zusammen, so kooperiert die Post unter anderem für ein Weiterbildungsprogramm mit dem Titel „Zukunft gestalten@Post“ mit der Wirtschaftsuniversität Wien. Mit dem hierbei erlangten Wissen profilieren sich Post-Vertriebsmitarbeiter im Dialogmarketing als Experten und können Kunden zukunftsorientiert beraten.



# PARTNER POST

## Vor Ort

Gemeinsame Ziele. Gegenseitiges Vertrauen. Für den anderen da sein. Die Post steht für diese Werte, wenn es um die Beziehung zu ihren Stakeholdern, insbesondere zu ihren Kunden und Post Partnern, geht. Denn nur mit **Wir-Gefühl** lässt sich das Beste für alle erreichen. Auf das Miteinander!

„Schöner, besser, läääänger ... Das neue Filialkonzept kommt bei den Kunden hervorragend an.“

LEANDER KRALL,  
Filialleiter in  
Wien-Penzing





**„In Österreich  
gibt es keine  
Postkunden  
zweiter Klasse.“**

POST PARTNER  
BÜRGERMEISTER  
FRIEDRICH FÜRST  
aus Martinsberg

**„Ohne Post Partner-  
Filiale würde  
etwas Wesentliches  
fehlen.“**

POST PARTNER  
DIETER GSCHIEL  
aus Seestadt  
Aspern



# PARTNER POST

## Miteinander

Ob in der Stadt oder in ländlichen Regionen – die Post erfüllt ihren Versorgungsauftrag ohne Wenn und Aber. Ihr Anspruch an sich selbst geht dabei weit über die gesetzlichen Vorgaben zur Sicherstellung der flächendeckenden Versorgung Österreichs mit postalischen Diensten hinaus. **Maßgeschneiderte Filialkonzepte, Zusatzleistungen und individuelle Lösungen**, die ein reibungsloses Service auch in abgelegenen Winkeln garantieren, gehören ganz selbstverständlich dazu und leisten einen entscheidenden Beitrag zur erstklassigen Gestaltung der Kommunikationsinfrastruktur des Landes.

Wir haben Stimmen eingefangen, die erzählen, wo und wie die Österreichische Post vor Ort agiert.

### Klein, aber oho! Die Post Partner

„Die Zusammenarbeit mit ortsansässigen Partnern sichert kleineren Gemeinden wie der unsrigen die Versorgung mit Post-Services. Ein wichtiger Mosaikstein bei der Aufrechterhaltung von Arbeitsplätzen und Infrastruktur.“

POST PARTNER  
BÜRGERMEISTER  
FRIEDRICH FÜRST  
aus Martinsberg



### Wo immer Sie sind – die Post ist schon da!

Das Geschäftsstellennetz der Post zählt mit seinen 1.791 Standorten zu den größten Privatkundennetzen des Landes. Neben den 423 eigenbetriebenen Filialen sorgt besonders in ländlichen Regionen das starke Post Partner-Programm dafür, dass die Postdienstleistungen für jeden Kunden optimal erreichbar sind. Durch den bunten Branchenmix der Post Partner, der vom Lebensmittelgeschäft über Tankstellen und Apotheken bis hin zu Bürobedarf und Buchhandlungen und Ähnlichem reicht, werden neben der flächendeckenden Nahversorgung mit Postdienstleistungen oftmals auch die bestehenden wirtschaftlichen Strukturen gesichert. „In Österreich gibt es keine Postkunden zweiter Klasse“, sagt Bürgermeister Friedrich Fürst aus dem niederösterreichischen Martinsberg. Die Marktgemeinde Martinsberg betreibt den Post Partner direkt im Gemeindeamt. „In den ländlichen Gebieten, die von Abwanderung und damit vom Verlust einer guten Infrastruktur bedroht sind, hält die Post die Fahne hoch und ist da, wo die Menschen sie brauchen.“

## Sicherung der Postversorgung und Engagement im sozialen Bereich

Unterstützung für Menschen mit Benachteiligungen am Arbeitsmarkt bietet der sozial-integrative Betrieb Wien Work GmbH. In den Werkstätten, im Restaurant „Speiseamt Seestadt“ und in den Ausbildungsbetrieben in der Seestadt Aspern sind bereits über 300 Menschen in unterschiedlichen Bereichen in Ausbildung oder in Arbeit. Im jungen Wiener Stadtteil ist die von Wien Work betriebene „Textilreinigungs- & Bügelservice“-Filiale zugleich ein Post Partner. „Die Seestadt ist eines der größten Stadtentwicklungsprojekte Europas“, sagt Post Partner und Filialleiter von Wien Work, Dieter Gschiel. „Selbstverständlich gehören wir als Nahversorger mit Kommunikations- und Zusatzdienstleistungen zur Infrastruktur dazu.“

„Ohne die Post würde etwas Wichtiges fehlen“, findet Seestadt-Bewohnerin Maria K. „Einen Anzug in die Reinigung und direkt im Anschluss ein Paket zur Post bringen – so etwas muss ohne lange Wege zu erledigen sein!“ Das ist hier möglich.

## Arbeitsplätze für Menschen mit Benachteiligungen

„Die Post-Partner-Filiale in der Seestadt Aspern bietet Menschen mit Behinderungen einen Wiedereinstieg in den Arbeitsmarkt. Auf dieses soziale Engagement in Zusammenarbeit mit Wien Work sind wir stolz.“



**POST PARTNER  
DIETER GSCHIEL**  
aus Seestadt  
Aspern

## Service mit vielen Zusatzleistungen

„Wir sind Ansprechpartner für diverse Dienstleistungen und haben 2018 auch dank des neuen Filialkonzeptes eine deutliche Steigerung unserer Vertriebsaktivitäten bei Zusatzleistungen wie dem Energiekostenrechner und der A1-Handygarantie erreicht.“

**LEANDER KRALL,**  
Filialleiter in  
Wien-Penzing



## Neue Filialen mit neuem Schwung – das Projekt WIENWOHL20

Aufgrund der Entflechtung von BAWAG P.S.K. und der Österreichischen Post muss die Post aus 42 Bankfilialen in Wien ausziehen. Dabei setzt die Post in der Bundeshauptstadt neue Kräfte frei und erfindet sich mit einem generalüberholten Filialkonzept neu. Das Projekt WIENWOHL20 bringt frischen Wind und sieht die Neueröffnung von 31 modernen Filialen bis Ende 2019 vor. „Wir verstehen uns durch und durch als Serviceanbieter. Die Kundenzufriedenheit hat oberste Priorität“, sagt Leander Krall aus Wien-Penzing. Er leitet eine der neuen Wiener Wohlfühlfilialen, die 2018 feierlich eröffnet wurden. „Längere Öffnungszeiten bis 20 Uhr, ein erweiterter SB-Bereich, Vertrieb und Beratung für interessante Zusatzleistungen und eine Atmosphäre, die mit Lounge-Bereich und Gratis-WLAN zum Verweilen einlädt – so geht Post heute“, meint Krall. Bei seinen Kunden, weiß der Filialleiter, kommt das neue Konzept hervorragend an. Auch aufseiten der Mitarbeiter zeigt die Zufriedenheitskurve nach oben: Der Wohlfühlfaktor am neuen Arbeitsplatz wurde im Rahmen einer Befragung durchwegs im Einserbereich bewertet.



# Noch mehr Komfort FÜR NOCH ZUFRIEDENERE KUNDEN



Post  
Filiale



SB-Zone



Abholstation



Post Partner



Zusteller



Empfangs-  
und Flexibox



Abstell-  
genehmigung



Wunsch-  
nachbar

SERVICESTELLEN DER POST

DER KONTAKT ZU HAUSE

Ab Frühjahr 2019: AllesPost

**Qualität, Service, Zuverlässigkeit** – dafür steht die Post. Doch das i-Tüpfelchen im Postalltag ist das Extra-Lächeln, die Freundlichkeit, das nette Wort. Denn Kundenzufriedenheit ist für die Post und ihre Mitarbeiter viel mehr als ein Begriff. Deshalb gibt es neben den freundlichen Filialmitarbeitern und Zustellern inzwischen auch zahlreiche komfortable Selbstbedienungslösungen, die den Kunden mehr Selbstbestimmung und individuelles Timing einräumen. Auch das schafft ein Plus an Zufriedenheit.

**K**undenwünsche zu kennen und auch höchste Ansprüche zu erfüllen, das steht im Mittelpunkt aller Aktivitäten der Post. An der Zufriedenheit der Kunden bemisst sich ihr Erfolg als Qualitätsdienstleister. Von erweiterten SB-Zonen innerhalb modernisierter Filialkonzepte bis zu maßgeschneiderten Individuallösungen im Versand – alles passt sich an den Kunden und seinen Wunsch nach Selbstbestimmung und Komfort an.

### Verlässlichkeit und Freundlichkeit – die Post kommt gut an

Über 9.000 Zusteller schwärmen täglich aus, um Briefe und Pakete dorthin zu bringen, wo sie erwartet werden. In sechs Brief- und sieben Paket-Verteilzentren wird dafür gesorgt, dass alle Sendungen schnell und zuverlässig ans richtige Ziel kommen. Die Mitarbeiter in den über 1.800 übers ganze Land verteilten Post-Geschäftsstellen bieten das beste persönliche Service rund um Versand- und Kommunikationsdienstleistungen. Ob behördlicher Rückscheinbrief, Flugblatt oder ein Paket – professionelle Abläufe, zuverlässiger Transport und Pünktlichkeit sind für jede Zustellung garantiert. Die hohe Qualität von Versand und Zustellung beeinflussen messbar den Erfolg von Geschäftskunden und tragen maßgeblich zur Stärkung der Reputation der Österreichischen Post auch bei den Privatkunden bei. Doch das Zünglein an der Waage schlägt da aus, wo es persönlich wird. Ebenso wichtig wie reibungslose Abläufe ist die serviceorientierte Kundenansprache, an deren Ausbau und Verbesserung die Post kontinuierlich arbeitet. Mit

## PILOT- Versuch

# 20

Post-Stationen  
jetzt landesweit in  
Hofer-Filialen



↑ Die Post will es den Kunden bequem machen. Pakete erhalten und versenden soll mit möglichst wenig Aufwand verbunden sein. In knapp 20 auf ganz Österreich verteilten Pilot-Filialen wird Hofer deshalb zur Post-Station. Pakete können vom Kunden zur Hofer-Filiale umgeleitet und dort beim nächsten Einkauf abgeholt werden. Auch lassen sich eigene Pakete, z. B. Retouren, von hier aus mühelos versenden. Kommt das Pilotprojekt gut an, soll es weiter ausgebaut werden.

Erfolg: Erstmals lag der Kundenzufriedenheitsindex 2018 im Jahresschnitt bei 70 Punkten, sodass im doppelten Wortsinn gesagt werden kann: Die Post kommt gut bei den Kunden an.





## Bringen, Umleiten, Hinterlegen – flexible Lösungen entlasten den Kunden

Wünsch dir was! Sendungen beim Nachbarn, an einem selbst gewählten Ort, in der Empfangs- beziehungsweise Flexibox oder in einer der 349 Abholstationen hinterlegen zu lassen, anstatt den Zusteller aufgrund von Abwesenheit zu verpassen – das ist dank digitaler Lösungen problemlos möglich. Einfach auf der Website unter [post.at](http://post.at) oder über die Post App am Smartphone wünschen, wählen und bestimmen – und die Post kommt dahin, wo der Empfänger ist. Auch die Verschiebung der Zustellung um bis zu fünf Tage auf einen Zustelltermin, der passt, kann auf diesem Wege festgelegt werden. Diesen Komfort bietet die Österreichische Post ihren Kunden schon länger – und baut ihn weiter aus: Seit 2018 gibt es das neue Abholservice. Sendung einfach mit einem Retourenlabel oder einer Paketmarke vorfrankieren und von zu Hause, vom persönlichen Wunschplatz oder aus der Flexibox von der Post persönlich abholen lassen – auch das ist nun online mit wenigen Klicks buchbar. Das Ziel des Ausbaus solcher Services ist unverkennbar – die Post bleibt in Bewegung und kommt dahin, wo der Kunde ist, getreu dem Motto: Willkommen in der Komfortzone, lieber Kunde. Wir kümmern uns um Sie.

### In Zukunft: AllesPost

Oft ist es nicht möglich, bei Warenbestellungen als Kunde zu bestimmen, wer den Versand übernehmen soll. Doch das sollte für mündige Konsumenten möglich sein. Daher richtet die Österreichische Post ab Frühjahr 2019 ein Service ein, mit dem man künftig festlegen kann, dass alle Pakete von der Post zugestellt werden. Dann übernimmt die Post sämtliche Warensendungen spätestens auf den letzten Metern zum Empfänger – mit allen Vorteilen und aller Verlässlichkeit, die der Kunde von der Österreichischen Post gewohnt ist.

← Die Österreichische Post bietet ihren Kunden mit den Abholstationen flexible Services. Hier können Pakete abgeholt werden, die nicht zugestellt werden konnten.



## Die Vorteile von AllesPost:

- Nie wieder Pakete bei unterschiedlichen Paketshops abholen.
- Pakete bequem empfangen und Zeit sparen.
- Alle Zustellmöglichkeiten der Post nutzen.
- Im Sinne der Umwelt handeln und durch Bündelung die Zahl der Zustellfahrten reduzieren.

## Und so funktioniert's:

1. Sie erhalten eine AllesPost-Adresse, die Sie als zukünftige Empfänger-Adresse angeben. Die AllesPost-Adresse lautet dann zum Beispiel so:  
Max Mustermann  
AP2345678  
Halban-Kurz-Straße 10/1  
1230 Wien
2. An diese Adresse werden dann all Ihre Pakete von allen Transportunternehmen gesendet.
3. Ab jetzt übernehmen die Zusteller der Österreichischen Post und stellen Ihre Sendungen wie gewohnt zu.

---

# Nachhaltigkeitsbericht

39	Statement – Was Nachhaltigkeit für uns bedeutet
40	Die Post im Überblick
42	Integrierte Unternehmens- und Nachhaltigkeitsstrategie
46	Sustainable Corporate Governance
49	Verantwortungsvoller Einkauf
52	Stakeholder Management
54	Wesentliche Themen
57	Wirtschaft
62	Gesellschaft
66	Mitarbeiter
74	Umwelt
82	Über diesen Bericht
84	Facts & Figures
96	GRI-Index
104	Bericht über die unabhängige Prüfung
106	Kontakt und Impressum



→ v.l.n.r. DI WALTER OBLIN, DI DR. GEORG PÖLZL, DI PETER UMUNDUM

# STATEMENT – WAS NACHHALTIGKEIT FÜR UNS BEDEUTET

(GRI) 102-14

Corporate Social Responsibility hat bei der Österreichischen Post einen sehr hohen Stellenwert. Als österreichisches Leitunternehmen übernehmen wir Verantwortung für unser Handeln im gesellschaftlichen Umfeld. Auch zukünftig wollen wir unsere Auswirkungen auf die Wirtschaft, die Mitarbeiter und die Umwelt sowie die Gesellschaft mit einer Vielzahl zielgerichteter Maßnahmen positiv gestalten. Mit „PRO AKTIV! Die Post. Nachhaltig für Österreich“ machen wir deutlich, dass Nachhaltigkeit für uns ein fortlaufender Prozess ist.

Als Unternehmen sind wir unseren Kapitalgebern zu wirtschaftlichem Erfolg verpflichtet. Dabei sind wir uns unserer gesellschaftlichen Verantwortung, unserer Rolle als Arbeitgeber und unseres ökologischen Fußabdrucks bewusst. Die Basis unseres täglichen Handelns bilden unser Leitbild sowie die integrierte Unternehmens- und Nachhaltigkeitsstrategie. Wir berücksichtigen Nachhaltigkeit in unserem Kerngeschäft und richten unsere Projekte entsprechend aus. So sichern wir die erfolgreiche Zukunft unseres Unternehmens.

Um die nachhaltige Ausrichtung unserer Geschäftstätigkeit zu gewährleisten, setzen wir uns jährlich ambitionierte Ziele in unseren vier Dimensionen Wirtschaft, Gesellschaft, Mitarbeiter und Umwelt. Als UN Global Compact Mitglied unterstützen wir auch die Sustainable Development Goals

(SDGs) der Vereinten Nationen. Die Vorreiterrolle, die wir mit unserer Initiative CO<sub>2</sub> NEUTRAL ZUGESTELLT eingenommen haben, wollen wir nicht nur halten, sondern weiter ausbauen. Daher haben wir als eines der ersten österreichischen Unternehmen ein klares Bekenntnis zum Klimaschutz abgelegt und bereits im Jahr 2016 ein wissenschaftlich fundiertes CO<sub>2</sub>-Reduktionsziel bei der Science Based Targets Initiative eingereicht.

Corporate Social Responsibility bedeutet für unser Unternehmen auch, dass wir im regelmäßigen Austausch mit unseren Stakeholdern stehen. Wir wollen die Erwartungen an uns kennen und uns ständig verbessern. Dazu führen wir bei verschiedensten Gelegenheiten einen aktiven Dialog mit unseren Stakeholdern. Das Highlight bildet unser jährlicher Stakeholder Round Table. Dabei schätzen wir die offene und konstruktive Diskussion und bedanken uns bei unseren Stakeholdern für die Bereitschaft dazu. Unser Dank gilt vor allem unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Denn dem Engagement unserer Mitarbeiter verdanken wir, dass die Post ihre wirtschaftlichen, gesellschaftlichen, sozialen und ökologischen Ziele nicht nur erreicht, sondern sogar immer wieder übertrifft.

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

Herzlich,



**DI DR. GEORG PÖLZL**  
Vorstandsvorsitzender  
Generaldirektor



**DI WALTER OBLIN**  
Stv. Vorstandsvorsitzender  
Brief & Werbepost, Finanzen



**DI PETER UMUNDUM**  
Vorstandsmitglied  
Paket & Logistik, Logistiknetzwerk

# DIE POST IM ÜBERBLICK

© 102-1, 102-2, 102-3, 102-5, 102-7, 102-45, 102-46

Mit einem Jahresumsatz von 2,0 Mrd EUR und rund 20.500 Mitarbeitern ist der Österreichische Post-Konzern – im Folgenden Österreichische Post, Konzern bzw. Post genannt – der führende Logistik- und Postdienstleister des Landes. Das Kerngeschäft umfasst die Beförderung von Briefen, Werbesendungen, Printmedien, Paketen sowie verschiedene Logistikdienstleistungen.

## Unternehmensstruktur und Geschäftsfelder

© 102-2, 102-5, 102-7, 102-10

Mehrheitsaktionär des Konzerns ist die Österreichische Beteiligungs AG – ÖBAG (ehemalige ÖBIB – Österreichische Bundes- und Industriebeteiligungen GmbH). Detaillierte Informationen zum Unternehmen sowie zur Aktie der Post und zur Aktionärsstruktur finden Sie im Finanzbericht 2018.

Die Post bündelt ihre Geschäftsaktivitäten in zwei 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 sowie Zeitungen. Darüber hinaus werden Post- und Telekommunikationsprodukte sowie Finanzdienstleistungen angeboten. Die Post stellt zusätzlich auch Energieservices zur Verfügung und 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.

Das Kerngeschäft der Division Paket & Logistik ist die Beförderung von Paketen und „Express Mail Service (EMS)-Sendungen“ für Privat- und Geschäftskunden. Das Leistungsspektrum der Division Paket & Logistik umfasst neben der Expresszustellung auch vielfältige Mehrwertdienstleistungen: Fulfillment-Lösungen wie Lagerung,

### Division Brief, Werbepost & Filialen

**720**

Mio Briefe

**550**

Mio adressierte Werbesendungen und **3,3 Mrd** unadressierte Werbesendungen

**340**

Mio Printmedien und **340 Mio** Regionalmedien

**95,8 %**

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

### Division Paket & Logistik

**108**

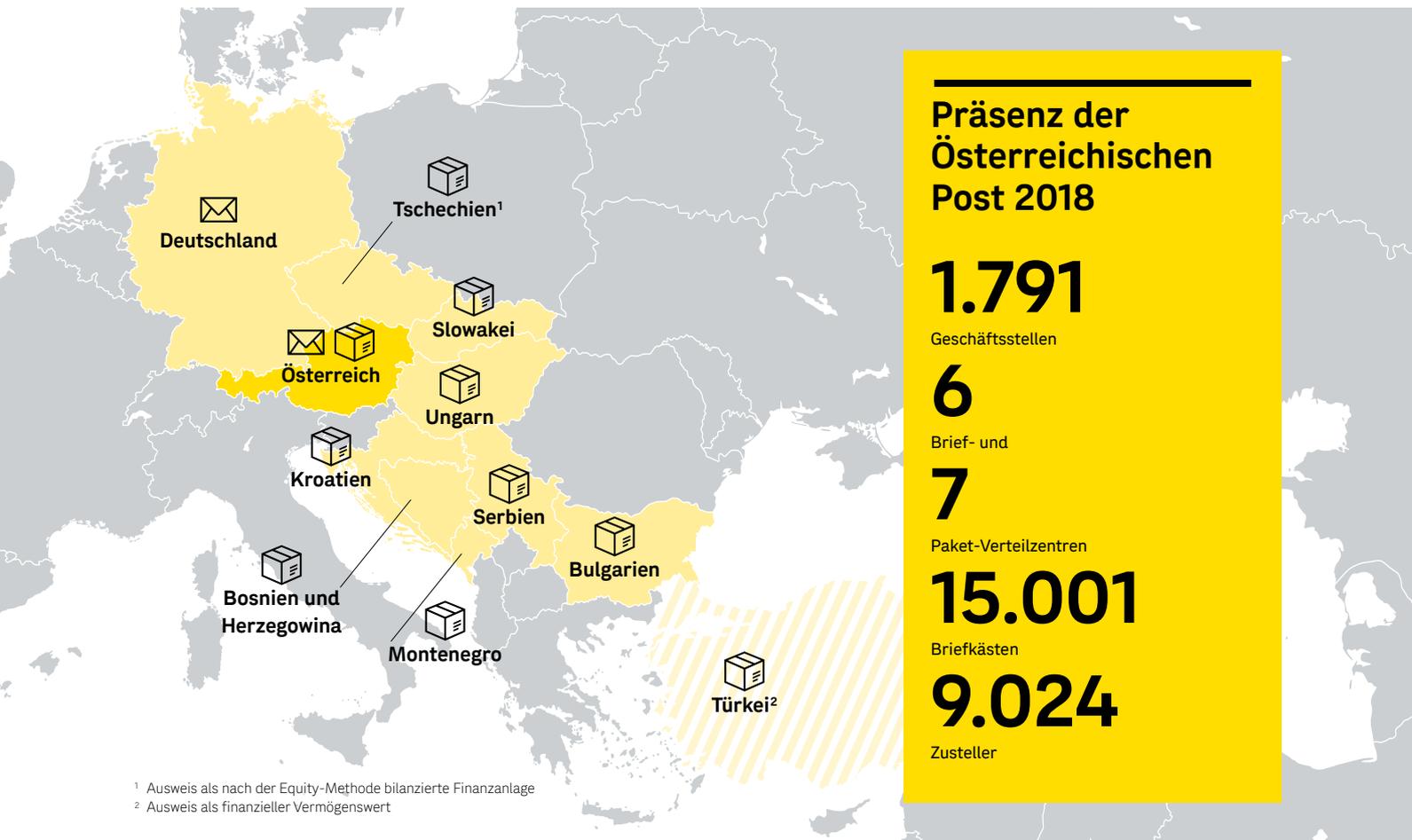
Mio Pakete und EMS-Sendungen

**97,3 %**

aller Pakete an Privatkunden werden innerhalb von zwei Werktagen zugestellt

**91,4 %**

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



Kommissionierung, Retouren-Management, Geld- und Werttransporte, Webshop-Logistik sowie Webshop-Infrastrukturen.

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.

siehe Finanzbericht 2018, S. 04f, S. 16

## Präsenz der Österreichischen Post

102-4, 102-6, 102-7

Die Post ist mit ihren Konzernunternehmen in zehn Ländern aktiv.

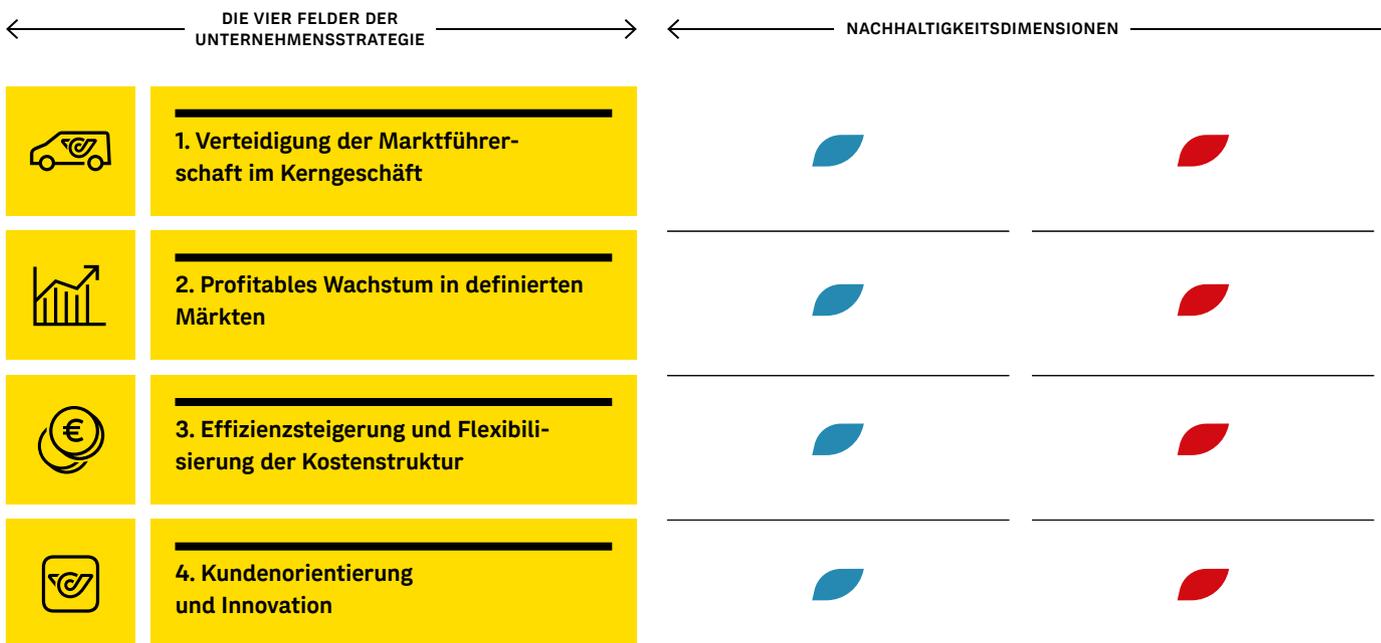
92% des Konzernumsatzes werden in Österreich erwirtschaftet. Hier nimmt die Österreichische Post AG bei der Zustellung von Briefen, Werbesendungen und Printmedien sowie von Paketen eine führende Stellung im Markt ein.

Mit 1.791 Geschäftsstellen, davon 423 eigenen und 1.368 Post Partnern, bietet die Österreichische Post AG ihre Leistungen flächendeckend in Österreich an. Das Geschäftsstellennetz der Österreichische Post AG zählt zu den größten Privatkundennetzen des Landes.

siehe Finanzbericht 2018, S. 04f

# INTEGRIERTE UNTERNEHMENS- UND NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

Die Österreichische Post sieht in der nachhaltigen Ausrichtung ihrer Geschäftstätigkeit eine große Chance. Entsprechend spielen bei der Unternehmensführung neben den wirtschaftlichen auch die ökologischen und sozialen Faktoren eine entscheidende Rolle. Zusammen sichern sie den langfristigen Erfolg des Unternehmens.



Die nachhaltige Ertragskraft hat bei der Post oberste Priorität. Sie ist die Basis für den weiteren Ausbau der Services und Leistungen für die Kunden, für die Forcierung des internationalen Geschäfts und die Modernisierung der Logistikinfrastruktur.

Um die Ertragskraft langfristig zu sichern, setzt die Post auf vier strategische Hebel. Sie bilden den Kern der strategischen Ausrichtung des Unternehmens. Zusätzlich sind die vier Dimensionen der Nachhaltigkeit – Wirtschaft, Mitarbeiter, Gesellschaft und Umwelt – in die Strategie des Unternehmens integriert. Auf diesem Weg ist die fortlaufend nachhaltige Ausrichtung des gesamten Unternehmens gewährleistet. Ganz nach dem Motto: „PRO AKTIV! Die Post. Nachhaltig für Österreich“.

Den vier Nachhaltigkeitsdimensionen sind jeweils zwei Haupt- beziehungsweise Nachhaltigkeitsziele zugeordnet, die die Richtung bestimmen. Jährlich werden zu den Hauptzielen in den Dimensionen Wirtschaft, Gesellschaft, Mitarbeiter und Umwelt Meilensteine mit Zielcharakter

definiert. Sie helfen dabei, die Hauptziele zu erreichen. Die Umsetzung erfolgt im Rahmen verschiedener Nachhaltigkeitsprojekte. Diese orientieren sich wiederum an den vier strategischen Feldern der Unternehmensstrategie. Gleichzeitig berücksichtigen diese Projekte auch die mit den Stakeholdern ausgearbeiteten wesentlichen Themen.

Diese gelebte Integration von Nachhaltigkeits- und Unternehmensstrategie wird in der untenstehenden Grafik anhand von vier ausgewählten Beispielen dargestellt, welche sich auf alle vier Nachhaltigkeitsdimensionen auswirken. Ab dem Jahr 2019 sollen in dieser Matrix wichtige Projekte der Post eingeordnet werden. Dadurch können die Auswirkungen der Projekte durch die Abteilung CSR & Umweltmanagement geprüft und gesteuert sowie die Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten gewährleistet werden.

 Unternehmensstrategie siehe Finanzbericht 2018, S.06ff

 Nachhaltigkeitsziele und Maßnahmen siehe S.58, 63, 67, 75f



**PRO AKTIV**  
für die Mitarbeiter



**PRO AKTIV**  
für die Umwelt

**Ziele:**  
→ Unternehmens- und  
Führungskultur fördern

**Ziele:**  
→ Klima schützen und  
Ressourcen schonen

→ Auf Gesundheit und  
Sicherheit achten

→ Umweltsensibilisierung  
stärken

BEISPIELHAFTHE PROJEKTE -  
„CSR INSIDE“

**Ausbau Logistikzentren**

 S. 12  
 S. 79

**Digitalisierung Post**

 S. 04ff,  
S. 08ff

**CO<sub>2</sub> NEUTRAL  
ZUGESTELLT**

 S. 12ff,  
S. 16ff  
 S. 76

**Kundenlösungen**

 S. 34  
 S. 60f



# Sustainable Development Goals

GRI 102-12, 103-2

Seit 2007 ist die Österreichische Post Mitglied beim UN Global Compact und orientiert sich bei der Umsetzung ihrer Ziele und Aktivitäten an dessen Prinzipien in Bezug auf die Menschen- und Arbeitsrechte, den Umweltschutz und die Antikorruption. Mit dem Bekenntnis zum Global Compact vertritt die Post die 17 globalen Ziele der Vereinten Nationen, die sogenannten Sustainable Development Goals (SDG).

Sie traten im Jänner 2016 in Kraft und sollen 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. In Summe trägt die Post durch ihre Maßnahmen und Programme zur Erreichung von elf der 17 Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen bei.

Wie die SDGs von der Post umgesetzt werden, wird in den einzelnen Kapiteln des Berichts dargestellt und mit dem folgenden Symbol  markiert.

## Sustainable Development Goals der Österreichischen Post

 <p><b>8</b> MENSCHENWÜRDIGE ARBEIT UND WIRTSCHAFTSWACHSTUM</p>	<p>Als Aktiengesellschaft steht die stabile wirtschaftliche Leistung (SDG 8) im Mittelpunkt.</p>			
 <p><b>3</b> GESUNDHEIT UND WOHLERGEHEN</p>	 <p><b>4</b> HOCHWERTIGE BILDUNG</p>	 <p><b>5</b> GESCHLECHTERGLEICHHEIT</p>	 <p><b>10</b> WENIGER UNGLEICHHEITEN</p>	<p>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.</p>
 <p><b>7</b> BEZAHLBARE UND SAUBERE ENERGIE</p>	 <p><b>9</b> INDUSTRIE, INNOVATION UND INFRASTRUKTUR</p>	 <p><b>12</b> NACHHALTIGE/R KONSUM UND PRODUKTION</p>	 <p><b>13</b> MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ</p>	<p>Als Logistikunternehmen gewinnt für die Post 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.</p>
 <p><b>11</b> NACHHALTIGE STÄDTE UND GEMEINDEN</p>	 <p><b>16</b> FRIEDEN, GERECHTIGKEIT UND STARKE INSTITUTIONEN</p>	<p>Im Zuge der Ausübung ihrer Geschäftstätigkeit trägt die Post zu einer nachhaltigen Gesellschaft (SDG 11) und rechtsstaatlichen Entwicklung (SDG 16) bei.</p>		

# Auszeichnungen und Anerkennungen



(GRI) 102-12

Die Post agiert nachhaltig – das wird vom Kapitalmarkt sowie verschiedenen nationalen und internationalen Ratings bestätigt.

MSCI ESG  
RESEARCH LLC



## MSCI ESG RESEARCH

Mit AAA erzielte die Österreichische Post bei den MSCI Environmental, Social und Governance Ratings im Jahr 2018 das bestmögliche Ergebnis. Dabei wurde sie nach dem Best-in-Class-Ansatz mit anderen Unternehmen innerhalb der Branche verglichen und bewertet. Positiv beurteilt wurde vor allem der Ausbau der Elektrofahrzeugflotte. Die attraktiven Vergütungssysteme und Weiterbildungsangebote für die Mitarbeiter sowie die guten und soliden Strukturen in der Unternehmensführung wurden ebenfalls hervorgehoben.



## ISS OEKOM RESEARCH

ISS oekom research ist eine der weltweit führenden Ratingagenturen im nachhaltigen Anlagesegment. Im oekom Corporate Rating vom Mai 2018 wurde die Österreichische Post für ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten mit dem Prime-Status ausgezeichnet. Mit diesem Prime Rating zählt die Post zu den führenden Unternehmen im Nachhaltigkeitsbereich in der Branche Transport und Logistik.



## CARBON DISCLOSURE PROJECT

Beim Carbon Disclosure Project (CDP), der weltweit größten Datenbank für unternehmensrelevante Umwelt- und Klimainformationen, die von Kapitalmarktteilnehmern stark zur Beurteilung potenzieller Investments genutzt wird, erzielte die Post 2018 ein A- Rating. Dieses Ergebnis belegt nicht nur die transparente Umweltberichterstattung der Post, sondern auch die Qualität der eingeleiteten Klimaschutzmaßnahmen.



## ECOVADIS

Die CSR-Tätigkeit der Österreichischen Post AG wurde beim EcoVadis-Rating mit dem „Gold Recognition Level“ ausgezeichnet. EcoVadis ist eine Bewertungsplattform für Nachhaltigkeit, die sich das Ziel gesetzt hat, die Umwelt- und Sozialpraktiken von Unternehmen durch ein CSR-Performance-Monitoring innerhalb der Lieferkette zu fördern und Unternehmen beim nachhaltigen Handeln zu unterstützen.



## VÖNIX

Die erneute Aufnahme in den Nachhaltigkeitsindex VÖNIX der Wiener Börse für die Periode 2018/19 zeigt, dass die Österreichische Post auch aus Sicht des Kapitalmarktes nachhaltig agiert.

## IPC GOLD AWARD 2018

Die Österreichische Post engagiert sich in internationalen Programmen wie dem „Environmental Measurement and Monitoring System“ (EMMS) der International Post Corporation (IPC). 2018 wurde sie mit dem IPC Gold Award ausgezeichnet.

## ENERGY GLOBE AWARD

Anfang 2018 erhielt die Österreichische Post AG für ihr Konzept der Elektromobilität den international renommierten „Energy Globe World Award“. Der Preis wird jährlich für herausragende Projekte mit dem Fokus auf Ressourcenschonung, Energieeffizienz und Einsatz erneuerbarer Energien vergeben.

## AUSTRIAN SUSTAINABILITY REPORTING AWARD

Beim Austrian Sustainability Reporting Award (ASRA) – dem Preis für die besten österreichischen Nachhaltigkeitsberichte – hat die Österreichische Post AG im November 2018 den 3. Platz in der Kategorie „Separater Nachhaltigkeitsbericht großer Unternehmen“ belegt. Mit dem ASRA werden die österreichischen Unternehmen ausgezeichnet, die die Forderung, nachhaltig zu wirtschaften, vorbildlich umsetzen und in ihrem Nachhaltigkeitsbericht transparent darstellen.

---

# SUSTAINABLE CORPORATE GOVERNANCE

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.

Die Post möchte als integrierter und verantwortungsvoller Partner wahrgenommen werden. Eine korrekte, verantwortungsvolle Unternehmensführung sowie das ethisch einwandfreie Handeln aller Führungskräfte und Mitarbeiter spielen in diesem Zusammenhang eine große Rolle.

## Leitbild

 102-16,  16

Jederzeit einwandfreies und vorbildliches Handeln ist eine Anforderung, die an jeden Mitarbeiter der Post gestellt wird – unabhängig von der jeweiligen Position. Um ein gemeinsames Wertesystem und einen eindeutigen Maßstab für Führungskräfte und Mitarbeiter zu schaffen, wurde 2010 das Leitbild ausgearbeitet. Es legt für alle Mitarbeiter fest, über welche Kernwerte die Unternehmens- und Nachhaltigkeitsstrategie umgesetzt wird.

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: Es verdeutlicht, dass sich der nachhaltige Unternehmenserfolg bei der Post nicht nur über ökonomische Aspekte definieren und erreichen lässt, sondern auch über das gesellschaftliche Umfeld, die Umwelt und die Mitarbeiter.

---

 [post.at/leitbild](http://post.at/leitbild)

## Verhaltens- und Ethikkodex

 102-16,  16

Der Verhaltens- und Ethikkodex basiert auf dem Leitbild des Konzerns. Der Kodex beschreibt die Verhaltensgrundsätze, die bei der Post als verbindlich gelten. Damit gibt er

einen Orientierungsrahmen für Mitarbeiter und Führungskräfte und ist die Grundlage einer offenen, wertschätzenden und rechtskonformen Unternehmenskultur. Seine Inhalte spiegeln auch das Bekenntnis der 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. Der Verhaltens- und Ethikkodex steht im Intranet jederzeit zur Verfügung und ist auf der Post-Internetseite in allen Konzernsprachen abrufbar.

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

---

 siehe S. 50

 [post.at/verhaltenskodex](http://post.at/verhaltenskodex)

 [post.at/lieferantenkodex](http://post.at/lieferantenkodex)

## Verantwortung für Nachhaltigkeit

 102-18, 102-19, 102-20

Das Thema Nachhaltigkeit ist für das gesamte Unternehmen von großer Bedeutung. Daher ist es organisatorisch direkt bei Generaldirektor DI Dr. Georg Pölzl in der Abteilung „Corporate Social Responsibility (CSR) und Umweltmanagement“ verankert.

Im Unternehmen wird ein besonderes Augenmerk auf die interdisziplinäre Ausrichtung und Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Bereichen gelegt. Die Basis dafür bildet die integrierte Nachhaltigkeits- und Unternehmensstrategie. Deshalb steht die Abteilung „CSR und Umweltmanagement“ auch im ständigen Austausch mit unterschiedlichen Unternehmensbereichen. In unternehmensübergreifenden

Arbeitsgruppen werden aktuelle nachhaltigkeitsrelevante Themen behandelt sowie Nachhaltigkeitsziele abgeleitet und Maßnahmen definiert.

Um eine auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Unternehmensentwicklung zu gewährleisten, bringt der Vorstand nachhaltigkeitsrelevante Sachverhalte in die höchsten Entscheidungsgremien und -prozesse ein. Das gilt zum Beispiel für Vorstands- und Aufsichtsratssitzungen. Somit nimmt auch der Aufsichtsrat als oberstes Kontrollorgan seine Aufgaben hinsichtlich ökonomischer sowie sozialer und ökologischer Verantwortung des Unternehmens wahr. Wesentliche unternehmerische Entscheidungen über soziale und ökologische Aspekte werden im Einklang mit dem Unternehmensleitbild der Post und auf Basis der einschlägigen rechtlichen Bestimmungen getroffen.

## Corporate Governance

**GRI** 102-18, 103-1, 103-2

Unter Corporate Governance versteht die Österreichische Post die verantwortungsvolle Unternehmensführung. Sowohl der Vorstand als auch der Aufsichtsrat richten die Unternehmensführung und -überwachung an nationalen und internationalen Prinzipien aus. So bekennt sich die Österreichische Post AG seit ihrem Börsengang vorbehaltlos zur Einhaltung des Österreichischen Corporate Governance Kodex (ÖCGK).

Gute Corporate Governance geht weit über die bloße Erfüllung gesetzlicher Vorgaben hinaus. Ebenso wichtig sind die Achtung der Aktionärsinteressen, die Offenheit und Transparenz in der Kommunikation 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.

Über Corporate Governance berichtet die Post jährlich im Corporate Governance-Bericht.

**F** siehe Finanzbericht 2018, S. 20ff

## Risikomanagement

**GRI** 102-11

Eine wesentliche Säule guter Corporate Governance ist ein umfassendes Risikomanagement. Die Post betreibt ein umfangreiches Risikomanagement, das alle Unternehmenseinheiten und Konzerngesellschaften einbezieht. Die Risikopolitik des Unternehmens und die Rahmenbedingungen des Risikomanagementsystems werden vom Konzernvorstand festgelegt.

**F** siehe Finanzbericht 2018, S. 85ff

### Verantwortungsvolle Unternehmensführung



Verantwortungsvolle Unternehmensführung – gute Corporate Governance – zeichnet sich aus durch die Einhaltung (Compliance) von Gesetzen und Regelwerken, die Achtung der Aktionärsinteressen, die Offenheit und Transparenz in der Kapitalstruktur, der Unternehmenskommunikation und der Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat gegenüber allen Stakeholdergruppen. Darüber hinaus ist eine effiziente Zusammenarbeit und Kontrolle zwischen Vorstand und Aufsichtsrat Voraussetzung für eine gute Corporate Governance. Die Österreichische Post AG bekennt sich seit ihrem Börsengang vorbehaltlos zur Einhaltung des Österreichischen Corporate Governance Kodex (ÖCGK).

Das Risikomanagement soll Risiken frühzeitig erkennen und durch geeignete Maßnahmen vermeiden, sodass die Abweichung von den Unternehmenszielen möglichst gering bleibt. Im Interesse der Nachhaltigkeit fließen auch ökologische, soziale und ethische Aspekte in die Risikosteuerung ein. Im Berichtsjahr 2018 gab es keine Nachhaltigkeitsrisiken mit Einfluss auf eine Konzernzielabweichung.

Weitere Details zum zentralen Risikomanagement, zur Risikostrategie und -politik sowie zum internen Kontrollsystem finden Sie im Finanzbericht 2018. Auch die Beschreibung der Risiken, denen die Post gegenübersteht, und Details zu den Umweltrisiken.

Hinsichtlich der immer stärker werdenden Bedeutung von Nachhaltigkeitsrisiken auf das unternehmerische Handeln wurden im Jahr 2018 mehrfach interdisziplinäre Risikoworkshops von den Abteilungen Risikomanagement und CSR & Umweltmanagement organisiert. Dabei wurden in einem interaktiven Prozess die wichtigsten Risiken und Chancen für die Post aus den Themengebieten Wirtschaft, Gesellschaft, Mitarbeiter und Umwelt identifiziert. 2019 wird die Workshopreihe mit anschließender Chancen- und Risikobewertung fortgesetzt.

---

 siehe Finanzbericht 2018, S. 20f, 38f, 43, 49, 51, 54, 57

## Compliance und Antikorruption

 103-1, 103-2

Um das ethisch einwandfreie und vorbildliche Handeln sicherzustellen, haben die Österreichische Post AG und ihre Konzernunternehmen eine auf dem Leitbild und dem Verhaltens- und Ethikkodex basierende Compliance-Kultur etabliert. Die Post misst dem korrekten Umgang mit ihren Geschäftspartnern und Kunden sowie mit Behörden und Institutionen eine besondere Bedeutung zu. Dazu gehört auch, dass alle Beschäftigten des Konzerns im geschäftlichen Umgang jeden Anschein von Bestechlichkeit oder Unredlichkeit vermeiden. Hauptziel der Post ist es, Korruption von vornherein zu vermeiden.

Weitergehende Informationen zu Compliance finden Sie im Corporate Governance-Bericht und zu Antikorruption im Nichtfinanziellen Bericht.

---

 siehe Finanzbericht 2018, S. 50ff

## Datenschutz

 103-1, 103-2

Geschäftskunden überlassen der Post Daten zur reibungslosen Abwicklung von Transport und Zustellung. Auch die Empfänger der Sendungen stellen der Post Daten zur Verfügung. Für die Post sind Vertraulichkeit sowie Informations- und Datensicherheit äußerst wichtige Themen. Deshalb hat die Post das Thema Datenschutz und Datensicherheit als wesentliches Thema identifiziert.

Über Datenschutz und Datensicherheit sowie die Ziele in diesem Bereich berichtet die Post im Nichtfinanziellen Bericht 2018.

---

 siehe Finanzbericht 2018, S. 47ff

 [post.at/datenschutz](https://post.at/datenschutz)

---

# VERANTWORTUNGSVOLLER EINKAUF

Die Post nimmt ihre Verantwortung entlang der gesamten Wertschöpfungskette wahr. Um diesem Anspruch gerecht zu werden, sind neben der Ausgestaltung der internen Prozesse auch jene der Geschäftsbeziehungen hinsichtlich Verantwortung und Integrität entscheidend.

## Verantwortung auf ganzer Linie

© 103-1, 103-2, 102-9

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

Die Post unterscheidet dabei zwischen der Beschaffung für das Kerngeschäft (Infrastruktur & Logistik) und der Beschaffung für die Verwaltung (indirekte Materialien & Services).

Im Rahmen des verantwortungsvollen Einkaufs berücksichtigt die Post bei Einkaufsentscheidungen neben Preis, Qualität und Lieferzeit auch Umwelt- und Sozialaspekte.

Als Logistikunternehmen ist für die Post und ihr Kerngeschäft vor allem die Beschaffung von Energie und Fahrzeugen von Bedeutung. Seit 2012 bezieht die Österreichische

Post AG für Objekte, die im Unternehmensbesitz stehen, und für angemietete Objekte, in denen die Stromlieferungen bekannt und nachvollziehbar sind, ausschließlich Strom aus erneuerbaren Quellen aus Österreich.

Auch bei Neuanschaffungen für den Fuhrpark steht die Umweltverträglichkeit im Vordergrund: Die Österreichische Post AG 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.

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

---

### Infrastruktur & Logistik

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

---

### Indirekte Materialien & Services

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

## Geschäftsbeziehungen der Österreichischen Post AG

Ⓞ 102-9, 102-10, 204-1, Ⓞ 12

Der Konzern-Einkauf verantwortet ein jährliches Auftragsvolumen von rund 0,6 Mrd EUR. Damit gehört die Österreichische Post AG zu den führenden Auftraggebern der Republik.

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

### Corporate Procurement Policy und Local Procurement Policy

Sämtliche Einkäufe über 100.000 EUR unterliegen der konzernweiten Beschaffungsrichtlinie (Corporate Procurement Policy). Für Einkäufe unter 100.000 EUR wird die konzernweite Beschaffungsrichtlinie durch die lokale Beschaffungsrichtlinie (Local Procurement Policy) detailliert.

Beide Richtlinien legen fest, dass sich alle Geschäftsbeziehungen an ethischen Grundsätzen zu orientieren haben und den Geboten der Fairness entsprechen müssen. Ein weiterer Grundsatz gilt der Nachhaltigkeit und fordert eine umwelt- und sozialverantwortliche Ausgestaltung der Beschaffung und Lieferantenbeziehungen. 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.

### Verhaltenskodex für Lieferanten

Ⓞ 205-2, 414-2, Ⓞ 5, 8, 16

Seit 2012 ist der Verhaltenskodex für Lieferanten der Österreichischen Post Teil der Standardunterlagen bei Ausschreibungsverfahren. Die Lieferanten der Post unterliegen 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 Post strategisch bedeutsame, finanziell wesentliche oder langfristige Geschäftsbeziehungen aufnehmen will, wird mittelfristig

## Der Verhaltenskodex für Lieferanten der Post

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

regelmäßig eine Risikobeurteilung durchgeführt, um das Einkaufs- und vor allem das Ausfalls- und Abhängigkeitsrisiko möglichst gering zu halten.

### Vendor Integrity Check

Ⓞ 103-3, 308-2, 414-2, Ⓞ 5, 8, 16

Ab einem jährlichen Nettobeschaffungsvolumen von mindestens 1 Mio EUR beziehungsweise bei High Risk Categories bereits ab 50.000 EUR werden Lieferanten einem Vendor Integrity Check (VIC), einer Compliance-Prüfung, unterzogen. Dieser berücksichtigt neben Compliance-relevanten Aspekten auch Nachhaltigkeitsaspekte, wie etwa Menschenrechte und Arbeitsrecht, Gesundheit und Sicherheit, Umweltschutz sowie Ethik und Unternehmensverantwortung. Im Jahr 2018 wurde der VIC von einer Lieferanten-Selbstauskunft auf einen systemgestützten Prozess umgestellt. Durch den systembasierten Ansatz wird die Datensicherheit und -qualität der erhobenen Informationen wesentlich erhöht. Die erhobenen Daten werden im Anschluss von der Compliance-Abteilung und dem Konzern-Einkauf kritisch geprüft.

Alle geprüften Lieferanten werden im System ins Portfolio aufgenommen, wodurch ein kontinuierliches Monitoring wesentlicher Unternehmensmerkmale startet. Bei kritischen Punkten oder bei Nichterfüllung der Kriterien des VIC werden die Lieferanten zur Stellungnahme aufgefordert oder Maßnahmen in Abstimmung mit der Compliance-Abteilung festgelegt, welche anschließend auf

ihre Umsetzung überprüft werden. Im Sinne der kontinuierlichen Verbesserung des Lieferantenmanagements arbeitet die Post an der Implementierung eines vorgelagerten Prüfprozesses.

Konzerneigene Unternehmen (Töchter- und Schwesterunternehmen), die für die Post Dienstleistungen erbringen und mit welchen Gegenverrechnungen vorgenommen werden, sind als Lieferanten gelistet, jedoch vom VIC ausgenommen. Ebenfalls ausgenommen sind die Postgesellschaften anderer Länder, mit welchen Kooperationsvereinbarungen bestehen. Die internationale Zusammenarbeit und die Rahmenbedingungen des grenzüberschreitenden Postverkehrs werden vom Weltpostverein (Universal Postal Union) geregelt.

# STAKEHOLDER MANAGEMENT

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

## Im Mittelpunkt des Interesses

Ziel des Stakeholder Managements der Post ist es, die Anliegen der Stakeholder kennenzulernen, zu verstehen und sie bei der Entwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie einzubeziehen. Gleichzeitig sollen die heute schon sehr guten und offenen Beziehungen zu den Interessengruppen gefestigt und weiter ausgebaut werden.

Davon ausgehend entwickelt und diskutiert die Post mit ihren Interessengruppen in einem breit angelegten Dialog strategische Ziele, Maßnahmen und deren Umsetzung. Die Nachhaltigkeitsziele und -maßnahmen der Post orientieren sich dabei an den Ansprüchen und Erwartungen der Stakeholder.

## Stakeholdergruppen der Post

GR 102-42

Um die Nachhaltigkeitsstrategie Schritt für Schritt weiterentwickeln zu können, ist die laufende Kommunikation mit den unterschiedlichen Stakeholdergruppen sehr wichtig. Die Interessengruppen der Post setzen sich aus den unterschiedlichsten gesellschaftlichen Bereichen zusammen. Die für die Post relevanten Stakeholdergruppen wurden daher im Jahr 2014 evaluiert und in Anlehnung an die ONR 192500, die zertifizierbare Leitlinie zur ISO 26000, identifiziert.

## Stakeholdergruppen GR 102-40

Aktionäre	Kunden	Mitarbeiter	NGOs	Gemeinden/ Bürgermeister
Behörden	Regierung		Verbände	Sozialpartner
Freunde & Familie	Wettbewerb	Medien	Lieferanten	Transport- dienstleister

Die Österreichische Post führt den Dialog mit unterschiedlichen Stakeholdergruppen. Sie setzt dabei auf verschiedene Dialogformen. Neben dem jährlich stattfindenden Stakeholder Round Table ist die Post im Austausch mit der Politik und gibt über verschiedene Kommunikationskanäle ihren Stakeholdern die Möglichkeit sich einzubringen.

## Im Dialog mit den Stakeholdergruppen

GRN 102-21, 102-43, 102-44

Eine wesentliche Dialogform ist der jährlich stattfindende Stakeholder Round Table. Dieser bietet verschiedenen Stakeholdern, wie Kunden, Lieferanten, Mitarbeitern, NGOs, Investoren oder dem Eigentümer, eine direkte, persönliche Möglichkeit, der Post mitzuteilen, was aus ihrer Sicht wichtig ist und was sie sich von ihr 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. Am 2. Oktober 2018 hat der Stakeholder Round Table zum achten Mal stattgefunden. Mit rund 40 Teilnehmern hat die Post über ihre wesentlichen Herausforderungen der Gegenwart und Zukunft diskutiert. Für die vier Dimensionen der Nachhaltigkeit bei der Post – Wirtschaft, Gesellschaft, Mitarbeiter und Umwelt – wurde ein für die Post wichtiger Aspekt für den Round Table herausgegriffen und anhand von gezielten Fragestellungen zu Risiken und Chancen mit den Stakeholdern diskutiert. So wurde beispielsweise zur Dimension Mitarbeiter der Aspekt Gender Balance erörtert und in der Dimension Umwelt der Aspekt City Logistik gewählt. Innerhalb der Dimension Gesellschaft wurde die regionale Versorgungssicherheit ins Zentrum gerückt und bei der Dimension Wirtschaft stand die Digitalisierung im Mittelpunkt.

Von den Stakeholdern – externen und internen – wurden als wichtigste Aspekte im Bereich Gender Balance die Arbeitszeitflexibilisierung sowie eine notwendige Veränderung auf Führungsebene genannt. Beim Thema City Logistik stand bei den Stakeholdern der weitere Ausbau der E-Mobilität und die Nutzung beziehungsweise Integration der bestehenden (öffentlichen) Infrastruktur für Serviceleistungen im Vordergrund. Im Bereich der Versorgungssicherheit waren Aspekte wie die Nutzung von Filialen als „Click and Collect“-Punkte sowie eine Ausweitung der Öffnungszeiten die wichtigsten Themen. Im Themenbereich Digitalisierung wurden die stärkere Vernetzung von digitalen und physischen Angeboten und die Wahrung des vertrauensvollen Partners als wichtigste Punkte erachtet. Wie die Post die Erkenntnisse des Stakeholder Round Tables in die Themengebiete einfließen lässt, ist in den jeweiligen Schwerpunktkapiteln zu lesen. Der nächste Stakeholder Round Table wird im Herbst 2019 stattfinden.

Darüber hinaus gibt es noch weitere Möglichkeiten für Stakeholdergruppen, sich mitzuteilen, auszutauschen oder einzubringen, die hier nur übersichtsweise aufgezählt 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)

## Im Austausch mit der Politik

Die Post steht in einem kontinuierlichen Austausch mit ihren Stakeholdern. Dazu zählen auch politische Interessenvertreter und Entscheidungsträger. Die Österreichische Post AG setzt sich dafür ein, dass die rechtlichen Rahmenbedingungen sowohl mit den Zielen des Unternehmens als auch mit den Bedürfnissen der Kunden im Einklang stehen. Demzufolge hat die Österreichische Post AG begründetes Interesse, ihre Anliegen im Hinblick auf politische Entscheidungen zu Postmarktregulierung, Brief- und Paketzustellung, Transport und Logistik, Standortpolitik, E-Government und vielen anderen Bereichen an den Gesetzgeber heranzutragen. Ziel dabei ist es, ein breites Verständnis zu fördern, Unterstützung zu gewinnen und die Anliegen bestmöglich durchzusetzen.

### Transparenz über Lobbying und Interessenvertretung

GRN 103-1, 103-2, 103-3

Gemäß per 1. Jänner 2013 in Kraft getretenem Lobbying- und Interessenvertretungs-Transparenz-Gesetz (LobbyG) besteht eine Registrierungs- und Offenlegungspflicht für Unternehmen und Mitarbeiter, die ihre Interessen gegenüber der Politik vertreten beziehungsweise vertreten lassen.

Die Interessen der Post werden durch Mitarbeiter vertreten, aber auch durch Mitgliedschaften in Verbänden (z.B. WKO, Industriellenvereinigung, PostEurop, International Post Corporation, EMOTA) beziehungsweise über externe Berater, die relevante politische Entwicklungen auf nationaler und europäischer Ebene beobachten und an die Post berichten.

Alle relevanten Informationen über die Lobbying-Aktivitäten der Post, 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 (lobbyreg.justiz.gv.at; Registrierungsnummer LIVR-00196), sondern auch im freiwilligen EU-Transparenzregister eingetragen.

# WESENTLICHE THEMEN

Die wesentlichen Themen hat die Österreichische Post in einem interaktiven Prozess von externen Stakeholdern und internen Fachexperten gemeinsam erarbeitet.

(GRI) 102-46, 102-47

Die Bedeutung und Clusterung der wesentlichen Themen wurde gemeinsam mit externen Stakeholdern im Rahmen des Stakeholder Round Table 2017 identifiziert und erörtert. Anschließend wurden diese einer Bewertung hinsichtlich der Wichtigkeit aus der Stakeholderperspektive unterzogen.

Im Anschluss an den Stakeholder Round Table haben interne Expertengruppen die identifizierten wesentlichen Themen bezüglich ihrer ökonomischen, ökologischen und sozialen Auswirkungen bewertet. Der gesamte Prozess wurde von einem Wirtschaftsprüfer begleitet.

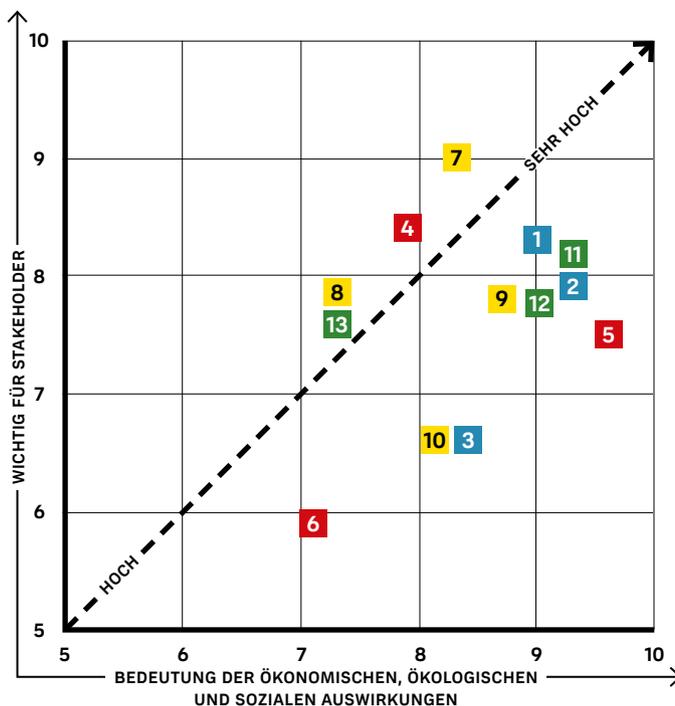
Die Ergebnisse der beiden Abstimmungen wurden in einer Wesentlichkeitsmatrix verankert. Das Ergebnis des Überarbeitungsprozesses der wesentlichen Themen zeigt, dass die Wichtigkeit und Auswirkungen der meisten Themen insgesamt als hoch eingeschätzt werden. Die Themen

Kundennähe, Service- und Kundenorientierung, Klimaschutz und Energie, Innovation und Zukunftstechnologien, regionale Infrastruktur und Versorgungssicherheit sowie Ressourceneffizienz werden von den Stakeholdern als am wichtigsten bewertet und es werden ihnen auch hohe Auswirkungen beigemessen.

Wie die 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 in den vier Schwerpunktkapiteln dieses Berichts erläutert.

Weshalb die Themen wesentlich sind und welche Auswirkungen sie haben, wird in der nachfolgenden Tabelle dargestellt:

Wesentlichkeitsmatrix der Österreichischen Post



## Wirtschaft

- 1 Service- und Kundenorientierung
- 2 Innovation und Zukunftstechnologien
- 3 Wachstum und Wertschöpfung

## Gesellschaft

- 4 Datenschutz und Datensicherheit
- 5 Regionale Infrastruktur und Versorgungssicherheit
- 6 Gesellschaftliches Engagement

## Mitarbeiter

- 7 Kundennähe
- 8 Unternehmenskultur und Arbeitswelten
- 9 Aus- und Weiterbildung
- 10 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

## Umwelt

- 11 Klimaschutz und Energie
- 12 Ressourceneffizienz
- 13 Verantwortungsvoller Einkauf

# Wesentliche Themen der Österreichischen Post

GRI 103-1, 102-46, 102-47

## Schwerpunktthema Wirtschaft

Wesentliche Themen laut Matrix	Auswirkungen und Verantwortung/Einfluss der Post	GRI-Standards/Unternehmensinterne Steuerungsgröße
<b>Wachstum und Wertschöpfung</b>	Wachstum und Wertschöpfung sind zentrale Faktoren für den wirtschaftlichen Erfolg der Post. Weitere indirekte Auswirkungen ergeben sich aus dem davon abhängigen Auftrags-, Steuer- und Abgabenvolumen	GRI 201: Economic Performance GRI 205: Anti-Corruption GRI 206: Anti-Competitive Behaviour GRI 419: Socioeconomic Compliance
<b>Innovation und Zukunftstechnologien</b>	Moderne und innovative Produkte und Services sind eine wichtige Voraussetzung für den wirtschaftlichen Erfolg. Auch andere Unternehmen, der österreichische Staat und die Gesellschaft profitieren von Innovationen und Investitionen in die Infrastruktur	Aktuell existiert kein adäquater GRI Standard. Eine unternehmensinterne Steuerungsgröße ist derzeit in Evaluierung
<b>Service- und Kundenorientierung</b>	Die Kunden aus Österreich, insbesondere die Kunden des Kerngeschäfts der Post, profitieren direkt von der Service- und Kundenorientierung der Post. In Bereichen, in denen die Post die Dienstleistung nicht selbst erbringt, sondern z.B. mit externen Zustellern zusammenarbeitet, hat die Post nur indirekt/begrenzt Einfluss auf die Höhe der Service- und Kundenorientierung	Aktuell existiert kein adäquater GRI Standard. Unternehmensinterne Steuerungsgrößen sind die Ergebnisse der Kundenzufriedenheitsanalyse (CSI)

## Schwerpunktthema Gesellschaft

Wesentliche Themen laut Matrix	Auswirkungen und Verantwortung/Einfluss der Post	GRI-Standards/Unternehmensinterne Steuerungsgröße
<b>Regionale Infrastruktur und Versorgungssicherheit</b>	Die Österreichische Post stellt die regionale Infrastruktur und Versorgungssicherheit für die österreichische Gesellschaft und die Kunden in Österreich sicher. Dieses wesentliche Thema bezieht sich aufgrund des Versorgungsauftrags der Österreichischen Post AG als Universaldienstleister nur auf die Österreichische Post AG und nicht auf ihre Tochtergesellschaften	GRI 203: Indirect Economic Impacts. Weitere unternehmensinterne Steuerungsgrößen sind die Vorgaben des Universaldienstes (flächendeckendes Geschäftsstellennetz und Zustellrate)
<b>Gesellschaftliches Engagement</b>	Sozial benachteiligte Bevölkerungsgruppen aus Österreich werden durch Sozialprojekte der Post unterstützt. Als teilstaatliches Unternehmen möchte die Post ihrer gesellschaftlichen Verantwortung in besonderem Maße nachkommen	Aktuell existiert kein adäquater GRI Standard. Unternehmensinterne Steuerungsgrößen sind die Gesamtausgaben der Sponsorings und Spendenaufträge
<b>Datenschutz und Datensicherheit</b>	Die Post beachtet alle Rechtsvorschriften zum Schutz, zum rechtmäßigen Umgang und zur Geheimhaltung personenbezogener Daten sowie zur Datensicherheit. Personenbezogene Daten werden gemäß den datenschutzrechtlichen Bestimmungen, insbesondere der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO), dem Datenschutzgesetz (DSG), den besonderen Bestimmungen des Postmarktgesetzes und allen weiteren maßgeblichen Gesetzen verarbeitet	GRI 418: Customer Privacy

## Schwerpunktthema Mitarbeiter

Wesentliche Themen laut Matrix	Auswirkungen und Verantwortung/Einfluss der Post	GRI Standard/Unternehmensinterne Steuerungsgröße
<b>Unternehmenskultur und Arbeitswelten</b>	Ein starker gemeinsamer Auftritt der Post und eine positive Unternehmenskultur sind wichtige Grundvoraussetzungen, um den Mitarbeitern ein attraktives Arbeitsumfeld zu bieten. Das fördert die Identifikation und Zufriedenheit der Mitarbeiter. Die Post ist der Meinung, dass nur zufriedene Mitarbeiter optimal zur langfristigen Wertschöpfung der Post beitragen können	GRI 401: Employment GRI 402: Labor/Management Relations GRI 405: Diversity and Equal Opportunity
<b>Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz</b>	Maßnahmen zur Gewährleistung von Sicherheit am Arbeitsplatz sowie des Gesundheitsschutzes wirken sich positiv auf die Gesundheit der Mitarbeiter aus. Nur arbeitsfähige Mitarbeiter können die Versorgungssicherheit in Österreich gewährleisten. Auf die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz bei Partnerunternehmen hat die Post nur begrenzten Einfluss, jedoch werden im Verhaltenskodex für Lieferanten Mindeststandards definiert	GRI 403: Occupational Health and Safety
<b>Aus- und Weiterbildung</b>	Die Mitarbeiter der Österreichischen Post werden individuell gefördert, um ihre beruflichen Herausforderungen optimal bewältigen zu können	GRI 404: Training and Education
<b>Kundennähe</b>	Der regelmäßige Kontakt der Mitarbeiter zu den Kunden ist den Mitarbeitern ein besonderes Anliegen und für die Post ein wichtiger Faktor für die Erreichung einer hohen Kundenzufriedenheit	Aktuell existiert kein adäquater GRI Standard. Unternehmensinterne Steuerungsgrößen sind die Ergebnisse der Kundenzufriedenheitsanalyse (CSI)

## Schwerpunktthema Umwelt

Wesentliche Themen laut Matrix	Auswirkungen und Verantwortung/Einfluss der Post	GRI Standard/Unternehmensinterne Steuerungsgröße
<b>Klimaschutz und Energie</b>	Als Logistikunternehmen ist die Post mit direkten und indirekten (z. B. Partnerunternehmen) Auswirkungen auf die Umwelt verbunden. Auswirkungen auf das Klima und die Luftqualität entstehen insbesondere durch den Betrieb der Fahrzeuge sowie durch den Energieeinsatz beim Betrieb der Geschäftsstellen, Logistikzentren, Zustellbasen und Bürogebäude in Österreich	GRI 302: Energy GRI 305: Emissions
<b>Ressourceneffizienz</b>	Als Logistikunternehmen ist die Post mit direkten und indirekten (z. B. Partnerunternehmen) Auswirkungen auf die Umwelt verbunden. Der bewusste Einsatz und Umgang mit natürlichen Ressourcen, beispielsweise in Bezug auf Energie, Wasser und Abfall, ist für die Post eine Selbstverständlichkeit, um negative Auswirkungen weiter zu reduzieren	GRI 301: Material 2016 GRI 302: Energy 2016 GRI 306: Effluents and Waste 2016
<b>Verantwortungsvoller Einkauf</b>	Die Post nimmt durch die verantwortungsvolle und überwiegend regionale Beschaffung ihre Verantwortung auch in der Lieferkette wahr. Ziel ist es, die negativen Auswirkungen auf Umwelt und Soziales auf ein Minimum zu reduzieren	GRI 204: Procurement Practices GRI 205: Anti-Corruption GRI 206: Anti-Competitive Behaviour GRI 308: Supplier Environmental Assessment GRI 414: Supplier Social Assessment

# WIRTSCHAFT

Tiefgreifende Veränderungen prägen das Umfeld, in dem die Österreichische Post mit ihrem Geschäftsmodell tätig ist. Damit die Post auf diese Veränderungen optimal reagieren kann, beobachtet und analysiert sie dieses Umfeld kontinuierlich.

## Trends und Herausforderungen

Die voranschreitende Digitalisierung, der steigende Wettbewerbsdruck und die Internationalisierung der Märkte sind große Herausforderungen für die Post. Das Unternehmen stellt sich aktiv auf diese Veränderungen ein, um den eigenen wirtschaftlichen Erfolg langfristig zu sichern.

Die Digitalisierung führt zwar zu einem Rückgang der Briefmengen, dafür bietet sie dem Kunden höchste Flexibilität in Bezug auf die Dienstleistungen der Post. Die Post erschließt deshalb neue Geschäftsfelder, um die Umsatzverluste des Briefgeschäfts auszugleichen. Wachstumschancen bietet hier der steigende Online-Handel und das damit verbundene Paketmengenwachstum. Gleichzeitig schafft sie innovative, digitale Lösungen, um die Bedürfnisse der Kunden zu erfüllen. Neben den Konjunktur- und Marktentwicklungen sowie den Faktorkostensteigerungen zählt die Entwicklung der Personalkosten zu den Einfluss- und Erfolgsfaktoren, mit denen sich die Post kurz- und langfristige auseinandersetzen muss.

Im Wesentlichen lassen sich die Trends und Herausforderungen, die Einfluss auf die Post nehmen, wie folgt zusammenfassen:

## Megatrends im Bereich Wirtschaft

### E-SUBSTITUTION – DRUCK AUF DAS KERNGESCHÄFT

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

### STEIGENDER WETTBEWERBSDRUCK

Die ständig zunehmende Bedeutung des Online Shopping führt zu steigenden Paketmengen im privaten Bereich. Gleichzeitig nimmt hier jedoch auch die Wettbewerbsintensität zu.

## Managementansatz der Post

GRN 103-2

Als Marktführer in Österreich verteidigt die Post ihre Spitzenposition beharrlich und will profitabel in den von ihr definierten Märkten wachsen. Damit sie auch künftig erfolgreich ist, investiert sie laufend in den Ausbau und die Modernisierung von Infrastruktur und Arbeitsprozessen. Darüber hinaus verfolgt die Post für ihre Eigentümer eine attraktive Dividendenpolitik.

Um die steigenden Anforderungen der Kunden zu erfüllen, haben Innovationen für die Post eine große Bedeutung. Dabei stellt sich immer die gleiche Frage: Wie kann der Mehrwert für den Versender erhöht und der Komfort für den Empfänger verbessert werden? Bei der Beantwortung dieser Schlüsselfrage profitiert die Post davon, dass sie nah an ihren Kunden und Teil ihres Alltags ist. Die Post kennt die Wünsche und Erwartungen ihrer Kunden. Mit diesem Wissen entwickelt sie entsprechende Angebote und Services. Das sichert die Wettbewerbsfähigkeit der Post.

NI siehe S. 57f

Diese strategische Ausrichtung steht in Einklang mit den wesentlichen Themen, die die Stakeholder der Post im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse im Bereich Wirtschaft bestimmt haben:

### Wesentliche Themen im Bereich Wirtschaft

GRN 103-1

- Wachstum und Wertschöpfung
- Innovation und Zukunftstechnologien
- Service- und Kundenorientierung

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.

von Zusatzleistungen – insbesondere in den Bereichen Paket & Logistik und Online-Lösungen – weiteres Wachstumspotenzial erschließen. Sowohl die Inlands- als auch die Auslandsaktivitäten sollen wirtschaftlich attraktive Erträge generieren, die die Unternehmensentwicklung stärken und den Anteilseignern eine regelmäßige Dividende bringen.

## Erreichtes 2018 und Ziele 2019

 103-3

Die wirtschaftlichen Ziele der Post wurden für den gesamten Konzern definiert und beziehen sich daher auch hinsichtlich der Zielerreichung auf die Konzerndaten. Diese lauten:

### Nachhaltiges Geschäftsmodell der Post weiterentwickeln

Strategisches Ziel ist es, Wert zu schaffen. In den definierten Märkten will die Post mit dem gezielten Angebot

### Kunden und Innovationen in den Mittelpunkt stellen

Strategisches Ziel ist es, die führende Marktposition zu sichern. In ihrem Kernmarkt Österreich strebt die Post daher 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 wirtschaftliche Leistung der Post wird ausführlich im Finanzbericht 2018 dargestellt.

## Wirtschaftsziele im Überblick

### Hauptziel: Nachhaltiges Geschäftsmodell der Post weiterentwickeln

Ziele 2018	Erreicht 2018	Geplant 2019 und darüber hinaus
Ziel, den Konzernumsatz 2018 stabil zu halten (Umsatz 2017 von 1,9 Mrd EUR)	Trotz herausfordernder Rahmenbedingungen wurde das Ziel eines Konzernumsatzes von 2 Mrd EUR erreicht	Ziel, den Konzernumsatz 2019 stabil zu halten (Umsatz 2018 von 2 Mrd EUR)
Laufende Optimierung der Strukturen und Prozesse zur weiteren Kosteneinsparung und Effizienzsteigerung	Auch 2018 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 15,6% ausweisen	Laufende Optimierung der Strukturen und Prozesse zur weiteren Kosteneinsparung und Effizienzsteigerung
Stabiles operatives Ergebnis (EBIT) auf dem Niveau des Jahres 2017 angepeilt (EBIT 2017 von 207,8 Mio EUR)	Das operative Ergebnis (EBIT) der Österreichischen Post lag 2018 mit 210,9 Mio EUR um 1,5% über dem operativen Ergebnis des Vorjahres	Stabiles operatives Ergebnis (EBIT) auf dem Niveau des Jahres 2018 angepeilt (EBIT 2018 von 210,9 Mio EUR)

### Hauptziel: Kunden und Innovationen in den Mittelpunkt stellen

Ziele 2018	Erreicht 2018	Geplant 2019 und darüber hinaus
Forcierung von Online Services, wie der Post App und des E-Briefs	Forcierung von Online Services wie Post App, Postkarten App, Online-Paketmarke erfolgt	Weiterhin Forcierung von Online Services, wie der Post App und des E-Briefs
Mittelfristige Verdopplung der Selbstbedienungslösungen	34.100 Post Empfangsboxen stehen zur Verfügung	Ausweitung der Post Empfangsboxen auf 46.000 bis 2019
	50.070 Fächer in Abholstationen	Ausbau auf 60.000 Fächer in Abholstationen bis 2019
	413 SB-Zonen stehen zur Verfügung	Weiterer Ausbau der SB-Zonen

# Wachstum und Wertschöpfung

GR1 201-1, SDG 2, 5, 7, 8, 9

Wer nachhaltig Werte schaffen will, muss solide und profitabel wirtschaften. Die Post sieht in der nachhaltigen Ausrichtung ihrer Tätigkeiten große Chancen für das gesamte Unternehmen. Dass die Post aus Sicht des Kapitalmarkts bereits nachhaltig agiert, sieht das Unternehmen durch die Bewertung des Carbon Disclosure Projects (CDP) im Jahr 2018 mit einem sehr guten A- Rating sowie weitere ESG Ratings bestätigt.

Seit der vollständigen Marktöffnung Österreichs ist die Österreichische Post AG Universaldienstleister und garantiert die Versorgung des Landes mit qualitativ hochwertigen Postdienstleistungen. Die Österreichische Post AG erwirtschaftet ca. 88% des Konzernumsatzes. Mit ihren Konzernunternehmen ist die Post im Bereich Brief, Werbepost & Filialen sowie Paket & Logistik neben Österreich auch in Deutschland und Südost- und Osteuropa aktiv.

Solide Umsatzentwicklung, nachhaltig hohe Profitabilität und die Fortsetzung der attraktiven Dividendenpolitik sind die erklärten Ziele der Post. So haben die Zielvorgaben aus den Bereichen Umwelt, Gesellschaft und Mitarbeiter einen

positiven Effekt auf Einflussfaktoren der nachhaltigen Profitabilität, wie beispielsweise Mitarbeiterzufriedenheit oder Energieeffizienz. Anders herum kann nur ein wirtschaftlich erfolgreiches Unternehmen seine gesellschaftliche Verantwortung wahrnehmen. Entsprechend ist das Grundverständnis ausgerichtet: Eine nachhaltig erfolgreiche Unternehmenssteuerung muss sowohl finanzielle als auch nichtfinanzielle Aspekte berücksichtigen und zur Wertschöpfung beitragen.

Weiterführende Informationen zum Geschäftsmodell sowie zur Strategie der Post finden Sie im Finanzbericht 2018.

 siehe Ratings, S. 45, und Über die Post, S. 40f

 siehe Finanzbericht 2018, S. 04f, 06ff

## Wertschöpfungsbetrachtung

GR1 201-1, SDG 2, 5, 7, 8, 9

Die Post verfolgt das Ziel einer nachhaltigen Wertschöpfung für ihre Stakeholder. Die Wertschöpfung der Post setzte sich im Jahr 2018 wie folgt zusammen:

### Wertschöpfungsbetrachtung

Mio EUR	Österreichische Post AG <sup>1</sup>			Post-Konzern <sup>2</sup>	
	2016	2017	2018	2017	2018
<b>Entstehung</b>					
Umsatzerlöse und sonstige betriebliche Erträge	1.771,4	1.881,6	<b>1.862,4</b>	2.051,6	<b>2.054,6</b>
abzüglich Vorleistungen	-622,9	-691,1	<b>-705,3</b>	-798,8	<b>-809,0</b>
davon Material und bezogene Leistungen	-339,8	-346,8	<b>-361,9</b>	-409,9	<b>-441,2</b>
davon sonstige betriebliche Aufwendungen	-227,1	-286,8	<b>-274,2</b>	-316,1	<b>-287,1</b>
davon Abschreibungen	-56,0	-57,6	<b>-69,1</b>	-72,8	<b>-80,6</b>
<b>Wertschöpfung</b>	<b>1.148,5</b>	<b>1.190,4</b>	<b>1.157,1</b>	<b>1.252,8</b>	<b>1.245,7</b>
<b>Verteilung</b>					
an Mitarbeiter (Gehälter, Sozialaufwand)	957,1	983,7	<b>935,7</b>	1.023,4	<b>1.011,9</b>
an Aktionäre (Dividende)	135,1	138,5	<b>140,5<sup>3</sup></b>	138,5	<b>140,5<sup>3</sup></b>
an den Staat (Steuern)	32,7	53,8	<b>62,9</b>	59,4	<b>65,1</b>
an Kreditgeber (Zinsaufwand)	0,1	0,4	<b>2,4</b>	0,3	<b>1,0</b>
an Fremdgegesellschafter	0	0	<b>0</b>	-0,2	<b>0,6</b>
Restbetrag	23,6	14,0	<b>15,6</b>	31,4	<b>26,6</b>
<b>Wertschöpfung</b>	<b>1.148,5</b>	<b>1.190,4</b>	<b>1.157,1</b>	<b>1.252,8</b>	<b>1.245,7</b>

<sup>1</sup> nach UGB

<sup>2</sup> nach IFRS

<sup>3</sup> Vorschlag an die Hauptversammlung am 11.04.2019

Dem von der Post im Jahr 2018 erwirtschafteten Umsatz von 2.054,6 Mio EUR (inkl. sonstiger betrieblicher Erträge) standen Vorleistungen von 809,0 Mio EUR gegenüber.

Daraus ergibt sich eine Wertschöpfung der Post von 1.245,7 Mio EUR, die sich zum Großteil auf die Mitarbeiter verteilte: einerseits in Form von Gehältern und Löhnen und andererseits durch den damit verbundenen Sozialaufwand. Insgesamt entfielen damit auf die Mitarbeiter 1.011,9 Mio EUR.

---

 Nähere Informationen zur Ertragslage siehe Finanzbericht

## Zahlungen der Österreichischen Post AG an den Staat

 201-1,  2, 5, 7, 8, 9

Für das Geschäftsjahr 2018 erhält der Mehrheitsaktionär (52,85%) der Österreichischen Post AG – die Österreichische Beteiligungs AG – ÖBAG (vormals Österreichische Bundes- und Industriebeteiligungen GmbH – ÖBIB) 74,3 Mio EUR von insgesamt 140,5 Mio EUR an Dividenden ausbezahlt (vorbehaltlich der Zustimmung der Hauptversammlung am 11. April 2019). Zusätzlich flossen 62,9 Mio EUR in Form von Steuern und Abgaben (steuerliche Abgaben) an den Staat.

## Zahlungen vom Staat an die Österreichische Post AG

 201-1,  2, 5, 7, 8, 9

Die Österreichische Post AG erhält staatliche Fördergelder für einzelne Projekte und beteiligt sich zudem aktiv an Projekten, die von der Europäischen Kommission gefördert werden. Das gilt zum Beispiel für „Smarter Together“. Durch die Förderung und das Know-how des Klima- und Energiefonds, der Österreichischen Forschungsförderungsgesellschaft und der Wirtschaftsagentur Wien sowie anderer staatlicher Förderstellen ist es der Österreichischen Post AG möglich, Vorhaben mit hohem Forschungs- und Innovationscharakter und/oder mit Umweltrelevanz umzusetzen.

---

 [smartertogether.at](http://smartertogether.at)

Das Ziel mehrerer Mobilitätsprojekte, die zum großen Teil vom Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums der EU sowie dem Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus gefördert werden, ist es, klimafreundliche Mobilitätslösungen in Form von E-Fahrzeugen auszubauen. Um die jeweiligen Projektleiter optimal zu unterstützen, hat die Post ein zentrales Fördermanagement eingerichtet, das von der Einreichung bis zur Abrechnung der Projektkosten als kompetenter interner und externer Ansprechpartner fungiert.

## Dividendenpolitik

 201-1,  2, 5, 7, 8, 9

Die attraktive Dividendenpolitik der Post 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. Für das Geschäftsjahr 2018 wird der Vorstand der Hauptversammlung am 11. April 2019 die Ausschüttung von 140,5 Mio EUR (dies entspricht 2,08 EUR pro Aktie) an die Aktionäre vorschlagen.

Die Dividendenpolitik der Post beruht auf einem soliden Geschäftsmodell und einem starken operativen Cashflow. So konnte die Post im Jahr 2018 ihr operatives Ergebnis weiter verbessern, zudem lag der Operative Free Cashflow vor Akquisitionen/Wertpapieren und Growth CAPEX 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 6,9% per Ende des Jahres 2018 zählt die Post sowohl in Österreich als auch international zu den attraktivsten Dividentiteln der letzten Jahre.

## Innovation und Zukunftstechnologien

 103-1, 103-2, 103-3, 201-2, 203-1,  2, 5, 7, 9, 11, 13

In einem veränderten Marktumfeld tragen die Markteinführung innovativer Produkte sowie die Erweiterung der bestehenden Produktpalette wesentlich zum dauerhaften Erfolg eines Unternehmens bei. Die Post arbeitet stetig an der Ergänzung und Verbesserung ihrer Produkte und Services sowie an der Optimierung der laufenden Prozesse und Abläufe.

Die Post setzt auf State-of-the-Art-Technologien und investiert jährlich in die Verbesserung und den Ausbau ihrer Infrastruktur. Dabei beschränken sich die Investitionen und Innovationen nicht auf Sachanlagen, sondern betreffen auch die Art des Arbeitens selbst. Moderne und zeitgemäße Arbeitsmodelle ermöglichen so auch in Zukunft Effizienz und Wirtschaftlichkeit in den Prozessen.

Einer der Forschungs- und Entwicklungsschwerpunkte im Bereich Prozesse und Abläufe liegt auf den Themen Ressourcenschonung und Energieeffizienz. Die Abteilung CSR & Umweltmanagement berät und unterstützt die operativen Bereiche bei deren Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten. Die Österreichische Post AG hat bis Ende 2018 rund 17 Mio EUR in die CO<sub>2</sub>-neutrale und schadstofffreie Zustellung investiert. In Summe beliefen sich die Investitionen der Post im Geschäftsjahr 2018 auf 137 Mio EUR und lagen

damit um 15 Mio EUR über dem Wert des Vorjahres. Davon entfielen 126,5 Mio EUR auf Investitionen in Sachanlagen und 10,5 Mio EUR auf Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände.

Ein Schwerpunkt des Investitionsprogramms lag in der Berichtsperiode im Bereich Betriebs- und Geschäftsausstattung: Neben den laufenden Investitionen im Bereich Fuhrpark wurde vor allem in die Filialausstattung investiert. Über den Fuhrpark und den Ausbau der Elektromobilität wird im Schwerpunktthema Umwelt berichtet. Einen weiteren Schwerpunkt bildeten Investitionen, die im Rahmen des Kapazitätserweiterungsprogramms getätigt wurden.

 siehe S. 78ff

 siehe S. 13ff

## Service- und Kundenorientierung

 103-2

Die Post kennt ihre Kunden gut – das ist eine wesentliche Säule ihres Erfolgs. Denn nur wenn ein Unternehmen weiß, was seine Kunden wollen, kann es innovative und kundenorientierte Services anbieten und dadurch langfristig unternehmerisch erfolgreich sein.

Ganz im Sinne ihres Leitsatzes „Wir stellen den Kunden in den Mittelpunkt“ stellt die Post die Bedürfnisse ihrer Kunden in den Mittelpunkt und arbeitet laufend an neuen Produkten und Services, die punktgenau auf die aktuellen Kundenbedürfnisse nach mehr Flexibilität eingehen. Kundenkomfort und Servicequalität durch flexible Zustellkonzepte und Online-Lösungen stehen dabei im Fokus.

 siehe S. 8ff, 57ff

## Kundenzufriedenheit

 102-43, 102-44, 103-3

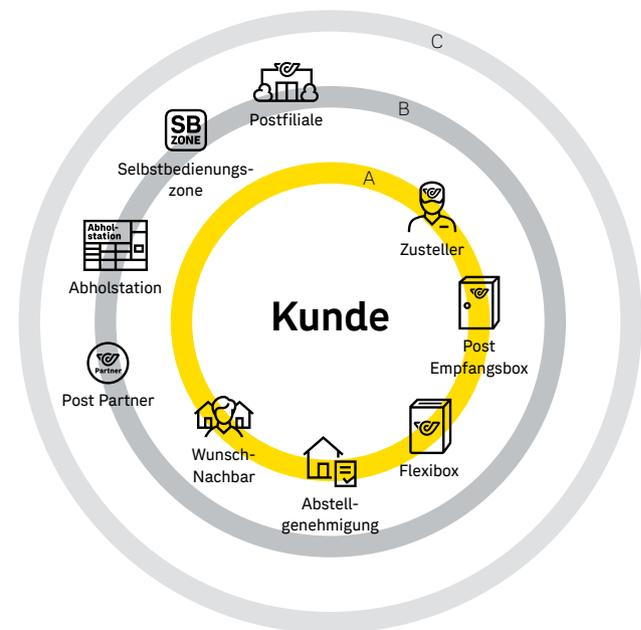
Ob bei neuen Ideen, innovativen Services oder dem gewohnten Angebot – die Post ist immer bestrebt, ihren Kunden sehr gute Qualität zu bieten. Diese danken es mit guten und konstanten Zufriedenheitswerten. Im Berichtsjahr wurde

die Kundenzufriedenheit quartalsweise vom renommierten Institut für empirische Sozialforschung (IFES) erhoben. Mittels repräsentativer Befragungen mit einer Samplegröße von n = 1.000 pro Welle wurde 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; 81 Punkte bis zum Höchstwert von 100 Punkten bedeuten ausgezeichnet.

 siehe Finanzbericht 2018, S. 47ff

### Der Kunde im Mittelpunkt der Post-Services



A – Der Kontakt zu Hause

B – Die Servicestellen der Post

C – Die Zukunft: Die Post „bewegt“ sich mit dem Kunden, rückt näher an seinen Alltag heran, für den Kunden wird alles einfacher

**Kunden-  
zufriedenheit  
2018**

**70**

Punkte beträgt der durchschnittliche CSI-Wert

**49%**

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

**84%**

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

**77%**

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

# GESELLSCHAFT

In Österreich stellt die Post jährlich 5,3 Mrd Sendungen zu und sichert so die Grundversorgung der österreichischen Bevölkerung mit Postdienstleistungen.

## Trends und Herausforderungen

GR1 102-15, 103-2

Das Postgeschäft ist großen Veränderungen unterworfen. Die sich wandelnden Rahmenbedingungen machen an den kundenorientierten Anpassungen notwendig, um die Versorgung der österreichischen Bevölkerung mit Postdienstleistungen auch langfristig zu gewährleisten.

Mit 9.024 Zustellern, 423 eigenbetriebenen Filialen und 1.368 Post Partnern bietet die Österreichische Post AG ihre Leistungen flächendeckend in ganz Österreich an und ist damit verlässlicher Partner für ihre Kunden. Mit einem breiten Angebot an Dienstleistungen – online wie offline – berücksichtigt das Unternehmen die Kundenbedürfnisse und integriert sie über alltagsnahe Lösungen in ihr Kerngeschäft.

Um den gesellschaftlichen Trends und ihren Herausforderungen mit einem geeigneten Managementansatz gegenüberzutreten, werden diese genau beobachtet und die Leistungen daran ausgerichtet.

In der Wahrnehmung und Ausgestaltung ihres Versorgungsauftrags wird die Österreichische Post AG durch verschiedene gesellschaftliche Entwicklungen beeinflusst. Die Gesellschaft wird immer komplexer und die Kunden werden fordernder – eine Aufgabe, der man sich jeden Tag aufs Neue stellen muss. Da der Versorgungsauftrag unmittelbar mit dem Kerngeschäft verbunden ist, sind auch die Herausforderungen im Bereich Gesellschaft eng mit wirtschaftlichen Faktoren verknüpft und resultieren im Wesentlichen aus den folgenden gesellschaftlichen Trends, die das Konsumverhalten beeinflussen.

## Megatrends im Bereich Gesellschaft

### DEMOGRAFISCHER WANDEL

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

### AUSDIFFERENZIERTER LEBENSSTILE

Online oder persönlich, rund um die Uhr und termingerecht – es müssen stets innovative Leistungen angeboten werden.

### NACHHALTIGKEIT UND UMWELTBEWUSSTSEIN

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

## Managementansatz der Post

GR1 103-2

Die Sicherstellung der flächendeckenden Versorgung Österreichs mit postalischen Diensten in erstklassiger Qualität hat für die Österreichische Post AG oberste Priorität, denn sie leistet einen entscheidenden Beitrag zur Kommunikationsinfrastruktur des Landes. Um den genannten Trends und Herausforderungen im Bereich Gesellschaft bestmöglich begegnen zu können, hat das Unternehmen seine Leistungen auf die wesentlichen Themen abgestimmt, die sich aus dem laufenden Dialog mit den Stakeholdern ergeben.

### Wesentliche Themen im Bereich Gesellschaft

GR1 103-1

- Regionale Infrastruktur und Versorgungssicherheit
- Gesellschaftliches Engagement
- Datenschutz und Datensicherheit

Als Universaldienstleister in Österreich gelten für die Österreichische Post AG rechtliche Vorgaben hinsichtlich der Versorgungssicherheit und Zustellgeschwindigkeit, die auf ihre Tochtergesellschaften nicht zutreffen. Dementsprechend ist das wesentliche Thema „Regionale Infrastruktur und Versorgungssicherheit“ ausschließlich für die Österreichische Post AG relevant, weshalb sich das vorliegende Kapitel mehrheitlich auf die Österreichische Post AG bezieht.

Das Thema Datenschutz und Datensicherheit wird im Kapitel Sustainable Corporate Governance sowie im Nichtfinanziellen Bericht behandelt.

Dem steigenden Trend zu Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein begegnet die Österreichische Post AG mit ihrer Initiative „CO<sub>2</sub> NEUTRAL ZUGESTELLT“, die im Kapitel Umwelt näher beschrieben wird.

Darüber hinaus engagiert sie sich auch über die Unternehmensgrenzen hinaus und unterstützt eine Reihe von

gesellschaftsrelevanten, sozialen Projekten und Aktivitäten. Dabei wird großer Wert darauf gelegt, dass das soziale Engagement einen deutlichen Bezug zum Kerngeschäft der Post hat und die Kernkompetenz zur Unterstützung Benachteiligter sinnvoll eingebracht werden kann.

 siehe S. 48, 65, 76f

## Erreichtes 2018 und Ziele 2019

 103-3

Um die Erfolge und Fortschritte in ihrem Schwerpunktfeld Gesellschaft zu messen, hat die Österreichische Post Ziele und Maßnahmen definiert, die jährlich aktualisiert werden. Dadurch werden die Leistungen zu den wesentlichen Themen dokumentiert und gesteuert.

### Gesellschaftsziele im Überblick

#### Hauptziel: Versorgungssicherheit gewährleisten und Rahmenbedingungen gestalten

Ziele 2018	Erreicht 2018	Geplant 2019
Gewährleistung einer jederzeit zuverlässigen Zustellung und Übererfüllung der gesetzlichen Vorgaben durch die Österreichische Post AG	95,8% der Briefe wurden durch die Österreichische Post AG am ersten Werktag nach Einlieferung zugestellt	Gewährleistung einer jederzeit zuverlässigen Zustellung und Übererfüllung der gesetzlichen Vorgaben durch die Österreichische Post AG
Sicherstellung eines österreichweiten Geschäftsstellennetzes über den gesetzlichen Versorgungsauftrag hinaus durch die Österreichische Post AG	Die Österreichische Post AG übertrifft die Vorgaben: Insgesamt 1.791 Standorte umfasste das Geschäftsstellennetz mit Ende 2018	Sicherstellung eines österreichweiten Geschäftsstellennetzes über den gesetzlichen Versorgungsauftrag hinaus

#### Hauptziel: Gesellschaftliches Engagement fördern

Ziele 2018	Erreicht 2018	Geplant 2019
Fortführung der Unterstützung von sozialen Projekten durch die Logistikkompetenz der Post	Insgesamt wurden 412.000 Handys für die Ö3 Wundertüte gesammelt. 7.300 Kinder erhielten Pakete vom Christkind und 3.000 Schulboxen werden jedes Schuljahr durch die Österreichische Post AG landesweit verschickt	Fortführung der Unterstützung von sozialen Projekten durch die Logistikkompetenz der Post

### Regionale Infrastruktur und Versorgungssicherheit

 203-1

Als Universalanbieter für Postdienstleistungen ist die Österreichische Post AG verantwortlich für die flächendeckende, zuverlässige Versorgung Österreichs mit postalischen Diensten sowie die Aufrechterhaltung und Sicherung der Kommunikationsinfrastruktur des Landes. Um dies sicherzustellen, wird das flächendeckende

Standortnetz, welches aus eigenbetriebenen Postfilialen und Post Partnern besteht, kontinuierlich weiterentwickelt.

Die regionalen Infrastrukturen und die Versorgungssicherheit müssen auch auf den demografischen Wandel der österreichischen Gesellschaft Rücksicht nehmen. Deshalb bietet die Österreichische Post AG zeitgemäße Produkte und Dienstleistungen an, die auf die verschiedenen Kundengruppen zugeschnitten sind. Sie verbinden die physischen und digitalen Kommunikationswelten. Um den neuen Lebensstilen entgegenzukommen, arbeitet das Unternehmen laufend an innovativen Produkten und Services, um die aktuellen



Kundenbedürfnisse bestmöglich zu erfüllen. So möchten die Kunden heute ihre Postgeschäfte flexibel und zu unterschiedlichen Zeiten erledigen – genau das macht die Österreichische Post AG mit ihren neuen 24/7-Konzepten möglich. Einen Beitrag zur Erfüllung der Kundenbedürfnisse leisten auch die Wohlfühlfilialen. Ziel ist es, den Aufenthalt in den Filialen für die Kunden so angenehm wie möglich zu gestalten. Neben der Zweckmäßigkeit und Effizienz der Dienstleistungen spielen auch das Erleben, das „Sich-Wohlfühlen“ und die gesamte Atmosphäre eines Ortes eine große Rolle. Insgesamt 19 Filialen sind bereits nach dem Wohlfühlkonzept eingerichtet worden. Mit diesen Maßnahmen kann es gelingen, eine zeit- und kundengemäße regionale Infrastruktur für Postdienstleistungen mit dem Grundbedürfnis nach Versorgungssicherheit zu verbinden.

## Übererfüllung der Anforderungen des Universaldienstes

Mit sechs Brief- und sieben Paket-Verteilzentren sowie 244 Brief- und 16 Paketzustellbasen erfüllt die Österreichische Post AG ihren Auftrag in ausgezeichneter Qualität: 2018 wurden 95,8% der Briefe bereits am nächsten Werktag und 97,3% der aufgegebenen Pakete an Privatkunden innerhalb von zwei Werktagen zugestellt. Beide Werte liegen über den gesetzlichen Anforderungen des Universaldienstes.

Bei der Erstzustellquote von Paketen – ein für die Kundenzufriedenheit sehr wichtiger Faktor – blieb die Österreichische Post AG ihren guten Werten des Vorjahres treu: Im Jahr 2018 konnten 91,4% der Pakete beim ersten Versuch erfolgreich zugestellt werden.

 102-7

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 Österreichische Post AG die Verpflichtungen deutlich: Mit 1.791 Geschäftsstellen, davon 423 eigenbetriebene Postfilialen und 1.368 Post Partner, bietet das Unternehmen seine Leistungen flächendeckend im ganzen Land an. Das Geschäftsstellennetz zählt zu den größten Privatkundennetzen des Landes und so sollte eine Geschäftsstelle für jeden Kunden sehr gut erreichbar sein.

## Triple-win-Situation Post Partner-Konzept

Das Post Partner-Konzept spielt im flächendeckenden Standortnetz der Österreichischen Post AG 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.

Gleichzeitig werden mit dem Post Partner-Konzept aber auch die nachhaltige Versorgung der Bevölkerung gesichert und 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 Österreichische Post AG selbst.

Darüber hinaus gibt es auch Kooperationen mit Post Partnern aus dem Sozialbereich, wie zum Beispiel 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.

Die Österreichische Post AG unterstützt künftige Post Partner auch dabei, bei baulichen Veränderungen ihrer Betriebe rechtzeitig an die richtigen Anforderungen zur barrierefreien Gestaltung zu denken. Um zu einer inklusiven Gesellschaft in Österreich beizutragen, stellt das Post Partner Management in der Region Ost seit heuer Unternehmern, die an einer Post Partnerschaft interessiert sind, Informationsfolder zu einer barrierefreien Bauweise zur Verfügung.

## Dem demografischen Wandel und den ausdifferenzierten 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 Österreichische Post AG die Kundenbedürfnisse zielgruppengerecht bedienen. Mit der zunehmenden Digitalisierung verändern sich Lebensstile und entsprechend auch die Ansprüche: Die Kunden wollen jederzeit und von überall auf die Leistungen zugreifen können und ihre Geschäfte möglichst komfortabel, aber dennoch sicher erledigen.

Diese wesentlichen Trends integriert die Österreichische Post AG in ihren Versorgungsauftrag und geht mit dem kontinuierlichen Ausbau bestehender und der regelmäßigen Einführung innovativer Online-Lösungen darauf ein. So ermöglicht das Unternehmen seinen Kunden, 24 Stunden und sieben Tage in der Woche auf die Post-Leistungen zugreifen zu können.

# Gesellschaftliches Engagement

(GRI) 103-2

Die Österreichische Post sieht es als Teil ihrer gesellschaftlichen Verantwortung an, sich auch für diejenigen einzusetzen, die benachteiligt sind und besondere Unterstützung benötigen. 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.

## Engagement für Benachteiligte

Die Ö3 Wundertüte ist ein Beispiel dafür, wie sich die Österreichische Post AG bereits seit vielen Jahren für Benachteiligte engagiert. Wie auch im Vorjahr wurde die Ö3 Wundertüte in Form eines roten Papiersackerls direkt an alle Haushalte im ganzen Land geliefert. 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 600.000 EUR zusammengetragen und damit Menschen in den schwierigsten Lebenssituationen unterstützt werden.

Im Rahmen der Aktion Pakete fürs Christkind wurde gemeinsam mit dem Samariterbund auch 2018 dafür gesorgt, dass möglichst kein bedürftiges Kind in Österreich zu Weihnachten ohne Geschenk sein musste. Jeder, der ein armutsgefährdetes Kind in Österreich zu Weihnachten beschenken wollte, konnte online kostenlos eine vorfrankierte Paketmarke bestellen, auf das Geschenkpaket kleben und es in einer Post-Geschäftsstelle abgeben. Die Pakete wurden an Sammelstellen des Samariterbundes geschickt, von wo aus haupt- und ehrenamtliche Samariter die Pakete persönlich an Kinder in sozialen Einrichtungen und benachteiligten Familien überbrachten. Österreichweit sind dabei rund 7.300 Pakete verteilt worden.

## Engagement für den Nachwuchs

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

### WIENER TÖCHTERTAG

22 Mädchen haben den 11. Wiener Töchterttag 2018 Ende April im Briefzentrum, im Paketzentrum sowie bei der Güterbeförderung in Inzersdorf verbracht. Dort konnten die elf- bis 16-jährigen Teilnehmerinnen einen Einblick in die berufliche Praxis gewinnen. Ziel des Töchtertages ist es,

Mädchen vor der Berufswahl zu motivieren, neue und für sie teilweise auch ungewöhnliche Ausbildungswege einzuschlagen.

### DIE POST MACHT SCHULE

Unter dem Titel „Die Post macht Schule“ werden jährlich rund 3.000 Schulboxen an Volksschulen verschickt. Diese ansprechend gestaltete Unterrichtsunterlage regt zum Lesen und Schreiben an und bringt den Schülern gleichzeitig das Postwesen näher.

## Engagement für die Kultur

Die „Post-Kulturvereine“ – insgesamt sieben Post-Musikkapellen und zwei Chöre – in ganz Österreich haben rund 400 Mitglieder. Darunter sind auch viele Mitarbeiter der Post, aber nicht ausschließlich: Auch andere Musikbegeisterte können mitmachen. Denn gemeinsames Musizieren sorgt für gute Stimmung und stärkt das Gemeinschaftsgefühl – nicht nur unter Arbeitskollegen. Gemeinsam mit dem Verein post.sozial werden die Post-Kulturvereine finanziell, etwa bei der Anschaffung von Instrumenten und Uniformen, unterstützt.

## Gesellschaftliches Engagement 2018

**412.000**

Handys für die Ö3 Wundertüte

**7.300**

Kinder erhielten Pakete vom Christkind

**3.000**

Schulboxen werden jedes Schuljahr landesweit verschickt

**22**

Mädchen beim Wiener Töchterttag bei der Post

# MITARBEITER

Die Österreichische Post ist ein Dienstleistungsunternehmen. Der Erfolg des Unternehmens beruht ganz wesentlich auf den Fähigkeiten, der Motivation und dem Engagement der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

## Trends und Herausforderungen

GRN 102-15, 103-2

Die Kundenbedürfnisse ändern sich. Die Gründe dafür liegen in der Digitalisierung, dem demografischen Wandel sowie der zunehmenden Mobilität und Flexibilität der Kunden. Diese Entwicklungen stellen neue Anforderungen an die Mitarbeiter der Post. Nur mit qualifizierten Mitarbeitern, die das Unternehmen und neue, innovative Leistungen aktiv mitgestalten, ist die Post in der Lage, den veränderten Service- und Qualitätsansprüchen gerecht zu werden.

Die Digitalisierung verändert Prozesse und Arbeitsabläufe und das erfordert neue Denkweisen und Kompetenzen. Für den Bereich der Führungskräfteentwicklung und Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter ergeben sich daraus neue Anforderungen, auf die sich die Post einstellen muss.

Gleichzeitig verändern sich die Ansprüche der Mitarbeiter. Die Attraktivität als Arbeitgeber hat heute eine viel größere Bedeutung als früher. Besonders Zusatzleistungen, die das Unternehmen neben dem Gehalt bietet, spielen eine immer wichtigere Rolle. Dazu gehören zum Beispiel Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten, durch die sich die Mitarbeiter fachlich wie persönlich entwickeln können, sowie Modelle, die es ermöglichen, Berufliches und Privates miteinander zu vereinbaren.

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

## Megatrends im Bereich Mitarbeiter

### 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 zueinanderstehen.

## Managementansatz der Post

GRN 103-2

Dem Personalmanagement der Post als Dienstleistungsunternehmen kommt eine besondere Bedeutung zu, denn mit seinen Maßnahmen trägt es zum Erfolg und zur Zukunftsfähigkeit des Unternehmens bei. In diesem Zusammenhang spielen ein gutes Arbeitsumfeld, attraktive Karriereemöglichkeiten, 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.

In einem Umfeld, das so stark von Veränderungen und Wandel geprägt ist, sind eine von allen geteilte, klare Vision und gemeinsame Wertvorstellungen für Mitarbeiter wichtig.

Sie ermöglichen es allen, zielorientiert und nachhaltig zu handeln. Das Post-Leitbild ist die Grundlage des Handelns 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 Post und wird durch zahlreiche Maßnahmen aktiv unterstützt.

- Unternehmenskultur und Arbeitswelten
- Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz
- Aus- und Weiterbildung
- Kundennähe (siehe dazu Service- und Kundenorientierung auf S. 61)

## Wesentliche Themen

 103-1

Die Leistungen für Arbeitnehmer der Post sind auf die wesentlichen Themen, die sich aus den Dialogen mit den Stakeholdern ergeben haben, abgestimmt. Sie stellen sich wie folgt dar:

 103-3

Ihre Leistungen und Fortschritte im Bereich Mitarbeiter steuert und überprüft die Post anhand der festgelegten Hauptziele und der daraus abgeleiteten Maßnahmen.

Die Kennzahlen in den gelb hinterlegten Infoboxen beziehen sich auf die Österreichische Post AG.

## Mitarbeiterziele im Überblick

### Hauptziel: Unternehmens- und Führungskultur fördern

Ziele 2018	Erreicht 2018	Geplant 2019
Trainings für Führungskräfte: Durchführung von Schulungen und Seminaren für Führungskräfte im Ausmaß von mindestens 1.000 Personentagen	Schulungen und Seminare für Führungskräfte im Ausmaß von 2.122 Personentagen wurden durchgeführt	Durchführung von Schulungen und Seminaren für Führungskräfte im Ausmaß von mindestens 1.000 Personentagen
Ein Tag beim Kunden: Teilnahme von mindestens 250 Führungskräften am Programm „Ein Tag beim Kunden“	304 Führungskräfte nahmen am Programm „Ein Tag beim Kunden“ teil	Teilnahme von mindestens 250 Führungskräften am Programm „Ein Tag beim Kunden“
Audit „berufundfamilie“: Weiterführung des Re-Audits	Geplante Re-Audits und Maßnahmen wurden weitergeführt und umgesetzt und im Jahresbericht zur Zielvereinbarung festgehalten	Die geplanten Maßnahmen weiterführen bzw. laufend umsetzen

### Hauptziel: Auf Gesundheit und Sicherheit achten

Ziele 2018	Erreicht 2018	Geplant 2019
Herzratenvariabilitätsanalysen: Durchführung von Herzratenvariabilitätsanalysen und Gesundheitsworkshops in mindestens 5 Dienststellen	273 Herzratenvariabilitätsanalysen wurden an 20 Dienststellen durchgeführt	Evaluierung der durchgeführten Maßnahmen
Gesundheitsaktivitäten: Durchführung von 1.000 Gesundheitsberatungen und 15 Gesundheitstagen	Es wurden rund 1.130 Gesundheitsberatungen und 18 Gesundheitstage durchgeführt	Durchführung von 1.000 Gesundheitsberatungen und 15 Gesundheitstagen
Entwicklung und Weiterführung von Gesundheitsprojekten: Die Post bewegt („Richtiges Bewegen bringt allen was“): Erstellung von 10 Kurzfilmen und einer Broschüre zur richtigen Bewegung samt Schulungsoffensive	Erstellung von 12 Kurzfilmen („Richtiges Bewegen bringt allen was“) inklusive Schulungsoffensive	Erstellung einer Broschüre und Plakaten zur richtigen Bewegung samt Schulungsoffensive. Umsetzung des Projekts „Fit2Work“ im Briefzentrum Wien
Evaluierung psychischer Belastungen: Maßnahmenableitung für die Bereiche Paketlogistik Österreich und Verteilzentren sowie Transportlogistik	Evaluierung psychischer Belastungen bei Paketlogistik Österreich sowie Verteilzentren und Transportlogistik abgeschlossen	Evaluierung psychischer Belastungen der Unternehmenszentrale
Unfallprävention: Einführung der Helmtragepflicht für Fahrrad-Zusteller	Einführung der Helmtragepflicht für Fahrrad-Zusteller und deren Ausstattung mit einem gut sichtbaren Posthelm und Erstellung eines Kurzfilmes zur Unfallprävention	Ableitung von Maßnahmen zu den häufigsten Unfallursachen 2018, Erstellung von Plakaten zum Thema „Sturz und Fall“ und Maßnahmen zum Thema Verkehrssicherheit
Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz – Arbeitnehmerschutz: Erstellung einer Broschüre samt Checklisten für die einzelnen Führungsebenen und Bereiche zur einfachen Handhabung und Umsetzung des Arbeitnehmerschutzes	Erstellung einer Broschüre „Sicherheit und Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz“ für die einzelnen Führungsebenen und Bereiche zur einfachen Handhabung und Umsetzung des Arbeitnehmerschutzes	Erstellung von Checklisten für die einzelnen Bereiche zur einfachen Handhabung und Umsetzung des Arbeitnehmerschutzes. Schulungs-/ Unterweisungsoffensive für Führungskräfte

# Unternehmenskultur und Arbeitswelten

Wirtschaftlicher Erfolg bedeutet heute vor allem eines: Unternehmen und Mitarbeiter müssen sich laufend weiterentwickeln und sich ständig an neue Gegebenheiten anpassen können. Dazu 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.

Um sich für die Zukunft gut aufzustellen, hat die Post im Jahr 2010 mit dem neuen Leitbild den Grundstein für einen Kulturwandel gelegt. Die drei Wertekategorien Kundenorientierung, Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit sowie Kommunikation und Wertschätzung und je ein zentraler Leitsatz geben Klarheit und Orientierung, welche Werte das Handeln eines jeden Mitarbeiters prägen sollen und über welche Werte die Strategie umgesetzt wird.

Den Führungskräften kommt dabei eine besondere Bedeutung zu, denn sie handeln in diesem Prozess als Lotsen. Ihre Aufgabe besteht darin, leistungsfördernde Arbeitsbedingungen und ein gutes Betriebsklima zu schaffen, in denen sich Mitarbeiter optimal entfalten können. Daneben sollen sie aber auch Potenziale erkennen und diese individuell fördern.

## FÖRDERUNG DER FÜHRUNGSKULTUR DURCH FÜHRUNGSKRÄFTETRAININGS

Seit 2012 werden Führungskräfte regelmäßig in der eigenen Führungsakademie der Post geschult. Das langfristig angelegte Weiterbildungsprogramm unterstützt Führungs- und Schlüsselkräfte bei der Umsetzung der Führungsleitlinien in der täglichen Arbeitspraxis.

## Eine starke Unternehmenskultur durch Austausch und Wertschätzung

### EIN TAG BEIM KUNDEN

Im Jahr 2018 hatten erneut mehr als 300 Führungskräfte die Gelegenheit, am jährlich stattfindenden „Tag beim Kunden“ Einblick in die Arbeit von Kollegen zu erhalten. Sie nehmen am Arbeitsalltag ihrer Kollegen mit direktem Kundenkontakt teil und lernen die jeweiligen Herausforderungen besser einzuschätzen. Der „Tag beim Kunden“ fördert den Austausch zwischen Mitarbeitern und Führungskräften, das Verständnis füreinander und unterstützt das Post-Leitbild.

### TEAMWORK 2018

Mit dem Konzept „Teamwork 2018“ führte die Österreichische Post AG eine neue Führungskultur ein und verkleinerte Teams in der Briefdistribution. Sie werden nun von einem „Playing Captain“ geleitet. Dieser arbeitet selbst in der Zustellung und kennt damit den Alltag seiner

## Führungstrainings 2018

# 322

Führungskräfte nahmen an der Führungsakademie teil

# 273

Gebiets- und Teamleiter erhielten ein Führungstraining

Mitarbeiter. Die abgeflachte Hierarchie fördert die direkte Kommunikation zwischen Führungskräften und Mitarbeitern. Die Post erwartet sich dadurch Verbesserungen beim Informationsfluss, beim Zusammengehörigkeitsgefühl und der Mitarbeitermotivation. 244 Zustellbasen wurden insgesamt bis Ende 2018 auf „Teamwork“ umgestellt.

## Dialog mit den Mitarbeitern

 102-43

Der offene Dialog, den die Post mit ihren Mitarbeitern pflegt, beruht auf Respekt, Wertschätzung, Ehrlichkeit und Vertrauen. Dazu gehört, dass die Post ihre Mitarbeiter zeitnah und regelmäßig über wesentliche Entwicklungen und Veränderungen im Unternehmen informiert. Den Rahmen bilden zum Beispiel Abteilungs- und Teambesprechungen oder auch Einzelgespräche.

## Zusatzleistungen für Mitarbeiter

Zu motivierenden und leistungsfördernden Arbeitsbedingungen gehört aus Sicht der Post neben einheitlichen Führungsleitlinien und einer offenen Kommunikationskultur auch, den Mitarbeitern Zusatzleistungen zu ihrem Gehalt zur Verfügung zu stellen – unabhängig von Alter, Geschlecht und Beschäftigungsart.

## Beteiligung am Unternehmenserfolg

Die Post ist eines der wenigen Unternehmen Österreichs, die ihre Mitarbeiter am Unternehmenserfolg beteiligen – und das seit über zehn Jahren. So zahlt die Österreichische Post AG ihren Mitarbeitern freiwillig eine EBIT-Prämie aus. Teilbeschäftigte Mitarbeiter erhalten einen entsprechend aliquotierten Betrag.

## post.sozial

 401-2

Über den Verein post.sozial bekommen die voll- und teilzeitbeschäftigten Mitarbeiter der Österreichischen Post Sozialleistungen, die über den gesetzlichen Vorgaben liegen. Der Verein post.sozial ist gemeinnützig und wurde 2005 gegründet. Sein Zweck ist die soziale Betreuung von aktiven Mitarbeitern der Post und deren Tochterunternehmen, aber auch von Mitarbeitern im Ruhestand sowie Angehörigen und Hinterbliebenen von Mitarbeitern.

## Vielfalt und Chancengleichheit

 103-1, 103-2

Soziale Vielfalt bringt weiter. Im Rahmen ihres Diversity-Managements fördert die Post soziale Vielfalt und nutzt sie konstruktiv. Die gelebte Vielfalt bedingt Respekt und Chancengleichheit und fördert zugleich die Innovationsfähigkeit und Kreativität. Dazu hilft sie bei der Erschließung internationaler Märkte und verbessert das Image.

Die Österreichische Post will die individuelle Verschiedenheit ihrer Mitarbeiter hervorheben. Das schafft eine produktive Atmosphäre im Unternehmen. Um Chancengleichheit zu schaffen, tritt sie jeder Form von Diskriminierung, Mobbing und sexueller Belästigung entschieden entgegen.

### CHARTA DER VIELFALT

2013 hat die Österreichische Post AG die Charta der Vielfalt unterzeichnet. Damit hat das Unternehmen ein deutliches Bekenntnis abgegeben, ein Arbeitsumfeld zu schaffen und zu fördern, das frei von Vorurteilen ist.

### Chancengleichheit

Chancengleichheit am Arbeitsplatz und Gleichbehandlung von Mitarbeitern ohne Ansehung des Geschlechts und des Alters sind für die Österreichische Post AG wie auch für ihre Tochtergesellschaften selbstverständlich. Im Rekrutierungsprozess wird streng auf die Gleichbehandlung von Frauen und Männern geachtet.

In zahlreichen Bereichen der ersten und zweiten Berichtsebene haben Frauen Führungsfunktionen inne. Ziel ist es, auch auf oberster Führungsebene die bestmögliche Diversität zu erreichen und den Frauenanteil in leitenden Positionen schrittweise zu erhöhen. Zu diesem Zweck wurde im Jahr 2017 das Programm „Mentoring für Frauen in der Österreichischen Post“ initiiert. Rund 25 ausgewählten weiblichen Nachwuchsführungskräften, Mentees genannt, steht eine erfahrene Führungskraft aus einem anderen Unternehmen als Mentor beziehungsweise Mentorin für Karriere- und Entwicklungsfragen zur Verfügung. Im Vordergrund stehen die persönliche und fachliche

## post.sozial 2018

# 6,13

Mio EUR materielle Mittel  
gesamt von post.sozial

# 54.330

Nächtigungen durch  
fair.reisen

# 3,84

Mio EUR: Wert der Essensbons  
durch helfens.wert

# 22.821

vergünstigte Eintrittskarten  
durch sehens.wert

Weiterentwicklung der Mentees sowie der gegenseitige Erfahrungsaustausch. Die Patronanz für das am 1. Jänner 2018 gestartete Mentoringprogramm haben die Aufsichtsratsvorsitzende Edith Hlawati und ihre Stellvertreterin Edltraud Stiftinger übernommen.

### GENDER BALANCE

Mit dem Leuchtturmprojekt „Expedition Elly“ entwickelte die Post 2018 eine Strategie für Gender Balance im Unternehmen. Mit vielfältigen Teams wurden die Strategie sowie Ziele und Maßnahmen erarbeitet. So will die Post zukünftig einen ausgewogenen Geschlechteranteil erreichen und sicherstellen, dass sie ein Vorzeigeunternehmen für Innovation und Kundennähe bleibt.



siehe S. 20ff

### VEREINBARKEIT VON BERUF UND FAMILIE

Um die Post als Arbeitgeber für Frauen attraktiv zu machen, werden vor allem Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie ergriffen und entsprechende Karrierewege geschaffen. Im Jahr 2016 erhielt die Österreichische Post AG erneut das Zertifikat „berufundfamilie“ des österreichischen Familienministeriums, das bis 2019 gültig ist. Sie bietet flexible Arbeitszeitmodelle, Einbindung von karenzierten Mitarbeitern in das interne Informationsnetz sowie eine umfangreiche Informationsplattform zu Themen wie Karenz oder Kinderbetreuung.

Der Frauenförderungsplan der Österreichischen Post wurde im Jahr 2017 neu aufgelegt. Ziel des Plans ist es, auf Basis des Bundes-Gleichbehandlungsgesetzes (B-GIBG)

die Chancengleichheit von Frauen und Männern im Unternehmen sicherzustellen und den Frauenanteil in von ihnen unterrepräsentierten Bereichen zu erhöhen. Als Maßnahme zur Erreichung dieses Ziels wurde unter anderem die Durchführung eines jährlichen Equality-Checks festgelegt. Mithilfe dieses Instruments wird die Umsetzung des Frauenförderungsplans in der Österreichischen Post AG sowie in den Tochtergesellschaften überprüft.

## Gleichbehandlung

Das Gleichbehandlungsgebot besagt, dass niemand aufgrund von Geschlecht, Alter, ethnischer Zugehörigkeit, Religion oder Weltanschauung, sexueller Orientierung oder Behinderung benachteiligt werden darf.

Der Post ist es ein wichtiges Anliegen, dass Menschen mit Behinderungen gleichberechtigt am Arbeitsleben teilhaben können. So wichtig, dass sie diese Verantwortung in den vergangenen Jahren über die gesetzlichen Rahmenbedingungen hinaus wahrgenommen hat. 1.207 Mitarbeiter mit Behinderung waren im Jahr 2018 bei der Österreichischen Post AG beschäftigt.

## Anlaufstellen für Mitarbeiter

Die Post bietet eine Vielzahl an Programmen und Initiativen, die Mitarbeiter fördern und unterstützen sowie zu einem positiven Arbeitsklima beitragen sollen. Dennoch kann die persönliche Situation 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 geht.

## Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

(GRI) 103-2

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.

Mit 1.1.2018 wurde die Richtlinie „Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz – Arbeitnehmerschutz“ erlassen und damit die den Arbeitnehmerschutz betreffenden Rahmenbedingungen für die Österreichische Post AG neu geregelt.

## Mitarbeitervielfalt 2018

(GRI) 405-1, (SDG) 5, 8

3.210 Mitarbeiter stammen aus insgesamt

89

verschiedenen Nationen (ohne Österreich)

38 der Post-Führungskräfte kommen aus

14

Nationen

24 %

der Führungskräfte sind weiblich,

30 %

der Mitarbeiter sind weiblich

 Weitere Mitarbeiterkennzahlen siehe S. 85ff

 Für Informationen zur Diversität im Vorstand und im Aufsichtsrat siehe Finanzbericht, S. 21ff

Insbesondere wurde Verantwortung und Kontrolle für den Arbeitnehmerschutz bezogen auf die einzelnen Dienst- bzw. Arbeitsstätten neu geregelt und in einem kaskadischen System die Prüfpflichten neu festgelegt. In diesem sind die Kontrollpflichten jeder einzelnen Führungskraft genau vordefiniert. Um die Führungskräfte dabei bestmöglich zu unterstützen, wurde im Jahr 2018 zunächst eine Awareness-Kampagne gestartet und der Inhalt der Richtlinie – zur leichteren Handhabung vereinfacht und mit Handlungsanweisungen versehen – in einer Broschüre zusammengefasst. Im Herbst wurde die Schulungskampagne für Führungskräfte gestartet, um das Bewusstsein der Verantwortlichkeiten und ihre Vorbildfunktion zu schärfen. Weiters sind Checklisten in Ausarbeitung und werden mit den Fachbereichen abgestimmt. Im Jahr 2019 soll die Schulungsoffensive ausgeweitet werden.

## Gesundheitsmanagement

Im Rahmen ihres Gesundheitsmanagements bietet die Post an verschiedenen Standorten in Österreich präventive Maßnahmen zur Erhaltung und Förderung der Gesundheit und Arbeitsfähigkeit der Mitarbeiter an. Beispiele dafür sind Impfungen, Raucherentwöhnungen und augenmedizinische Untersuchungen. Zusätzlich finden regelmäßig Gesundheitsberatungen und Gesundheitstage statt.

### AKTION „GESUNDES HERZ UND DU“

Im Jahr 2018 standen die Weiterentwicklung des Projekts „Gesundes Herz und Du“ zur Prävention von Herzkrankheiten sowie die Grippeimpfungen im Fokus. Arbeitsmediziner der Post informierten in persönlichen Gesprächen Mitarbeiter über ihr individuelles Herz-Kreislauf-Risiko und erklärten vorbeugende Maßnahmen.

### STRESSMANAGEMENT UND HERZRATEN-VARIABILITÄTSANALYSEN

Das Projekt „Stressverarbeitungsscheck zur Förderung der Gesundheit am Arbeitsplatz“ gab Mitarbeitern auch 2018 wieder die Möglichkeit zur Messung ihrer Herzratenvariabilität. Dabei wurden die Stressverarbeitung und die Regenerationsfähigkeit gemessen. Abgerundet wurde diese Maßnahme durch ausführliche Informationsgespräche und Workshops.

### GESUNDHEITSTAGE

Im Jahr 2018 wurden an unterschiedlichen Standorten wieder Gesundheitstage angeboten. Die Mitarbeiter konnten ihre Lungenfunktion testen und mittels Body Composition Analyser die Fett- und Muskelmasse sowie den Wassergehalt des Körpers ermitteln lassen. Darüber hinaus gab es Informationen zu gesunder Ernährung und Entspannung.

### EVALUIERUNG PSYCHISCHER BELASTUNGEN

Auch 2018 hat die Österreichische Post AG die Evaluierung psychischer Belastungen fortgesetzt. Mitarbeitergruppen wurden repräsentativ für unterschiedliche Tätigkeitsbereiche, zum Beispiel Maschinenverteilung oder Handsortierung, gebildet und die gruppenspezifischen Belastungen erhoben. Dazu wurden Workshops durchgeführt und Maßnahmen entwickelt, die nun umgesetzt werden.

### 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, beteiligen sich die Post und post.sozial durch die Übernahme der Anmeldegebühr für verschiedene Laufveranstaltungen und eine eigene Post-Laufbekleidung.

## Gesundheitsmanagement 2018

# 18

Gesundheitstage gab es. Insgesamt wurden die verschiedenen Stationen mehr als **1.300** Mal besucht

# 174

Standorte boten Gesundheitsberatungen zur Prävention von Herzkrankheiten an. **1.130** Teilnehmer informierten sich

# 1.297

Impfungen wurden zur Prävention durchgeführt – davon **1.113** Grippeimpfungen. **148** Untersuchungen des Sehvermögens erfolgten. **273** Herzratenvariabilitätsanalysen wurden durchgeführt

# 5.198

Mitarbeiter nahmen 2018 im Sinne der Sportförderung an **18** Laufevents in ganz Österreich teil

## Arbeitssicherheit

© 403-1, 403-4

Aufgrund ihrer hohen Bedeutung ist die Arbeitssicherheit bei der Post organisatorisch fest verankert: Arbeitssicherheit wird in formellen Arbeitsschutzausschüssen behandelt, zu deren Mitgliedern Sicherheitsfachkräfte, Arbeitsmediziner, Sicherheitsvertrauenspersonen, die Belegschaftsvertretung sowie der Arbeitgeber selbst gehören.

Im Jahr 2018 wurden bei der Österreichischen Post AG 16 regionale Arbeitsschutzausschüsse für Arbeitsstätten mit mehr als 100 Mitarbeitern beziehungsweise für Arbeitsstätten mit gewisser Gefährdung abgehalten.

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 besprochen.

Unabhängig davon erfolgen in jeder Arbeitsstätte gemäß den gesetzlichen Vorgaben Beratungen 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. Da die Sicherheit der Mitarbeiter sehr wichtig ist, hat die Österreichische Post AG unter anderem eine Helmtragepflicht für Lenker von Fahrrädern (einschließlich E-Bikes) eingeführt und alle betroffenen Mitarbeiter mit Helmen ausgestattet.

Um arbeitsbedingte Belastungen zu minimieren, wurden neben Schulungen und laufenden Unterweisungen zusätzlich Videofilme für unterschiedliche Arbeitsvorgänge wie richtiges Ein- und Aussteigen aus dem Auto oder richtiges Schieben und Ziehen von Lasten erstellt. Bei wesentlichen Belangen der Arbeitssicherheit und des Unfallschutzes werden die Gewerkschaft und der Betriebsrat miteinbezogen, zudem sind sie in den genannten Arbeitsschutzausschüssen vertreten.

### RISIKOMINIMIERUNG UND ARBEITSSCHUTZ-SCHULUNGEN

Die Post setzt darauf, das Bewusstsein der Mitarbeiter für potenzielle Gefahren zu schärfen. Vor Aufnahme der Tätigkeit sowie in regelmäßigen Abständen werden die Mitarbeiter mit Unterweisungen und Schulungen zu Sicherheitsrisiken und Gefährdungspotenzialen informiert und sensibilisiert. Dies soll sie in die Lage versetzen, durch richtiges und eigenverantwortliches Verhalten Unfällen vorzubeugen. Neue Erkenntnisse und Gefahren werden in diesem Zusammenhang regelmäßig in Begehungen und Evaluierungen erhoben und gemeinsam mit den Führungskräften Maßnahmen festgelegt sowie in Sicherheits- und Gesundheitsschutzdokumenten aktualisiert.

### Krankenstands- und Unfallstatistik

 403-4,  3, 8

Im Berichtsjahr 2018 wurde das Unfallreporting modernisiert und gemäß GRI Standard 403-9:2018 der Global Reporting Initiative mit der Umsetzung begonnen. Ziel war es, einen State-of-the-Art-Bericht und die Vergleichbarkeit mit relevanten Marktteilnehmern herzustellen. Das neue Reporting setzt auf neue Kenngrößen – die Unfallrate wird nun auf Basis der Produktivstunden anstelle der Vollzeit-äquivalente berichtet. Weiter werden auch Folgekrankstände mitberücksichtigt. Die Verbesserung der Datenqualität und kürzere Reporting-Intervalle sollen helfen, die Unfallursachen noch besser, rascher und detaillierter zu analysieren und kurzfristig mit Maßnahmen gegenzusteuern, um solche Unfälle in der Zukunft zu vermeiden. Im Geschäftsjahr 2018 wurden 718 Arbeitsunfälle bei der Österreichischen Post AG erfasst. Zu den Hauptunfallursachen und gleichzeitig Risiken für schwere Unfälle zählen Sturz und Fall, Verkehrsunfälle und die manuelle Handhabung von Gegenständen. Ursachen für Sturz und Fall und Verkehrsunfälle sind meist witterungsbedingte Straßenverhältnisse, Gehsteigkanten und Stufen. Bei der Unfallursache manuelle Handhabung von Gegenständen spielt das Heben und Tragen von Lasten eine

## Arbeitsschutz 2018

# 3.436

Arbeitsstättenbesuche durch  
Präventivfachkräfte und Beratung  
der Standortleiter bezüglich Sicherheit  
und Schutz der Mitarbeiter

# 1.031

Evaluierungen von Arbeitsstätten  
der Österreichischen Post AG

# 765

Schulungen von Sicherheits-  
fachkräften und Arbeitsmedizinern

große Rolle. Die Zuständigkeiten und Meldeabläufe sind im Detail in der Richtlinie O6/2018 „Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz“ geregelt. Im Jahr 2018 ereigneten sich 23 Dienstunfälle von Leiharbeitern.

 siehe S. 88

## Aus- und Weiterbildung

 103-2, 404-2,  8

Die Post bietet ihren Mitarbeitern die Möglichkeit, sich fachlich, aber auch persönlich weiterzuentwickeln. Neben der Führungsakademie wurde 2018 auch die zielgruppen- und kompetenzorientierte Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter fortgesetzt. Sie stellt einen Schwerpunkt im Personalmanagement der Post dar. Dazu gehören Fachschulungen, Weiterbildungskurse, Coachings und Trainings.

### Individuelle Entwicklungsplanung

Einen wichtigen Beitrag zur individuellen Förderung der Mitarbeiter leisten die regelmäßigen Mitarbeitergespräche zwischen Mitarbeitern und deren Vorgesetzten. Sie helfen, persönliche Arbeitsschwerpunkte und Ziele festzulegen und Maßnahmen in Form von Aus- und Weiterbildung zu vereinbaren. Die Führungskräfte führen die Mitarbeitergespräche mindestens einmal jährlich durch.

### PROJEKT WORK@POST

Im neuen Projekt Work@Post werden zu den Themenbereichen Employer Branding, Recruiting, Onboarding,

Nachwuchskräfte/Talente, Führungskräfte, Kompensation, EDV Success Factors und Feedback im Rahmen von Arbeitsgruppen Verbesserungspotenziale erhoben und umgesetzt. Ziel ist es, die Fluktuation und Drop-out-Quote zu verringern.

#### TRAINEEPROGRAMM

Im September 2018 haben 18 neue Trainees ihr Programm bei der Post begonnen. Sie durchlaufen nun unterschiedliche Abteilungen, um eine umfassende Ausbildung zu erhalten.

#### LEHRLINGSAUSBILDUNG

Für Jugendliche bietet die Österreichische Post AG seit mittlerweile acht Jahren die „Lehre mit Matura“ an. Im Jahr 2018 waren österreichweit 90 Lehrlinge in der Ausbildung zum Einzelhandelskaufmann beziehungsweise zur Einzelhandelskauffrau mit Schwerpunkt Telekommunikation tätig. Seit September 2018 werden auch je vier Lehrlinge in den Lehrberufen Bürokaufmann/-frau und E-Commerce-Kaufmann/-frau in der Unternehmenszentrale ausgebildet.

#### KOOPERATION MIT UNIVERSITÄTEN

Akademikern bietet die Österreichische Post AG spannende Tätigkeitsgebiete und vielfältige Möglichkeiten zur beruflichen Weiterentwicklung. So fördert sie zum Beispiel in Kooperation mit dem Center of Excellence der Wirtschaftsuniversität Wien angehende Akademiker mit ausgezeichneten Studienleistungen über einen Zeitraum von zwei Jahren. Außerdem unterstützt die Österreichische Post AG das Programm der Delta Akademie der Montanuniversität Leoben, das als hochwertige Zusatzausbildung für ausgewählte Studierende angeboten wird.

#### EXPERIENCED HIRES & INTERNSHIP PROGRAMM

Zwei neue und innovative Programme wurden 2018 ins Leben gerufen. Um für erfahrene Spezialisten attraktive Einstiegsmöglichkeiten zu schaffen, werden ihnen Experienced Hires Trainings mit international anerkannten Vortragenden und Netzwerkveranstaltungen angeboten. Dazu kommen der Austausch auf oberster Management-Ebene sowie Coachings.

Das Internship Programm bietet zehn FH- und Universitätsstudenten die Möglichkeit, ein Praktikum bei der Post zu absolvieren. Gleichzeitig schafft der Austausch mit der jüngeren Generation wertvolle Innovationsbeiträge für das Unternehmen.

#### Post-Arbeitsmarkt

GRI 404-2, SDG 8

Der Wettbewerb sowie die Veränderungen des Marktes fordern laufende Anpassungen in der Personalstruktur. Die Österreichische Post AG sieht sich in der Verantwortung, diese Veränderungen sozialverträglich durchzuführen und aktiv zu begleiten.

## Aus- und Weiterbildung 2018

GRI 404-1, SDG 4,5

# 1.062

Seminare wurden von **6.473** Mitarbeitern besucht. **39%** der Seminarteilnehmer waren Frauen, **61%** waren Männer

# 7,7

Stunden nahmen durchschnittlich die Mitarbeiterinnen und **5,5** Stunden die Mitarbeiter an Weiterbildungsmaßnahmen teil

# 118.415

Stunden hat die Österreichische Post AG ihre Mitarbeiter geschult

siehe S. 89

Mitarbeitern, die von Restrukturierungsmaßnahmen betroffen sind, bietet die Österreichische Post AG Möglichkeiten zur beruflichen Neuorientierung an. Auf der Plattform „Post-Arbeitsmarkt“ können die Mitarbeiter eine Laufbahnberatung und Berufsorientierung nutzen. Dabei helfen persönliche Beratungsgespräche, um einen neuen Arbeitsplatz innerhalb oder außerhalb des Unternehmens zu finden. Mit der Schulungsinitiative post.qualified können Mitarbeiter, die ihren Arbeitsplatz verloren haben, zum Beispiel ihre IT-Anwenderqualifikation auf einen zertifizierten Stand bringen oder Englisch- und Rechtschreibkurse besuchen. Über die Plattform wird auch die Arbeitskräfteüberlassung von Mitarbeitern vermittelt. Die Österreichische Post AG hat hierfür ein eigenes Reglement erarbeitet. Es stellt sicher, dass die Vergütung der verwendeten Post-Mitarbeiter marktkonform, also nach dem jeweils gültigen Branchentarifvertrag, erfolgt.

Ein Erfolgsmodell für den sozialverträglichen Umgang mit Personalüberkapazitäten ist die Initiative „Post-Mitarbeiter zu den Bundesministerien“: Ende 2018 waren 675 ehemalige Postbeamte in Bundesbehörden tätig. Die Zahl zeigt, dass die Kompetenzen von Post-Mitarbeitern in den Ministerien sehr gefragt sind.

# UMWELT

Als Logistikunternehmen kommt der Österreichischen Post im Umweltbereich eine besondere Verantwortung zu. Um diese bestmöglich wahrzunehmen, analysiert die Post Entwicklungen und Herausforderungen konsequent und passt ihre Maßnahmen entsprechend darauf an.

## Trends und Herausforderungen

Ⓞ 102-15, 103-2

Logistik ist ein bedeutender Wachstumsmarkt: Die zunehmende Globalisierung führt dazu, dass der internationale Handel zunimmt und das Paketaufkommen als Ergebnis des boomenden Online-Handels stark steigt. In der Folge nimmt die Nachfrage nach Logistikdienstleistungen und innovativen Lösungen zu. Eine Entwicklung, die die Österreichische Post beobachtet und die nicht nur ihren Geschäftserfolg betrifft. Mit ihren Logistiklösungen verbindet die Post Menschen, Regionen und Länder, schafft Arbeitsplätze und generiert Wertschöpfung, hat aber auch Auswirkungen auf die Umwelt und das Klima – besonders durch den Ausstoß klimawirksamer Treibhausgase wie CO<sub>2</sub>.

Vor diesem Hintergrund ist die Post in doppelter Hinsicht gefordert: 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. Und: Die Post sieht sich als eines der Leitunternehmen in Österreich in einer besonderen Verantwortung, an der Erreichung der nationalen Klimaziele aktiv mitzuwirken.

Auch im Umweltbereich gibt es Megatrends, die die Post und ihr Geschäft beeinflussen und Herausforderungen mit sich bringen:

## Megatrends im Bereich Umwelt

### 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 und NO<sub>x</sub>) verursachen.

### ENERGIEWENDE UND FOLGEN – ÖKOLOGISIERUNG DES ENERGIEEINKAUFES NOTWENDIG

Die notwendige Energiewende motiviert 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 einem Ort zum anderen.

## Managementansatz der Post

Ⓞ 103-2

Als großes Logistikunternehmen sieht sich die Post in der Verantwortung, die Auswirkungen ihres Handelns auf die Umwelt so gering wie möglich zu halten. Bereits seit vielen Jahren integriert die Post Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz konsequent in ihr Kerngeschäft, um ihren ökologischen Fußabdruck zu verkleinern. Zu diesem Zweck hat die Post eine Reihe von konzernweiten Umweltleistungen etabliert. Diese 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:

## Wesentliche Themen im Bereich Umwelt

GRN 103-1

- Klimaschutz und Energie
- Ressourceneffizienz
- Verantwortungsvoller Einkauf

## Umweltziele im Überblick

### Hauptziel: Klima schützen und Ressourcen schonen

Ziele 2018	Erreicht 2018	Geplant 2019 und darüber hinaus
Weiterführung der Initiative CO <sub>2</sub> NEUTRAL ZUGESTELLT und Evaluierung der Ausweitung auf die Tochtergesellschaften	Auch 2018 wurden die CO <sub>2</sub> -Emissionen der Österreichischen Post AG und deren Kompensation von TÜV Austria geprüft. Eine Ausweitung der Initiative wurde evaluiert, jedoch nicht beschlossen	Weiterführung der Initiative CO <sub>2</sub> NEUTRAL ZUGESTELLT und Evaluierung der Ausweitung auf die Tochtergesellschaften
Science Based Target CO <sub>2</sub> -Reduktionsziel: Reduktion der CO <sub>2</sub> -Emissionen um 14% bis 2025 (Basisjahr 2013) und Evaluierung von CO <sub>2</sub> -Reduktionszielen für Tochtergesellschaften	Anstieg der CO <sub>2</sub> -Emissionen der Österreichischen Post AG aufgrund der wachsenden Paketmengen um 1,4% (Basisjahr 2013). Die Evaluierung der Ausweitung ist erfolgt, jedoch wurde noch kein Beschluss gefasst	Reduktion der CO <sub>2</sub> -Emissionen um 14% bis 2025 (Basisjahr 2013) und Evaluierung von CO <sub>2</sub> -Reduktionszielen für die Tochtergesellschaften
Stetiger Ausbau des E-Fuhrparks auf 1.800 Fahrzeuge bis Ende 2020	1.592 E-Fahrzeuge waren Ende 2018 bei der Österreichischen Post AG im Einsatz, das entspricht einem Anteil von 17,2% am Gesamtfuhrpark	Einsatz von 100% Elektrofahrzeugen in der Zustellung (letzte Meile) bis 2030
Ausweitung des Projekts „Grünes Wien“ (Zustellung von Brief- und Werbesendungen an Privatkunden zu Fuß, mit Fahrrad oder E-Fahrzeugen) auf weitere Landeshauptstädte und den ländlichen Raum	In Eisenstadt erfolgt eine 100%ige grüne Zustellung. In Wien, Wiener Neustadt und St. Pölten werden über 90% der Brief- und Werbesendungen grün zugestellt. In den restlichen Landeshauptstädten werden zwischen 60% und 80% der Sendungen grün zugestellt	Einsatz von 100% Elektrofahrzeugen in der Zustellung (letzte Meile) bis 2030
Weitere Energieeffizienzmaßnahmen in der Österreichischen Post AG und den Tochtergesellschaften	Umsetzung von 31 Energieeffizienzmaßnahmen in den Kategorien Beleuchtung, Raumwärme, Strommessung und Warmwasserbereitung bei der Österreichischen Post AG und den Tochtergesellschaften	Weitere Umsetzung von Energieeffizienzmaßnahmen in der Österreichischen Post AG, den Tochtergesellschaften und die Durchführung eines konzernweiten Energieaudits
Evaluierung weiterer Optimierungs- und Qualitätssicherungspotenziale	Das Wertstoffmanagement wurde in sechs Logistikzentren der Österreichischen Post AG sowie in der Tochtergesellschaft feibra neu aufgestellt	Weiterführung der Optimierungs- und Qualitätssicherungsprojekte im Bereich Wertstoffmanagement bei der Österreichischen Post AG
		Errichtung einer PV-Anlage am Dach des neuen Paketzentrums Hagenbrunn und Sondierung weiterer Umsetzungsstandorte

### Hauptziel: Umweltsensibilisierung stärken

Ziele 2018	Erreicht 2018	Geplant 2019 und darüber hinaus
Ausrollen der Umweltmanagementsysteme nach ISO 14001:2015 auf weitere Standorte der Österreichischen Post AG und Medien.Zustell GmbH	Paketzentrum Wernberg und zwei weitere Standorte der Tochtergesellschaft Medien.Zustell GmbH erfolgreich nach ISO 14001 zertifiziert	Vorbereitung der ISO 14001-Zertifizierung von zwei weiteren Standorten (Logistikzentrum Hagenbrunn und Unternehmenszentrale Post am Rochus)
Evaluierung weiterer Standorte	Die Evaluierung weiterer Standorte wurde abgeschlossen und anschließend Ziele für die kommenden Jahre gesetzt	

## Erreichtes 2018 und Ziele 2019

GRN 103-3

Die Post sieht Umweltschutz als kontinuierlichen Prozess. Sie hat es sich zum Ziel gesetzt, das Klima zu schützen und die Ressourcen zu schonen. Ihre Leistungen und Fortschritte steuert und überprüft die Post anhand der festgelegten Hauptziele und der daraus abgeleiteten Maßnahmen.

Ziele 2018	Erreicht 2018	Geplant 2019 und darüber hinaus
Mitarbeitersensibilisierung mit Hilfe einer neuen Kampagne über Internet und Intranet	Publikation des „Fact Books“ zur Nachhaltigkeit	Ausrollen des internen Gütesiegels „CSR INSIDE“ zur Zertifizierung von Projekten und Mitarbeitern zum Thema Nachhaltigkeit
	Vorstellung des Themas Nachhaltigkeit beim Welcome Day für neue Mitarbeiter	Interne Promotion und österreichweite Teilnahme bei der Initiative „Österreich radelt“ zur Umweltsensibilisierung und Gesundheitsförderung
	Erstellung einer neuen Recruiting-Homepage	
	Umsetzung einer Abfallkampagne in der Unternehmenszentrale	
	Promotion für die Initiative „Radelt zur Arbeit“ über das Intranet	
	Schulung zur Abfalltrennung für alle Mitarbeiter der Tochtergesellschaft Medien.Zustell GmbH	
		Projekt zur Verwertung ausgemusterter Dienstkleidung
	Erarbeitung eines Leitfadens für nachhaltige Veranstaltungen	Anwendung des Leitfadens für nachhaltige Veranstaltungen bei Events der Post



### 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 Österreichische Post AG CO<sub>2</sub> NEUTRAL ZUGESTELLT! Das wird jährlich vom TÜV Austria bestätigt. Und über 150 Kunden nutzen das Logo in ihrer Kommunikation.

## Klimaschutz und Energie

(GR) 103-2

Bei der Post spielt hinsichtlich Klimaschutz und Energie die Initiative CO<sub>2</sub> NEUTRAL ZUGESTELLT eine zentrale Rolle. Die Initiative wurde im Jahr 2011 ins Leben gerufen und steht im Mittelpunkt ihrer Umweltleistungen. Sie hat vor allem das Ziel, die Treibhausgasemissionen kontinuierlich und weitreichend zu reduzieren (siehe Abbildung links).

Im Rahmen dieser Initiative werden in einem ersten Schritt Maßnahmen für eine höhere Effizienz in den Kernprozessen gesetzt. Dazu gehören zum Beispiel die energetische Optimierung der Gebäude und der Beleuchtung sowie die kontinuierliche Erneuerung der Fahrzeugflotte.

Der zweite Schritt besteht in der verstärkten Nutzung von alternativen Technologien. Bereits seit 2012 setzt die Österreichische Post AG beim Bezug von elektrischer Energie ausschließlich auf Strom aus erneuerbaren Quellen. Seit Anfang 2017 wird ausschließlich erneuerbarer Strom aus Österreich genutzt. Zudem betreibt das Unternehmen drei Photovoltaikanlagen. Seit 2018 beziehen auch alle österreichischen Tochtergesellschaften Grünstrom aus Österreich.

Alle CO<sub>2</sub>-Emissionen, die derzeit nicht vermeidbar sind, werden in einem dritten Schritt durch die Unterstützung von nationalen und internationalen Klimaschutzprojekten kompensiert. Das Ergebnis dieser drei Schritte: Die Zustellung aller Sendungen durch die Österreichische Post AG erfolgt in Österreich CO<sub>2</sub>-neutral. Dies wird jährlich vom TÜV Austria bestätigt.

Dass die Initiative CO<sub>2</sub> NEUTRAL ZUGESTELLT erfolgreich ist, zeigt das Ergebnis: Bereits 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.

Die Initiative CO<sub>2</sub> NEUTRAL ZUGESTELLT trägt auch wesentlich zur Umweltsensibilisierung der Mitarbeiter, Kunden und anderer Stakeholdergruppen bei. Durch die CO<sub>2</sub>-neutrale Zustellung ihrer Sendungen verbessert sich auch die Klimabilanz der Kunden. Interessierte Geschäftskunden können ein Zertifikat anfordern, das die CO<sub>2</sub>-neutrale Zustellung aller ihrer Sendungen des Vorjahres bestätigt. Rund 500 solcher Zertifikate hat die Österreichische Post AG 2018 ausgegeben.

## Emissionen

In den vergangenen Jahren konnte die Post die verursachten Emissionen deutlich senken. Die konsequenten und kontinuierlichen Maßnahmen der Post zur Energieeinsparung und die verstärkte Nutzung alternativer Energien führten zur deutlichen Reduktion. Im Jahr 2018 gab es jedoch eine leichte Erhöhung der Emissionen. Dies ist maßgeblich auf das stark steigende Paketwachstum zurückzuführen, weshalb trotz vieler Reduktionsmaßnahmen die Emissionen nicht verringert werden konnten.

Kennzahlen sowie weitere Informationen zur Berichtsgrenze, den Berechnungsmethoden sowie den Umrechnungsfaktoren finden sich im Kapitel Facts & Figures.

 siehe S. 82f, 92f

## Science Based Targets

Die Österreichische Post AG nimmt bereits seit 2016 an den „Science Based Targets“ teil und verstärkt dadurch ihr klares Bekenntnis zum Klimaschutz. Die Science Based Targets Initiative ist eine internationale Organisation, die unter anderem vom WWF unterstützt wird. Sie verfolgt das Ziel, Unternehmen aktiv in den Klimaschutz einzubinden. Im Hinblick auf die wissenschaftlich fundierte Herangehensweise für die Erarbeitung eines CO<sub>2</sub>-Reduktionsziels ist die Österreichische Post AG daher ein Vorreiter. Sie hat – als zweites österreichisches Unternehmen überhaupt – ein Science Based Target eingereicht. Dieses steht im Einklang mit den Ergebnissen des Paris-Abkommens und leistet somit einen Beitrag, die globale Erderwärmung auf unter 2 °C zu beschränken. Konkret soll bei der Österreichischen Post AG bis zum Jahr 2025 eine Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen von 14% stattfinden (Basisjahr 2013).

Dieses Ziel umfasst nicht nur Emissionen, die im Einflussbereich der Österreichische Post AG liegen (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 AG

## Klimaschutzziel der Österreichischen Post AG:

14 %

weniger CO<sub>2</sub>-Emissionen bis zum Jahr 2025 (Basisjahr 2013)

100 %

E-Fahrzeuge in der Zustellung (letzte Meile) bis 2030



SCIENCE  
BASED  
TARGETS

DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

 [sciencebasedtargets.org](https://sciencebasedtargets.org)

die Zusammenarbeit mit Lieferanten, die ebenfalls auf die Umweltfreundlichkeit ihrer Geschäftsprozesse achten, noch wichtiger.

Im Vergleich zum Basisjahr sind die Emissionen um 1,4% gestiegen. Das starke Wachstum im Paketbereich (+ 54% im Zeitraum 2013 bis 2018) bedingte eine Zunahme in der Kilometerleistung und damit einhergehend einen höheren Energieverbrauch im Fuhrpark, was zu einer Zunahme der CO<sub>2</sub>-Emissionen führte.

## Klimaschutz auf nationaler und internationaler Ebene

Hinsichtlich der gesellschaftlichen Verantwortung ist es wesentlich, dass sich die Post auch außerhalb des Unternehmens proaktiv für den Klimaschutz engagiert. Im Rahmen der CO<sub>2</sub> NEUTRAL ZUGESTELLT-Initiative unterstützt die Österreichische Post AG daher Klimaschutzprojekte in Österreich und auch im Ausland. Die Kompensation von derzeit nicht vermeidbaren Emissionen ist der dritte Schritt zur CO<sub>2</sub>-neutralen Zustellung. Dazu werden im Inland Projekte – wie etwa der Ersatz veralteter Heizsysteme auf Basis fossiler Energieträger durch moderne Pelletheizungen oder der Ankauf von E-Fahrzeugen für gemeinnützige Einrichtungen – unterstützt. So werden CO<sub>2</sub>-Emissionen

vermieden und über eine hohe Umweltrentabilität wird zudem die regionale Wirtschaft gefördert.

Auch international unterstützt die Österreichische Post AG zahlreiche zertifizierte Klimaschutzprojekte. Darunter etwa die Erzeugung erneuerbarer Energie durch Solaranlagen in Indien. Die Entwicklung eines günstigen und effizienten Ofens für die Bevölkerung in Kenia und in Honduras ist ein anderes Beispiel, um den Brennstoffverbrauch zu reduzieren und Gesundheitsrisiken zu minimieren. Ein ähnliches Projekt im Virunga Nationalpark in Ruanda trägt zusätzlich zum Schutz der dortigen Berggorillas bei.

## Ökologischer Transport

Für die Post als Logistikunternehmen stellt der Transport den größten Hebel zur Vermeidung beziehungsweise Reduktion von CO<sub>2</sub> dar, da sie hier den größten Einfluss hat. Die Brief- und Paketzusteller stellen jährlich 5,3 Mrd Sendungen an über vier Millionen Haushalte und Unternehmen in Österreich zu. Auf ihren Zustellwegen umrunden sie dabei in Summe mehrfach die Erde – zu Fuß, mit dem Fahrrad, aber auch mit Mopeds, Autos und Lkws. Deshalb arbeitet die Post intensiv daran, ihre Transporte so umweltverträglich wie möglich zu gestalten.

Rund 20% der Zustellrayone können die Zusteller zu Fuß oder mit dem Fahrrad erreichen. Die anderen Rayone sind nur motorisiert zu erreichen. Deshalb gilt es hier Lösungen zu finden, die genauso oder ähnlich geringe Umweltauswirkungen zeigen. Zwei wesentliche Ansatzpunkte sind hier die Routenplanung und die Fahrzeugflotte mit dem Ziel, die Effizienz in beiden Bereichen zu steigern.

 siehe S. 92f

### Moderne Fahrzeugflotte für mehr Effizienz

Für die Effizienz der Fahrzeugflotte spielt der Zustand der Fahrzeuge eine wesentliche Rolle. Deshalb setzt die Post auf moderne Fahrzeuge und regelmäßige Wartungen, um die Effizienz im Fuhrpark zu optimieren.

### Mehr alternative Antriebe für weniger Emissionen

Darüber hinaus setzt die Post in der Zustellung zunehmend auf alternative Antriebe und hat im Jahr 2018 die Zahl ihrer E-Fahrzeuge im Fuhrpark nochmals ausgebaut. 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 Österreichische Post AG heute über 1.592 E-Fahrzeuge, davon 1.036 einspurige und Sonderfahrzeuge (Quads und Trikes) sowie

556 E-Autos. Damit ist die Post der größte E-Flotten-Betreiber in Österreich. Der weitere Ausbau der E-Flotte wird nun auch mit der Unterstützung des Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums der EU (ELER) sowie des Bundesministeriums für Nachhaltigkeit und Tourismus ab 2018 in mehreren übergreifenden Mobilitätsprojekten im ländlichen Raum Österreichs umgesetzt. Im Post-Konzern waren im Jahr 2018 1.597 Elektrofahrzeuge im Einsatz.

Die Österreichische Post AG hat sich ein weiteres ambitioniertes Ziel für einen ökologischeren Verkehr gesetzt: Bis 2030 soll die gesamte Zustellung von Brief- und Paket-sendungen an den Kunden mit Elektrofahrzeugen bewältigt werden. Derzeit beträgt bei der Österreichischen Post AG der Anteil an Elektrofahrzeugen in der Zustellung 17,2%.

Haupt Einsatzgebiet für die E-Mobile sind gegenwärtig Ballungsräume, insbesondere Wien sowie die Landes- und Bezirkshauptstädte. Beim Projekt „Grüne Landeshauptstädte“ hat es sich die Post in den letzten Jahren zum Ziel gesetzt, alle Brief- und Werbesendungen an Privatkunden in den Landeshauptstädten „grün“ beziehungsweise CO<sub>2</sub>-frei zuzustellen. Für die Zustellung von Brief- und Werbesendungen an Privatkunden wird daher gänzlich auf fossile Energie verzichtet. Es werden keine herkömmlichen Mopeds oder Autos mehr eingesetzt, sondern ausschließlich Muskelkraft und elektrische Energie. Nun erfolgt die Ausweitung dieses Konzepts auf den ländlichen Raum. Bis 2030 sollen nur mehr E-Fahrzeuge oder Fahrzeuge mit alternativen Antrieben für die Zustellung verwendet werden.

Dass die Post mit ihren Maßnahmen für einen ökologischeren Verkehr einen wichtigen Beitrag zum Klimaschutz leistet, bestätigt die jüngste Auszeichnung des Projekts der Briefzustellung mit E-Fahrzeugen: Anfang 2018 erhielt die Österreichische Post AG für ihr Konzept der Elektromobilität den international renommierten Umweltpreis „Energy Globe World Award“. Der Energy Globe Award wird jährlich für herausragende Projekte mit Fokus auf Ressourcenschonung, Energieeffizienz und Einsatz erneuerbarer Energien vergeben.

### Umwelt- und Klimaschutz auch in der Transportlogistik

Auch im Bereich der Transportlogistik hat die Post in den letzten Jahren viel unternommen, um die Umwelt und das Klima zu schonen. Das Hauptaugenmerk liegt dabei auf der Verjüngung des Fuhrparks beziehungsweise auf dem Einsatz moderner Technologien.

Um den Treibstoffverbrauch und die Emissionen zu reduzieren, wurde die Auslastung der Lkws erhöht. Dazu wurden die Touren optimiert und die eingesetzten Fahrzeugtypen an die Strecken mit geringerer Auslastung angepasst.

# Ökologische Gebäudeinfrastruktur

GRI 302-4, SDG 7, 8, 12, 13

Mit mehr als einer Million m<sup>2</sup> Gebäudenutzfläche benötigt die Post auch im Gebäudebereich eine große Menge an Energie. Daher hat die Post verschiedene Maßnahmen etabliert, um bei ihren Aktivitäten einen möglichst kleinen Fußabdruck zu hinterlassen – ohne bei der Qualität ihrer Dienstleistung oder dem Versorgungsauftrag Kompromisse zu machen.

 siehe S. 91

## Weniger Energieverbrauch für weniger Emissionen

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

Im Jahr 2018 wurde mit der Umsetzung vieler der im Energieaudit 2015 identifizierten Einsparpotenziale fortgefahren, wie zum Beispiel der Umstellung auf Fernwärme oder dem Einbau effizienter Heiz- und Warmwasserbereitungssysteme.

## Mehr erneuerbare Energiequellen für weniger Emissionen

Die Österreichische Post AG bezieht ausschließlich erneuerbaren Strom aus Österreich sowohl für die Objekte, die im Unternehmensbesitz stehen, als auch für angemietete Objekte, in denen die Stromlieferungen beeinflusst werden können. Der geringe Anteil an Strom aus unbekanntem Quellen entsteht bei Partnern der Post und in angemieteten Objekten ohne bekannte Lieferanten.

Die Österreichische Post AG bezieht nicht nur Strom aus erneuerbaren Energien, 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. Anfang 2018 ging eine weitere Photovoltaikanlage mit 24 kW<sub>p</sub> auf einem Bürogebäude in Wien in Betrieb. Auch das sich gerade im Bau befindende Logistikzentrum in Hagenbrunn wird mit einer Photovoltaikanlage ausgestattet. Mit der aus den eigenen Photovoltaikanlagen gewonnenen Energie von rund 1,4 Mio kWh kann die gesamte E-Flotte der Österreichischen

Post AG mit Strom aus sauberer Solarenergie versorgt werden – emissionsfrei.

Darüber hinaus bieten die Dächer der Post verschiedenen Tierarten ein natürliches Zuhause: Auf dem bepflanzten Dach des Briefzentrums Wien brütet beispielsweise die Haubenlerche und es haben sich Wildbienen Schwärme angesiedelt.

## Ressourceneffizienz

GRI 103-2

Ressourcen effizient zu nutzen, ist ein wichtiges Mittel der Post im Rahmen des Klimaschutzes und des Energiesparens. Um eine Steigerung der Ressourceneffizienz zu erreichen, setzt die Post in diesem Bereich auch stark auf die Umweltsensibilisierung der externen und internen Stakeholder.

So trägt die Initiative CO<sub>2</sub> NEUTRAL ZUGESTELLT wesentlich zur Umweltsensibilisierung verschiedener Stakeholdergruppen bei. Beispielsweise zeigt die im Zwei-Jahres-Rhythmus durchgeführte Mitarbeiterumfrage, dass die CO<sub>2</sub>-Initiative von den Mitarbeitern als positiv bewertet wird und für sie von hoher Bedeutung und wichtig für die Identifikation mit dem Unternehmen ist.

Dass die CO<sub>2</sub> NEUTRAL ZUGESTELLT Initiative auch in der Gesellschaft angekommen ist, zeigt sich am hohen Grad ihrer öffentlichen Bekanntheit. Halbjährlich durchgeführte Kundenzufriedenheitsumfragen zeigen, dass die Initiative in Österreich sehr bekannt und imagebildend für die Post ist. Interessierte Geschäftskunden können zudem das CO<sub>2</sub> NEUTRAL ZUGESTELLT-Logo für ihre Kommunikation nutzen und ein Zertifikat für die CO<sub>2</sub>-neutrale Zustellung ihrer Sendungen anfordern.

## Umweltsensibilisierung für mehr Ressourceneffizienz

Im Rahmen der internen Kommunikation sensibilisiert die Post ihre Mitarbeiter 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 weitere CSR-Maßnahmen. Im Jahr 2018 wurde das interne Prüfsiegel „CSR INSIDE“ zum Thema Nachhaltigkeit geschaffen, das ab 2019 zum Einsatz kommen wird. Projekte werden in diesem Rahmen anhand von Nachhaltigkeitskriterien überprüft und Mitarbeiter mit großem Engagement im Nachhaltigkeitsbereich werden zu Botschaftern ernannt.

Ein wesentliches Instrument für die Ressourceneffizienz und Umweltsensibilisierung ist das Umweltmanagementsystem nach ISO 14001, das seit dem Jahr 2016 in der Post Anwendung findet. Denn der nachhaltigere Einsatz von Ressourcen erfordert sensibilisierte Mitarbeiter, die bewusst

mit Materialien umgehen. Mittlerweile sind das größte Logistikzentrum der Post, das Briefzentrum in Wien, das Paketzentrum in Wernberg und die gesamte Tochtergesellschaft Medien.Zustell GmbH nach ISO 14001 zertifiziert.

Umweltschutz und Nachhaltigkeit haben damit an diesen Standorten weiter an Bedeutung gewonnen und werden über einen geregelten Managementprozess in der Organisation verankert. Die Hauptaugenmerke liegen auf der Sensibilisierung der Mitarbeiter für den Umweltschutz, der Verringerung des Energieverbrauchs und der Reduktion des Restmüllaufkommens. Eine Verbesserung der Umweltschutzsysteme erfolgt durch die jährliche Validierung eines zertifizierten Auditors des TÜV Austria. Für das Jahr 2019 ist die Vorbereitung zwei weiterer Standorte zur Zertifizierung geplant.

## Ressourcenorientiertes Handeln durch verantwortungsvolles Wertstoffmanagement

Ⓞ 306-2, Ⓞ 12

Dem verantwortungsbewussten Abfall- und Wertstoffmanagement kommt im Rahmen des effizienten Umgangs mit Ressourcen eine große Bedeutung zu. 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 beziehungsweise deren beauftragten Subunternehmen bestimmt wird.

Wo möglich, ergreift die Post im Sinne einer nachhaltigen Abfallwirtschaft entsprechende Maßnahmen: Lassen sich Abfälle nicht vermeiden, werden sie umweltgerecht entsorgt.

## Verantwortungsvoller Einkauf

Ⓞ 103-2

Im Rahmen ihres hohen Anspruchs an nachhaltiges Handeln 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.

Ⓞ siehe S. 49ff

## Risiken für die Post im Bereich Umwelt

Ⓞ 102-15, 201-2

Gerade in einem so vielfältigen und von natürlichen Ereignissen geprägten Bereich wie der Umwelt sind Risiken nicht auszuschließen. Daher ist das Management der Risiken, die im Umweltbereich für das Unternehmen möglich sind, in das konzernweite Risikomanagement eingebettet. Welche Risiken durch die Geschäftstätigkeit der Post auf die Umwelt entstehen, wird im Finanzbericht näher erläutert.

Risiken für die Post ergeben sich im Wesentlichen durch natürliche Einflüsse, wie etwa die Folgen des Klimawandels. Einfluss nehmen aber auch normative Änderungen, langsam fortschreitende technologische Entwicklungen, wirtschaftliche Entwicklung oder der Verlust von Reputation.

Ⓞ siehe Finanzbericht 2018, S. 57

### PHYSISCHE KLIMARISIKEN

Der Klimawandel und die dadurch bedingten akuten 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. Auch die Liegenschaften der Post können in Zukunft häufiger von akuten Wettereffekten wie Überflutungen oder Hagelschäden betroffen sein.

### TRANSITORISCHE KLIMARISIKEN

Ein weiteres Risiko liegt in Änderungen, Verschärfungen von Umweltgesetzen oder neuen Umweltgesetzen, die mitunter zu hohen Investitionen führen. Darüber hinaus können höhere Besteuerungen oder steigende Energiekosten durch Ressourcenknappheit höhere Kosten nach sich ziehen.

Mit Blick auf die CO<sub>2</sub>-Emissionen ergeben sich einerseits durch die Technik und andererseits durch den Emissionshandel Risiken. Dies hat wiederum Einfluss auf die Reputation der 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.

---

# Weitere Informationen

- 82 Über diesen Bericht
- 84 Facts & Figures
- 96 GRI-Index
- 104 Bericht über die unabhängige Prüfung
- 106 Kontakt und Impressum

---

# ÜBER DIESEN BERICHT

Der Nachhaltigkeitsbericht zeigt, wie die 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.

 102-50, 102-51, 102-52, 102-54

Der Nachhaltigkeitsbericht der Österreichischen Post wird jährlich veröffentlicht. Der vorliegende Bericht bezieht sich auf das Geschäftsjahr 2018 und schließt damit lückenlos an den Nachhaltigkeitsbericht 2017 an, der im Jahr 2018 veröffentlicht wurde. Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards: Option „Kern“, erstellt.

Mit dem Inkrafttreten des Nachhaltigkeits- und Diversitätsverbesserungsgesetzes (NaDiVeG) hat die Post für das Jahr 2017 erstmals ihre Finanzberichterstattung um Angaben zu wesentlichen nichtfinanziellen Aspekten ihrer Geschäftstätigkeit in den Bereichen Achtung der Menschenrechte, Bekämpfung von Korruption und Bestechung sowie Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelange ergänzt und auf den gesamten Konzern erweitert. Der gesetzlich verpflichtende Nichtfinanzielle Bericht 2018 ist im Finanzbericht zu finden.

 siehe Finanzbericht 2018, S. 35ff

 102-45, 102-49

Der hier vorliegende Nachhaltigkeitsbericht bezieht sich nun erstmals auf den gesamten Konzern und umfasst den gleichen Scope wie der Nichtfinanzielle Bericht. Da jedoch die Österreichische Post AG als Muttergesellschaft den Großteil des Umsatzes (88%) und die höchste Mitarbeiteranzahl (85%) des gesamten Konzerns vorweist, werden die Auswirkungen der Tochtergesellschaften im Vergleich als nicht wesentlich eingestuft. Die Datenbasis und -qualität der Tochtergesellschaften wird kontinuierlich ausgeweitet und verbessert.

 siehe Finanzbericht 2018, S. 36

 102-48

Die Erhebungssystematik wurde durch die Erweiterung der Berichtsgrenzen auf die vollkonsolidierten Tochtergesellschaften erweitert. Die verwendeten Messmethoden wurden analog zum letzten Nachhaltigkeitsbericht gewählt. Vereinzelt Abweichungen werden an den entsprechenden Stellen kenntlich gemacht.

 102-56

Die veröffentlichten Angaben wurden von unabhängiger dritter Stelle geprüft. Die entsprechende Bestätigung der KPMG Austria GmbH Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaft finden Sie im Unabhängigen Prüfbericht am Ende dieses Nachhaltigkeitsberichts.

 siehe S. 104f

## **Berichtsgrenze, Berechnungs- und Umrechnungsmethode sowie Umrechnungsfaktoren der Treibhausgasemissionen**

 302-1, 305-1, 305-2, 305-3

Die Berichtsgrenze umfasst die Österreichische Post AG sowie ihre vollkonsolidierten Tochtergesellschaften. Eine Auflistung aller im Bericht inkludierten Tochtergesellschaften findet sich im Nichtfinanziellen Bericht des Finanzberichts 2018. Für die Berichterstattung nach GRI erfolgt keine Aufteilung nach Regionen, da der Hauptmarkt in Österreich liegt.

 siehe Finanzbericht 2018, S. 37

Die Berichterstattung der Post im Bereich der Treibhausgasemissionen bezieht sich auf CO<sub>2</sub>-Äquivalente, da diese im Rahmen der Tätigkeit als Logistikdienstleister von Relevanz sind. 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 ab.

Innerhalb Österreichs gibt es keine Flugpost. Die Emissionen aus dem nationalen Bahnverkehr werden jährlich neu evaluiert, sind aber aufgrund der geringen Menge zum jetzigen Zeitpunkt nicht wesentlich. Die CO<sub>2</sub>-Emissionen der Österreichischen Post AG sowie jene der Tochtergesellschaften feibra, Post Systemlogistik und Post Wertlogistik

im Straßenverkehr werden in der Organisationseinheit Konzernfuhrpark ermittelt. Die Basisdaten für die jeweilige Berechnung kommen aus einem SAP-Produktionssystem, das Fahrzeugdaten (Fahrzeugtyp, Motorart und andere) und Leistungsdaten (gefahrte Kilometer und Treibstoffmenge) umfasst. Die Basisdaten, das heißt 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 Post-Fahrzeuge, unter Berücksichtigung der jeweiligen Fahrzeugkategorie, multipliziert werden. Als Ergebnis erhält man die Treibstoffmenge der Frächter.

Die CO<sub>2</sub>-Emissionen der Österreichischen Post AG im Bereich Immobilien werden in der Organisationseinheit Konzernimmobilien ermittelt. Die Datenerfassung umfasst alle Objekte sowie die Gebäudenutzflächen (eigene, angemietete, vermietete) der Österreichischen Post AG. Generell wird eine Black-Box-Betrachtung gewählt, anhand derer die signifikanten Energieströme (elektrische Energie, Raumwärme) identifiziert werden.

Die Umweltkennzahlen der internationalen Tochtergesellschaften werden direkt bei den jeweiligen Tochtergesellschaften abgefragt. Die Umweltkennzahlen der nationalen Tochtergesellschaften werden in Kooperation mit den Tochterunternehmen und der Abteilung CSR & Umweltmanagement, unterstützt von Konzernimmobilien, ermittelt. Die anschließende Plausibilisierung und Konsolidierung der

Kennzahlen aller Tochtergesellschaften erfolgt durch die Abteilung CSR & Umweltmanagement. Bei unplausiblen oder fehlenden Kennzahlen erfolgt eine Hochrechnung auf Basis der Durchschnittswerte der Österreichischen Post AG.

Die CO<sub>2</sub>-Emissionsfaktoren für die Österreichische Post AG und nationalen Tochtergesellschaften für Erdgas, Heizöl, Fernwärme, Strom, Diesel und Benzin stammen aus der Datenbank des österreichischen Umweltbundesamtes. Der Strom ist – gemäß den Verträgen mit den Lieferanten – Grünstrom aus Österreich. Für den restlichen Strom aus unbekanntem Quellen wird der Österreich-Mix aus der Datenbank des österreichischen Umweltbundesamtes 2017 zur Berechnung der CO<sub>2</sub>-Emissionen herangezogen. Bei allen Emissionsfaktoren handelt es sich um CO<sub>2</sub>-Äquivalente. Daher werden neben CO<sub>2</sub> auch weitere Klimagas berücksichtigt. An dieser Stelle wird zudem darauf hingewiesen, dass im gesamten Bericht der Begriff „CO<sub>2</sub>“ mit CO<sub>2</sub>-Äquivalent gleichzusetzen ist. Eine Ausnahme stellen die Emissionen der Fernwärme Wien, Graz und Hall dar. Für die Fernwärme Wien wird der Emissionsfaktor aus dem Bericht des Umweltbundesamtes für die Fernwärme Wien aus dem Jahr 2005 verwendet. Für die Fernwärme Graz und Hall werden die Emissionsfaktoren von den Betreibern verwendet. In diesen drei Ausnahmefällen kommen keine CO<sub>2</sub>-Äquivalente zur Anwendung.

Für die internationalen Tochtergesellschaften werden für Erdgas, Heizöl, Diesel und Benzin ebenfalls die Emissionsfaktoren aus der Datenbank des Umweltbundesamtes verwendet. Lediglich für Strom kommen die jeweiligen länderspezifischen (location based method) Emissionsfaktoren zum Tragen. Diese stammen aus der Datenbank ecoinvent. Alle CO<sub>2</sub>-Emissionsfaktoren werden jährlich überprüft und aktualisiert.

---

# FACTS & FIGURES

Kennzahlen schaffen Transparenz und zeigen Verbesserungsmöglichkeiten auf. So kann die Post Maßnahmen steuern und die Zielerreichung kontrollieren. Die Entwicklung der Kennzahlen wird in einem Drei-Jahres-Zeitraum dargestellt.

Das Bild der Post im Jahr 2018 ist geprägt von sinkendem Brief- (-2,5%) und steigendem Paketumsatz (+11,5%). Die Analyse der finanziellen und nichtfinanziellen Kennzahlen spiegelt dies deutlich wider. Die Auswirkung dieser Entwicklungen konnte im Bereich der finanziellen Kennzahlen (Umsatz und Ergebnis) wie prognostiziert stabil gehalten werden. Aufgrund der Veränderungen in der Leistungserbringung (Anstieg Paketmenge und somit Kilometerleistung sowie individualisierte Zustellservices hinsichtlich Zeit und Ort im Privatkundenbereich) gibt es dadurch jedoch

Auswirkungen auf die nichtfinanziellen Kennzahlen im Bereich Mitarbeiter, Gesellschaft und Umwelt.

Die Datenerfassung im Konsolidierungskreis des Konzerns wurde 2018 ausgeweitet. Deshalb sind die nichtfinanziellen Kennzahlen auf Konzernebene nicht direkt mit dem Vorjahr vergleichbar. An einer weiteren Harmonisierung wird gearbeitet, um zukünftig eine bessere Vergleichbarkeit der Kennzahlen auf Konzernebene zu ermöglichen. In weiterer Folge werden daher Veränderungen jeweils für die Österreichische Post AG kommentiert.

# Kennzahlen aus dem Bereich Mitarbeiter

Mitarbeiter  102-8, 102-41  8

Die Gesamtanzahl der Mitarbeiter der Österreichischen Post AG hat sich von 17.225 Vollzeitkräften (VZK) in 2017 auf 17.406 VZK in 2018 leicht erhöht. Dies ist einerseits auf die gute Auslastung bei Briefsendungen sowie andererseits auf

die steigende Mengenentwicklung bei Paketen, die sich im letzten Jahr in einer zweistelligen Wachstumsrate von 11,1% bei der transportierten Paketmenge widerspiegelt, im Jahr 2018 zurückzuführen.

	Österreichische Post AG			Post-Konzern <sup>1</sup>	
	2016	2017	2018	2017	2018
<b>Mitarbeiter (VZK<sup>2</sup>)</b>	17.448	17.225	<b>17.406</b>	19.956	<b>20.545</b>
davon Frauen	5.068	5.027	<b>5.264</b>	5.996	<b>6.481</b>
davon Frauen (VZK in %)	29,0	29,2	<b>30,2</b>	30,0	<b>31,5</b>
davon Männer	12.380	12.198	<b>12.142</b>	13.960	<b>14.064</b>
davon Männer (VZK in %)	71,0	70,8	<b>69,8</b>	70,0	<b>68,5</b>
<b>Beamtete Mitarbeiter (VZK)<sup>3</sup></b>	7.642	7.056	<b>6.315</b>	n/a	<b>n/a</b>
davon Frauen <sup>4</sup>	-	1.037	<b>921</b>	n/a	<b>n/a</b>
davon Männer <sup>4</sup>	-	6.019	<b>5.394</b>	n/a	<b>n/a</b>
<b>Mitarbeiter im angestellten Dienstverhältnis (VZK)</b>	9.582	9.991	<b>10.914</b>	n/a	<b>n/a</b>
davon Frauen <sup>4</sup>	-	3.913	<b>4.265</b>	n/a	<b>n/a</b>
davon Männer <sup>4</sup>	-	6.078	<b>6.649</b>	n/a	<b>n/a</b>
<b>Mitarbeiter nach ABGB (VZK)<sup>3, 5</sup></b>	225	179	<b>178</b>	n/a	<b>n/a</b>
davon Frauen <sup>4</sup>	-	77	<b>78</b>	n/a	<b>n/a</b>
davon Männer <sup>4</sup>	-	102	<b>99</b>	n/a	<b>n/a</b>
<b>Mitarbeiter Vollzeit (Personen)</b>	15.512	15.256	<b>15.324</b>	n/a	<b>18.228</b>
davon Frauen (in %)	23,5	23,5	<b>24,5</b>	n/a	<b>n/a</b>
davon Männer (in %)	76,5	76,5	<b>75,5</b>	n/a	<b>n/a</b>
<b>Mitarbeiter Teilzeit (Personen)</b>	3.395	3.474	<b>3.600</b>	n/a	<b>3.951</b>
davon Frauen (in %)	75,9	74,4	<b>73,7</b>	n/a	<b>n/a</b>
davon Männer (in %)	24,1	25,6	<b>26,3</b>	n/a	<b>n/a</b>
<b>Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit beamtete Mitarbeiter (Jahre)</b>	32	33	<b>34</b>	n/a	<b>n/a</b>
<b>Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit Mitarbeiter im angestellten Dienstverhältnis (Jahre)</b>	11	10	<b>10</b>	n/a	<b>n/a</b>
<b>Leiharbeitskräfte (VZK)</b>	246	326	<b>389</b>	n/a	<b>n/a</b>

<sup>1</sup> Post-Konzern 2017: Darin enthalten sind die Österreichische Post AG und die Tochtergesellschaften MedienZustell GmbH, feibra GmbH, Post Wertlogistik GmbH, Post Systemlogistik GmbH, Slovak Parcel Service s.r.o., IN TIME s.r.o., City Express d.o.o., City Express Montenegro d.o.o., Weber Escal d.o.o., M&BM Express OOD, Overseas Trade Co Ltd d.o.o. und Express One d.o.o. Sarajevo. Die hier dargestellte Kennzahl „Mitarbeiter gesamt VZK“ entspricht daher nicht der Anzahl der „Mitarbeiter gesamt (VZK)“, wie im Finanzbericht auf S. 45 angeführt. Post Konzern 2018: Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern berücksichtigt.

<sup>2</sup> VZK = Vollzeitkräfte

<sup>3</sup> Alle beamteten Mitarbeiter sind unbefristet angestellt. Mitarbeiter im angestellten Dienstverhältnis sind überwiegend unbefristet tätig. 2018 waren davon 456 VZK befristet (inkludiert Mitarbeiter, die sich in der Probezeit befinden und danach in ein unbefristetes Arbeitsverhältnis übergehen). Mitarbeiter nach ABGB sind grundsätzlich befristet tätig.

<sup>4</sup> Die Unterteilung in Frauen und Männer wird für das Berichtsjahr 2017 erstmalig berichtet.

<sup>5</sup> Sie unterliegen aufgrund einer Bestimmung im Poststrukturgesetz (§ 19 Abs. 5 PTSG) nicht dem Kollektivvertrag.



Die Fluktuationsstatistik zeigt in den letzten Jahren eine steigende Tendenz und spiegelt somit die aktuelle Situation am Arbeitsmarkt wider. Die gute Konjunktursituation führte grundsätzlich zu einer erhöhten Wechselbereitschaft von Mitarbeitern. Diesem Umstand Rechnung tragend hat die

Post ein umfangreiches Programm initiiert, um die Fluktuation zu reduzieren und die Mitarbeiter langfristig an das Unternehmen zu binden. Sowohl im administrativen als auch im Bereich der Brief- und Paketlogistik wurden entsprechende Maßnahmen entwickelt und umgesetzt.

	Österreichische Post AG			Post-Konzern <sup>1</sup>	
	2016	2017	2018	2017	2018
<b>Fluktuation (Abgänge absolut)<sup>2</sup></b>	2.072	2.309	<b>2.548</b>	n/a	<b>3.280</b>
davon Frauen	879	885	<b>918</b>	n/a	<b>1.211</b>
davon Männer	1.193	1.424	<b>1.630</b>	n/a	<b>2.069</b>
nach Altersgruppen					
unter 30 Jahren	475	651	<b>735</b>	n/a	<b>969</b>
30–50 Jahre	755	764	<b>789</b>	n/a	<b>1.130</b>
ab 51 Jahren	842	894	<b>1.024</b>	n/a	<b>1.181</b>
<b>Fluktuation (Abgänge in %)<sup>2,3</sup></b>	11,1	12,3	<b>13,6</b>	n/a	<b>14,8</b>
davon Frauen	42,4	38,3	<b>36,0</b>	n/a	<b>36,9</b>
davon Männer	57,6	61,7	<b>64,0</b>	n/a	<b>63,1</b>
nach Altersgruppen					
unter 30 Jahren	22,9	28,2	<b>28,8</b>	n/a	<b>29,5</b>
30–50 Jahre	36,4	33,1	<b>31,0</b>	n/a	<b>34,5</b>
ab 51 Jahren	40,6	38,7	<b>40,2</b>	n/a	<b>36,0</b>
<b>Zugänge (absolut)<sup>2</sup></b>	1.548	2.442	<b>n/a<sup>4</sup></b>	n/a	<b>n/a</b>
davon Frauen	702	1.050	<b>n/a<sup>4</sup></b>	n/a	<b>n/a</b>
davon Männer	846	1.392	<b>n/a<sup>4</sup></b>	n/a	<b>n/a</b>
nach Altersgruppen					
unter 30 Jahren	889	1.346	<b>n/a<sup>4</sup></b>	n/a	<b>n/a</b>
30–50 Jahre	607	1.017	<b>n/a<sup>4</sup></b>	n/a	<b>n/a</b>
ab 51 Jahren	52	79	<b>n/a<sup>4</sup></b>	n/a	<b>n/a</b>
<b>Zugänge (in %)<sup>2,3</sup></b>	8,3	13,2%	<b>n/a<sup>4</sup></b>	n/a	<b>n/a</b>
davon Frauen	45,3	43,0	<b>n/a<sup>4</sup></b>	n/a	<b>n/a</b>
davon Männer	54,7	57,0	<b>n/a<sup>4</sup></b>	n/a	<b>n/a</b>
nach Altersgruppen					
unter 30 Jahren	57,4	55,1	<b>n/a<sup>4</sup></b>	n/a	<b>n/a</b>
30–50 Jahre	39,2	41,6	<b>n/a<sup>4</sup></b>	n/a	<b>n/a</b>
ab 51 Jahren	3,4	3,2	<b>n/a<sup>4</sup></b>	n/a	<b>n/a</b>

<sup>1</sup> Post-Konzern 2017: Darin enthalten sind die Österreichische Post AG und die Tochtergesellschaften Medien.Zustell GmbH, feibra GmbH, Post Wertlogistik GmbH, Post Systemlogistik GmbH, Slovak Parcel Service s.r.o., IN TIME s.r.o., City Express d.o.o., City Express Montenegro d.o.o., Weber Escal d.o.o., M&BM Express OOD, Overseas Trade Co Ltd d.o.o. und Express One d.o.o. Sarajevo.

Post-Konzern 2018: Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern berücksichtigt.

<sup>2</sup> Abgänge/Zugänge Stammpersonal mit zumindest sechsmonatigem Dienstverhältnis. Hierbei sind sämtliche Formen des Abgangs mitberücksichtigt.

<sup>3</sup> Abgänge/Zugänge in Relation zu Periodendurchschnitt Mitarbeiter (Personen).

<sup>4</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 März veröffentlicht wurde. Die Zugänge für das Berichtsjahr werden im Folgejahr im Nachhaltigkeitsbericht berichtet.

Die Diversitätsbetrachtung der Österreichischen Post AG zeigte im Jahr 2018 einen weiterhin ausgewogenen Mix der Mitarbeiter nach Altersklassen. Die Kennzahl „Frauen

in leitenden Positionen“ verzeichnet einen Anstieg des Frauenanteiles für das Jahr 2018. Dies ist ein Effekt der kontinuierlichen Frauenförderungsmaßnahmen der Post.

	Österreichische Post AG			Post-Konzern <sup>1</sup>	
	2016	2017	2018	2017	2018
<b>Mitarbeiter mit Behinderung</b> (Anzahl Personen am Stichtag 31.12.)	1.226	1.243	1.207	n/a	n/a
<b>Mitarbeiter (VZK<sup>1</sup>) nach Altersklassen</b>	17.448	17.225	17.406	19.956	20.545
unter 30 Jahren	2.068	2.317	2.731	2.799	3.396
30–50 Jahre	8.241	7.690	7.535	9.325	9.377
ab 51 Jahren	7.139	7.218	7.139	7.832	7.772
<b>Mitarbeiter nach Altersklassen in %</b>					
unter 30 Jahren	11,9	13,5	15,7	14,0	16,5
30–50 Jahre	47,2	44,6	43,3	46,7	45,6
ab 51 Jahren	40,9	41,9	41,0	39,2	37,8
<b>Mitarbeiter in leitenden Positionen (VZK)<sup>2</sup></b>	921	887	778	993	972
davon Frauen	213	202	186	224	245
davon Männer	708	685	591	769	727
nach Altersgruppen					
unter 30 Jahren	11	14	19	n/a	24
30–50 Jahre	480	438	363	n/a	513
ab 51 Jahren	430	435	395	n/a	435
<b>Mitarbeiter in leitenden Positionen in %<sup>1,2</sup></b>	5,3	5,1	4,5	5,0	4,7
davon Frauen	23,1	22,8	24,0	22,6	25,2
davon Männer	76,9	77,2	76,0	77,4	74,8
nach Altersgruppen					
unter 30 Jahren	1,2	1,6	2,5	n/a	2,5
30–50 Jahre	52,2	49,3	46,7	n/a	52,8
ab 51 Jahren	46,7	49,0	50,9	n/a	44,8

<sup>1</sup> Post-Konzern 2017: Darin enthalten sind die Österreichische Post AG und die Tochtergesellschaften Medien.Zustell GmbH, feibra GmbH, Post Wertlogistik GmbH, Post Systemlogistik GmbH, Slovak Parcel Service s.r.o., IN TIME s.r.o., City Express d.o.o., City Express Montenegro d.o.o., Weber Escal d.o.o., M&BM Express OOD, Overseas Trade Co Ltd d.o.o. und Express One d.o.o. Sarajevo.

Post-Konzern 2018: Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern berücksichtigt.

<sup>2</sup> VZK= Vollzeitkräfte

<sup>3</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 3 Mitarbeiter führen) sowie alle weiteren leitenden Mitarbeiter, die mindestens 3 Mitarbeiter führen.



## Krankenstand und Unfälle 102-48, 403-9:2018, 3, 8

Seit 2018 wurde eine statistisch erhöhte Anzahl an Arbeitsunfällen ausgewiesen. Dies ist auf eine verbesserte und somit veränderte Datenerhebungs- und Auswertungssystematik zurückzuführen. Die Krankenstandsquote ist trotz gestiegener Paketmengen nahezu gleichgeblieben.

	Österreichische Post AG			Post-Konzern <sup>1</sup>	
	2016	2017	2018	2017	2018
<b>Krankenstandsquote Mitarbeiter (VZK<sup>2</sup> in %)</b>	8,9	10,1	10,6	n/a	9,7
davon Frauen (in %)	35,7	26,6	27,3	n/a	n/a
davon Männer (in %)	64,3	73,4	72,7	n/a	n/a
<b>Ausfalltage pro Krankenstand (Arbeitstage)</b>	10,5	11,3	11,6	n/a	n/a
davon Frauen	8,4	8,8	9,0	n/a	n/a
davon Männer	11,7	12,9	13,2	n/a	n/a
<b>Anzahl der Arbeitsunfälle<sup>3</sup></b>	654	617	718	676	809
davon Frauen	235	236	292	n/a	n/a
davon Männer	419	381	426	n/a	n/a
davon schwere Unfälle <sup>4</sup>	11	11	8	n/a	n/a
davon Frauen	4	1	2	n/a	n/a
davon Männer	7	10	6	n/a	n/a
davon tödliche Unfälle	0	0	0	0	3
<b>Unfallhäufigkeit<sup>3,5</sup></b>	23	22	25	n/a	n/a
<b>Unfallhäufigkeit für schwere Unfälle<sup>3,4,5</sup></b>	0,4	0,4	0,3	n/a	n/a

<sup>1</sup> Post-Konzern 2017: Darin enthalten sind die Österreichische Post AG und die Tochtergesellschaften Medien.Zustell GmbH, feibra GmbH, Post Wertlogistik GmbH, Post Systemlogistik GmbH, Slovak Parcel Service s.r.o., IN TIME s.r.o., City Express d.o.o., City Express Montenegro d.o.o., Weber Escal d.o.o., M&BM Express OOD, Overseas Trade Co Ltd d.o.o. und Express One d.o.o. Sarajevo.

Post-Konzern 2018: Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern berücksichtigt.

<sup>2</sup> VZK = Vollzeitkräfte

<sup>3</sup> Unfälle ab einem Ausfalltag inkl. Folgekrankenständen (inkl. Wegeunfällen im Dienst).

<sup>4</sup> Unfälle mit 6 Monaten oder mehr Ausfalltagen. Nur tatsächliche Abwesenheitszeiten werden berichtet, erwartete Abwesenheitszeiten werden nicht berücksichtigt.

<sup>5</sup> Anzahl Arbeitsunfälle (ab einem Ausfalltag) im Verhältnis zu den geleisteten Arbeitsstunden, bezogen auf 1 Mio Arbeitsstunden. Die Berechnung erfolgt analog für die Unfallrate schwerer Unfälle.

## Aus- und Weiterbildung

Im Vergleich zum Vorjahr hat sich die Anzahl der Seminarteilnehmer erhöht. Die Anzahl der Seminare blieb stabil. Die Anzahl der Personenstunden war mit 118.415 über dem langjährigen Schnitt. Die Kennzahlen 2017 waren durch

Sondereffekte geprägt wie dem Wegfall der Teilnehmererfassung der Herzratenvariabilitäts-Messungen in den Zustellbasen.

	Österreichische Post AG <sup>1</sup>			Post-Konzern <sup>2</sup>	
	2016	2017	2018	2017	2018
<b>Anzahl der Seminare</b>	1.048	1.066	<b>1.062</b>	1.133	<b>1.259</b>
<b>Anzahl der Teilnehmer</b>	5.136	6.092	<b>6.473</b>	6.326	<b>6.868</b>
davon Frauen (in %)	32,5	34,3	<b>39,2</b>	n/a	<b>n/a</b>
davon Männer (in %)	67,5	65,7	<b>60,8</b>	n/a	<b>n/a</b>
<b>Personenstunden</b>	100.442	131.894	<b>118.415</b>	n/a	<b>123.496</b>
<b>Durchschnittliche Personenstunden Frauen pro Jahr</b>	5,9	8,6	<b>7,7</b>	n/a	<b>n/a</b>
<b>Durchschnittliche Personenstunden Männer pro Jahr</b>	5,0	6,3	<b>5,5</b>	n/a	<b>n/a</b>

<sup>1</sup> Kennzahlen 2016 für Mitarbeiter der Österreichischen Post AG inkl. nationaler Tochtergesellschaften. Kennzahlen 2017 und 2018 für Mitarbeiter der Österreichischen Post AG exkl. nationaler Tochtergesellschaften.

<sup>2</sup> **Post-Konzern 2017:** Darin enthalten sind die Österreichische Post AG und die Tochtergesellschaften Medien.Zustell GmbH, feibra GmbH, Post Wertlogistik GmbH, Post Systemlogistik GmbH, Slovak Parcel Service s.r.o., IN TIME s.r.o., City Express d.o.o., City Express Montenegro d.o.o., Weber Escal d.o.o., M&BM Express OOD, Overseas Trade Co Ltd d.o.o. und Express One d.o.o. Sarajevo.

**Post-Konzern 2018:** Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern berücksichtigt.

# Kennzahlen aus dem Bereich Umwelt

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass alle Kennzahlen sowohl auf Echtdateen als auch auf Hochrechnungen basieren. Hochrechnungen sind notwendig, da aufgrund des Zeitpunkts der Erhebung die Verfügbarkeit an Echtdateen eingeschränkt ist. Die Vorgehensweise in der Hochrechnung wird kontinuierlich evaluiert und weiter verbessert. Vor dem Hintergrund eines starken Wachstums in der Division Paket & Logistik verursacht dies zumeist Steigerungen bei den Kennzahlen im Vergleich zum Vorjahr. Des Weiteren wurde

die Erfassung innerhalb des Konsolidierungskreises im Vergleich zum Vorjahr ausgeweitet. Es wird nunmehr der gesamte Konzern abgebildet (mit Ausnahme einer Tochtergesellschaft). Im Vergleich zum Vorjahr wurden bei den Tochtergesellschaften auch die CO<sub>2</sub>e-Emissionsfaktoren aktualisiert. Eine Vergleichbarkeit auf Konzernebene mit dem Vorjahr ist daher nicht direkt möglich. Ergänzend werden Entwicklungen der jeweiligen Kennzahlen nur für die Österreichische Post AG erläutert.

## Energie im Überblick 302-1, 7, 12, 13

Der gesamte Energieverbrauch für Immobilien und Fuhrpark der Österreichischen Post AG ist im Vergleich zum Vorjahr um 3% auf rund 402 Mio kWh gestiegen. Im Bereich Immobilien verbesserte sich der Energieverbrauch jedoch um 3% auf rund 122 Mio kWh.

Im Bereich Fuhrpark stieg der Energieverbrauch um 6%. Haupteinflussgröße ist das Mengenwachstum im Paketbereich (+11,1%). Dies erforderte eine räumliche Ausweitung der logistischen Abläufe und einen Wechsel zu größeren und leistungsstärkeren Fahrzeugen.

	Einheit	Österreichische Post AG			Post-Konzern <sup>1</sup>	
		2016	2017 <sup>2</sup>	2018	2017	2018
<b>Energieverbrauch Immobilien und Fuhrpark</b>	Mio kWh	384,1	389,0	<b>401,7</b>	469,7	<b>484,4</b>
Energieverbrauch Immobilien gesamt <sup>3</sup>	Mio kWh	125,2	125,5	<b>121,6</b>	147,7	<b>143,5</b>
Energieverbrauch Fuhrpark gesamt <sup>4</sup>	Mio kWh	258,9	263,5	<b>280,0</b>	322,0	<b>340,9</b>

<sup>1</sup> Post-Konzern 2017: Darin enthalten sind die Österreichische Post AG und die Tochtergesellschaften Medien.Zustell GmbH, feibra GmbH, Post Wertlogistik GmbH, Post Systemlogistik GmbH, Slovak Parcel Service s.r.o., IN TIME s.r.o., City Express d.o.o., City Express Montenegro d.o.o., Weber Escal d.o.o., M&BM Express OOD, Overseas Trade Co Ltd d.o.o. und Express One d.o.o. Sarajevo.

Post-Konzern 2018: Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern mit Ausnahme der Tochtergesellschaft Express One Hungary berücksichtigt.

<sup>2</sup> Im Zuge des Audits wurden die Kennzahlen des Fremdfuhrparks aus dem Jahr 2017 nach oben revidiert, da die ursprüngliche Berechnung korrigiert wurde.

<sup>3</sup> Die Energiekennzahlen der Immobilien für das Jahr 2018 beziehen sich auf sämtliche Flächen der Post (Büro, Zustellbasen, Logistikzentren, Filialen). Die Kennzahlen der Österreichischen Post AG basieren auf Echtdateen, die bis zum Stichtag 17.01.2019 verfügbar waren. Der verbleibende Anteil basiert auf Hochrechnungswerten. Kennzahlen der Tochtergesellschaften basieren

auf Daten, die bis zum Stichtag 24.01.2019 von diesen zur Verfügung gestellt wurden. Teilweise wurden Hochrechnungen vorgenommen.

<sup>4</sup> Die Energiekennzahlen des Fuhrparks für das Jahr 2018 beziehen sich auf alle motorisierten Fahrzeuge der Post. Für die Österreichische Post AG handelt es sich dabei um Echtdateen. Die Kennzahlen der Tochtergesellschaften basieren auf Daten, die bis zum Stichtag 24.01.2019 von diesen zur Verfügung gestellt wurden. Teilweise wurden Hochrechnungen vorgenommen.

## Energie Immobilien 7, 8, 12, 13

Die Österreichische Post AG verwaltet über 1 Mio m<sup>2</sup> an Gebäudenutzflächen. Die Flächenanzahl in m<sup>2</sup> ist im Vergleich zum Jahr 2017 leicht um 1% gestiegen. Aufgrund von Anpassungen in der Erhebungs- und Auswertungssystematik der Daten in Kombination mit Energieeffizienzmaßnahmen

verringerte sich der gesamte Energieverbrauch im Bereich Immobilien jedoch um 3% auf rund 122 Mio kWh. Die spezifischen CO<sub>2</sub>-Emissionen in Tonnen pro Tsd m<sup>2</sup> gingen mit 10% stärker zurück.

	Einheit	Österreichische Post AG			Post-Konzern <sup>1</sup>	
		2016	2017	2018	2017	2018
<b>Gebäudenutzflächen (m<sup>2</sup>)</b>	m <sup>2</sup>	1.053.200	1.048.295	<b>1.055.669</b>	1.185.294	<b>1.208.212</b>
<b>Energieverbrauch Immobilien gesamt<sup>2</sup></b>	Mio kWh	125,2	125,5	<b>121,6</b>	147,7	<b>143,5</b>
Erdgas	Mio kWh	33,2	32,3	<b>32,7</b>	42,3	<b>42,5</b>
Heizöl	Mio kWh	3,1	3,1	<b>2,0</b>	3,3	<b>2,1</b>
Fernwärme	Mio kWh	32,6	34,5	<b>30,3</b>	36,9	<b>33,0</b>
Strom gesamt	Mio kWh	56,3	55,6	<b>56,6</b>	65,3	<b>65,8</b>
davon Strom aus erneuerbaren Energien	Mio kWh	52,8	52,4	<b>55,4</b>	55,4	<b>59,0</b>
davon Strom aus eigenen Photovoltaikanlagen	Mio kWh	1,3	1,5	<b>1,4</b>	1,5	<b>1,6</b>
davon Strom aus unbekanntem Quellen	Mio kWh	3,5	3,1	<b>1,2</b>	9,9	<b>6,8</b>

<sup>1</sup> Post-Konzern 2017: Darin enthalten sind die Österreichische Post AG und die Tochtergesellschaften Medien.Zustell GmbH, feibra GmbH, Post Wertlogistik GmbH, Post Systemlogistik GmbH, Slovak Parcel Service s.r.o., IN TIME s.r.o., City Express d.o.o., City Express Montenegro d.o.o., Weber Escal d.o.o., M&BM Express OOD, Overseas Trade Co Ltd d.o.o. und Express One d.o.o. Sarajevo.

Post-Konzern 2018: Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern mit Ausnahme der Tochtergesellschaft Express One Hungary berücksichtigt.

<sup>2</sup> Die Energiekennzahlen der Immobilien für das Jahr 2018 beziehen sich auf sämtliche Flächen der Post (Büro, Zustellbasen, Logistikzentren, Filialen). Die Kennzahlen der Österreichische Post AG basieren auf Echtdaten, die bis zum Stichtag 17.01.2019 verfügbar waren. Der verbleibende Anteil basiert auf Hochrechnungswerten. Kennzahlen der Tochtergesellschaften basieren auf Daten, die bis zum Stichtag 24.01.2019 von diesen zur Verfügung gestellt wurden. Teilweise wurden Hochrechnungen vorgenommen.



## Energie Fuhrpark 302-1, 7, 12, 13

Im Jahr 2018 legte die Österreichische Post AG für die Erbringung ihrer Dienstleistungen insgesamt 170 Mio km zurück. Im Vergleich zum Vorjahr stieg die Kilometerleistung um 5% aufgrund der Mengensteigerung im Paketbereich. Mengenwachstum (+11,1%) und Gewichtssteigerungen in diesem Segment erforderten einen Wechsel zu größeren und leistungsstärkeren Fahrzeugen sowie eine räumliche Ausweitung der logistischen Abläufe, vor allem beim Fremdfuhrpark im Güterverkehr (Fahrzeuge > 3,5t). Dieser Gütertransport

und Schwerverkehr hat fahrzeugbedingt einen höheren Treibstoffverbrauch. Daher stieg auch der Treibstoffverbrauch um 6% auf 280 Mio kWh, spezifisch (pro Mio km) mit 2% jedoch leichter an. Die direkte Beeinflussbarkeit des Energieverbrauchs ist beim Fremdfuhrpark nicht gegeben. Daher setzt die Österreichische Post AG sehr viele Maßnahmen im Eigenfuhrpark (Ausbau E-Mobilität, moderne und energieeffiziente Fahrzeugflotte).

	Einheit	Österreichische Post AG			Post-Konzern <sup>1</sup>	
		2016	2017 <sup>2</sup>	2018	2017	2018
<b>Kilometerleistung<sup>3</sup></b>	Mio km	160,2	162,2	<b>170,1</b>	218,5	<b>229,4</b>
<b>Energieverbrauch Fuhrpark gesamt<sup>3</sup></b>	Mio kWh	258,9	263,5	<b>280,0</b>	322,0	<b>340,9</b>
davon Eigenfuhrpark	Mio kWh	166,0	170,7	<b>176,5</b>	198,7	<b>208,5</b>
davon Stromverbrauch E-Mobilität	Mio kWh	0,6	1,1	<b>1,2</b>	1,1	<b>1,2</b>
davon Fremdfuhrpark	Mio kWh	93,0	92,8	<b>103,5</b>	123,3	<b>132,3</b>

<sup>1</sup> Post-Konzern 2017: Darin enthalten sind die Österreichische Post AG und die Tochtergesellschaften Medien.Zustell GmbH, feibra GmbH, Post Wertlogistik GmbH, Post Systemlogistik GmbH, Slovak Parcel Service s.r.o., IN TIME s.r.o., City Express d.o.o., City Express Montenegro d.o.o., Weber Escal d.o.o., M&BM Express OOD, Overseas Trade Co Ltd d.o.o. und Express One d.o.o. Sarajevo.

Post-Konzern 2018: Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern mit Ausnahme der Tochtergesellschaft Express One Hungary berücksichtigt.

<sup>2</sup> Im Zuge des Audits wurden die Kennzahlen des Fremdfuhrparks aus dem Jahr 2017 nach oben revidiert, da die ursprüngliche Berechnung korrigiert wurde.

<sup>3</sup> Die Kennzahlen des Fuhrparks für das Jahr 2018 beziehen sich auf alle motorisierten Fahrzeuge der Post. Für die Österreichische Post AG handelt es sich dabei um Echtdaten. Die Kennzahlen der Tochtergesellschaften basieren auf Daten, die bis zum Stichtag 24.01.2019 von diesen zur Verfügung gestellt wurden. Teilweise wurden Hochrechnungen vorgenommen.

## Emissionen 305-1, 305-2, 305-3, 3, 12, 13

Die CO<sub>2</sub>e-Emissionen (Scope 1–3) der Österreichischen Post AG sind im Vergleich zum Vorjahr um 3% auf 71.389 Tonnen gestiegen. Maßgeblich verantwortlich ist das starke Mengenwachstum im Paketbereich. Die CO<sub>2</sub>e-Emissionen im Bereich Immobilien (Scope 1 und Scope 2) der

Österreichischen Post AG sind rückläufig und um 9% auf 12.365 Tonnen gesunken. Der Anstieg der CO<sub>2</sub>e-Emissionen (Scope 1 und Scope 3) im Fuhrpark um 7% auf 59.024 Tonnen überwiegt jedoch den rückläufigen Effekt im Bereich der Immobilien.

	Einheit	Österreichische Post AG			Post-Konzern <sup>1</sup>	
		2016	2017	2018	2017	2018
<b>CO<sub>2</sub>e-Emissionen (Scope 1–3)<sup>2</sup> nach Greenhouse Gas Protocol gesamt</b>	t CO <sub>2</sub> e	67.491	68.982	<b>71.389</b>	89.166	<b>95.354</b>
<b>CO<sub>2</sub>e-Emissionen Immobilien</b>	t CO <sub>2</sub> e	12.707	13.649	<b>12.365</b>	18.941	<b>17.829</b>
CO <sub>2</sub> e Scope 1 – Gebäude	t CO <sub>2</sub> e	7.473	7.312	<b>7.078</b>	9.343	<b>9.073</b>
Erdgas	t CO <sub>2</sub> e	6.630	6.462	<b>6.541</b>	8.455	<b>8.506</b>
Heizöl	t CO <sub>2</sub> e	843	850	<b>537</b>	888	<b>567</b>
CO <sub>2</sub> e Scope 2 – Gebäude <sup>3</sup>	t CO <sub>2</sub> e	5.234	6.337	<b>5.287</b>	9.598	<b>8.756</b>
Fernwärme	t CO <sub>2</sub> e	5.003	5.401	<b>4.991</b>	5.858	<b>5.543</b>
Strom	t CO <sub>2</sub> e	231	936	<b>296</b>	3.740	<b>3.213</b>
<b>CO<sub>2</sub>e-Emissionen Fuhrpark</b>	t CO <sub>2</sub> e	54.784	55.333	<b>59.024</b>	70.225	<b>77.525</b>
CO <sub>2</sub> e Scope 1 – Eigenfuhrpark	t CO <sub>2</sub> e	35.154	35.713	<b>37.065</b>	42.804	<b>47.953</b>
CO <sub>2</sub> e Scope 3 – Fremdfuhrpark	t CO <sub>2</sub> e	19.630	19.620	<b>21.959</b>	27.421	<b>29.573</b>

<sup>1</sup> **Post-Konzern 2017:** Darin enthalten sind die Österreichische Post AG und die Tochtergesellschaften Medien.Zustell GmbH, feibra GmbH, Post Wertlogistik GmbH, Post Systemlogistik GmbH, Slovak Parcel Service s.r.o., IN TIME s.r.o., City Express d.o.o., City Express Montenegro d.o.o., Weber Escal d.o.o., M&BM Express OOD, Overseas Trade Co Ltd d.o.o. und Express One d.o.o. Sarajevo.

**Post-Konzern 2018:** Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern mit Ausnahme der Tochtergesellschaft Express One Hungary berücksichtigt.

<sup>2</sup> Bei der Berechnung der Scope 1-, Scope 2- und Scope 3-Emissionen werden alle von der GRI genannten Gase berücksichtigt. Um den GRI-Anforderungen zu entsprechen, werden die CO<sub>2</sub>e-Emissionen der Österreichischen Post AG für das Basisjahr 2013 wie folgt angegeben: CO<sub>2</sub>e Scope 1 – Straßentransport (Eigentransport): 35.199 t; CO<sub>2</sub>e Scope 1 – Gebäude: 8.887 t; CO<sub>2</sub>e Scope 2 – Gebäude: 6.346 t; CO<sub>2</sub>e Scope 3 – Partnerunternehmen: 19.951 t. Diese Zahlen beziehen sich ausschließlich auf die Österreichische Post AG. Die Differenz zu früher publizierten CO<sub>2</sub>e-Emissionskennzahlen für das Jahr 2013 ergibt sich daher aus der Nichtberücksichtigung der Post Wertlogistik GmbH.

<sup>3</sup> Die Berechnung der Scope 2-Emissionen (Strom und Fernwärme) für die Österreichische Post AG 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 2018 CO<sub>2</sub>-Emissionen in der Höhe von 19.840 t. Daraus wird ersichtlich, welchen Einfluss der Bezug von Strom aus erneuerbaren Energien hat. Die Berechnung der Scope 2-Emissionen (Strom, Fernwärme) der nationalen Tochtergesellschaften erfolgt nach der Market Based Method. Das heißt, soweit vorhanden werden lieferantenspezifische Emissionsfaktoren verwendet. Die Berechnung der Scope 2-Emissionen (Strom) der internationalen Tochtergesellschaften erfolgt nach der Location Based Method.

## Relative Emissionen

Aufgrund der Veränderungen im Brief- und Paketgeschäft ist es sinnvoll, die CO<sub>2</sub>e-Emissionen der Bereiche Immobilien und Fuhrpark in ein Verhältnis zur jeweiligen Bezugsgröße zu setzen. Im Bereich Immobilien gehen die CO<sub>2</sub>e-Emissionen um 10 % auf 11,7 Tonnen pro Tsd m<sup>2</sup> stärker

zurück als die absoluten Emissionen. Die CO<sub>2</sub>e-Emissionen im Bereich Fuhrpark steigen mit 2 % auf rund 347 Tonnen CO<sub>2</sub>e pro Mio km leichter an als die absoluten CO<sub>2</sub>e-Emissionen.

	Einheit	Österreichische Post AG			Post-Konzern <sup>1</sup>	
		2016	2017	2018	2017 <sup>1</sup>	2018
<b>Relative CO<sub>2</sub>e-Emissionen Immobilien<sup>2</sup></b>	t CO <sub>2</sub> e/1.000 m <sup>2</sup>	12,1	13,0	<b>11,7</b>	16,0	<b>14,8</b>
<b>Relative CO<sub>2</sub>e-Emissionen Fuhrpark</b>	t CO <sub>2</sub> e/Mio km	342,0	341,1	<b>347,0</b>	321,5	<b>337,9</b>

<sup>1</sup> Post-Konzern 2017: Darin enthalten sind die Österreichische Post AG und die Tochtergesellschaften Medien.Zustell GmbH, feibra GmbH, Post Wertlogistik GmbH, Post Systemlogistik GmbH, Slovak Parcel Service s.r.o., IN TIME s.r.o., City Express d.o.o., City Express Montenegro d.o.o., Weber Escal d.o.o., M&BM Express OOD, Overseas Trade Co Ltd d.o.o. und Express One d.o.o. Sarajevo.

Post-Konzern 2018: Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern mit Ausnahme der Tochtergesellschaft Express One Hungary berücksichtigt.

<sup>2</sup> Die Berechnung der Scope 2-Emissionen (Strom und Fernwärme) für die Österreichische Post AG 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 2018 CO<sub>2</sub>-Emissionen in der Höhe von 19.839,9 Tonnen. Daraus wird ersichtlich, welchen Einfluss der Bezug von Strom aus erneuerbaren Energien hat. Die Berechnung der Scope 2-Emissionen (Strom, Fernwärme) der nationalen Tochtergesellschaften erfolgt nach der Market Based Method. Das heißt, soweit vorhanden werden lieferantenspezifische Emissionsfaktoren verwendet. Die Berechnung der Scope 2-Emissionen (Strom) der internationalen Tochtergesellschaften erfolgt nach der Location Based Method.

## Fahrzeuge

Der Bestand an E-Fahrzeugen erhöhte sich bei der Österreichischen Post AG im Jahr 2018 um 12% auf 1.592 Stück. Der Gesamtbestand an Fahrzeugen ist im Vergleich zum Vorjahr um 7% auf 9.257 Fahrzeuge angestiegen. Dies ist darauf zurückzuführen, dass Ende des Jahres 2018

neue Fahrzeuge in Betrieb genommen wurden. Die ausgemusterten Fahrzeuge wurden jedoch im Betrachtungszeitraum noch nicht aus dem Fuhrpark ausgeschieden. Dadurch kam es zu dieser Steigerung.

	Österreichische Post AG			Post-Konzern <sup>1</sup>	
	2016	2017	2018	2017	2018
<b>Fahrzeuge gesamt</b>	8.735	8.680	<b>9.257</b>	9.952	<b>10.473</b>
Fahrräder	807	714	<b>719</b>	715	<b>758</b>
davon Elektrofahräder	683	613	<b>620</b>	613	<b>621</b>
Mopeds	882	809	<b>921</b>	944	<b>970</b>
davon Elektromopeds	370	369	<b>416</b>	370	<b>417</b>
Fahrzeuge bis 3,5 t	6.893	6.996	<b>7.467</b>	8.066	<b>8.529</b>
davon Erdgasfahrzeuge bis 3,5 t	2	0	<b>0</b>	0	<b>3</b>
davon Elektrofahrzeuge bis 3,5 t	334	441	<b>556</b>	443	<b>559</b>
Fahrzeuge über 3,5 t	153	161	<b>150</b>	227	<b>216</b>

<sup>1</sup> Post-Konzern 2017: Darin enthalten sind die Österreichische Post AG und die Tochtergesellschaften Medien.Zustell GmbH, feibra GmbH, Post Wertlogistik GmbH, Post Systemlogistik GmbH, Slovak Parcel Service s.r.o., IN TIME s.r.o., City Express d.o.o., City Express Montenegro d.o.o., Weber Escal d.o.o., M&BM Express OOD, Overseas Trade Co Ltd d.o.o. und Express One d.o.o. Sarajevo.

Post-Konzern 2018: Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern mit Ausnahme der Tochtergesellschaft Express One Hungary berücksichtigt.

**Papier** (GRI) 301-1, (SDG) 8, 12

Der Papierverbrauch ist aufgrund verschiedener Maßnahmen (Druckereinstellung, Sensibilisierungsmaßnahmen etc.) um 70 Tonnen niedriger. Der Anteil an Papier aus nachhaltigen Quellen (FSC bzw. PEFC) ist konstant hoch (über 90%).

	Einheit	Österreichische Post AG			Post-Konzern <sup>1</sup>	
		2016	2017	2018	2017	2018
<b>Papierverbrauch gesamt</b>	t	6.302	5.539	<b>5.469</b>	5.755	<b>5.697</b>
davon nachhaltig produziert (PEFC- und FSC-Papier)	t	5.443	5.372	<b>5.195</b>	5.415	<b>5.243</b>

<sup>1</sup> **Post-Konzern 2017:** Darin enthalten sind die Österreichische Post AG und die Tochtergesellschaften Medien.Zustell GmbH, feibra GmbH, Post Wertlogistik GmbH, Post Systemlogistik GmbH, Slovak Parcel Service s.r.o., IN TIME s.r.o., City Express d.o.o., City Express Montenegro d.o.o., Weber Escal d.o.o., M&BM Express OOD, Overseas Trade Co Ltd d.o.o. und Express One d.o.o. Sarajevo.

**Post-Konzern 2018:** Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern mit Ausnahme der Tochtergesellschaft Express One Hungary berücksichtigt.



# GRI-INDEX

GRI 102-55

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. 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	Angaben zu Disclosure bzw. Verweis	Auslassungsgründe/ Anmerkungen
<b>UNIVERSELLE STANDARDS</b>						
GRI 101: FOUNDATION 2016						
GRI 102: GENERAL DISCLOSURES 2016						
<b>ORGANISATIONSPROFIL</b>						
GRI 102	General Disclosures	102-1	Name of the organization		Österreichische Post AG	
GRI 102	General Disclosures	102-2	Activities, brands, products, and services		S. 40f Finanzbericht 2018: S. 04f	
GRI 102	General Disclosures	102-3	Location of headquarters		Rochusplatz 1, A-1030 Wien	
GRI 102	General Disclosures	102-4	Location of operations		S. 41 Finanzbericht 2018: S. 04f	
GRI 102	General Disclosures	102-5	Ownership and legal form		S. 40f Finanzbericht 2018: S. 14ff	
GRI 102	General Disclosures	102-6	Markets served		S. 41 Finanzbericht 2018: S. 05	
GRI 102	General Disclosures	102-7	Scale of the organization		S. 40f, 64 Finanzbericht 2018: S. 04f, 66ff, 116ff	
GRI 102	General Disclosures	102-8	Information on employees and other workers	SDG 8: Decent Work and Economic Growth	S. 85	Ein Teil der Arbeitsleistung im Bereich Güterverkehr bzw. Zustellung Paket wird durch externe Frächter abgewickelt.
GRI 102	General Disclosures	102-9	Supply Chain	SDG 8: Decent Work and Economic Growth	S. 49f	
GRI 102	General Disclosures	102-10	Significant changes to the organization and its supply chain		S. 40f, 50	
GRI 102	General Disclosures	102-12	External initiatives		S. 44f	
GRI 102	General Disclosures	102-13	Membership of associations		post.at/mitgliedschaften	
<b>SUSTAINABLE CORPORATE GOVERNANCE</b>						
GRI 102	General Disclosures	102-11	Precautionary Principle or approach		S. 47f Finanzbericht 2018: S. 20f, 78ff	
GRI 102	General Disclosures	102-14	Statement from senior decision-maker		S. 39	
GRI 102	General Disclosures	102-15	Key impacts, risks, and opportunities		S. 62, 66, 74, 80 Finanzbericht 2018: S. 85ff	

GRI Standard Number	GRI Standard Title	Disclosure Number	Disclosure Title Individual disclosure items ('a', 'b', 'c', etc.) are not listed here	SDGs	Angaben zu Disclosure bzw. Verweis	Ausschlussgründe/ Anmerkungen
GRI 102	General Disclosures	102-16	Values, principles, standards, and norms of behavior	SDG 16: Peace, Justice and strong institutions	S. 46ff Finanzbericht 2018: S. 50ff	
GRI 102	General Disclosures	102-17	Mechanisms for advice and concerns about ethics	SDG 16: Peace, Justice and strong institutions	Finanzbericht 2018: S. 50ff	
GRI 102	General Disclosures	102-18	Governance structure		S. 46f Finanzbericht 2018: S. 20ff	
GRI 102	General Disclosures	102-19	Delegating authority		Finanzbericht 2018: S. 21ff	
GRI 102	General Disclosures	102-20	Executive-level responsibility for economic, environmental, and social topics		S. 46f	
GRI 102	General Disclosures	102-21	Consulting stakeholders on economic, environmental, and social topics	SDG 16: Peace, Justice and strong institutions	S. 53 Finanzbericht 2018 S. 38	
GRI 102	General Disclosures	102-22	Composition of the highest governance body and its committees	SDG 16: Peace, Justice and strong institutions	Finanzbericht 2018: S. 21ff	
GRI 102	General Disclosures	102-23	Chair of the highest governance body	SDG 16: Peace, Justice and strong institutions	Finanzbericht 2018: S. 21ff	
GRI 102	General Disclosures	102-24	Nominating and selecting the highest governance body	SDG 5: Gender Equality SDG 16: Peace, Justice and strong institutions	Finanzbericht 2018: S. 24f	
GRI 102	General Disclosures	102-25	Conflicts of interest	SDG 16: Peace, Justice and strong institutions	Finanzbericht 2018: S. 26 (Corporate Governance Bericht 2018)	Die Berichterstattung zu diesem Disclosure erfolgt freiwillig und daher nur teilweise.
GRI 102	General Disclosures	102-35	Remuneration policies		Finanzbericht 2018: S. 27ff (Corporate Governance Bericht 2018)	
GRI 102	General Disclosures	102-41	Collective bargaining agreements	SDG 8: Decent Work and Economic Growth	S. 85	
<b>STAKEHOLDER MANAGEMENT</b>						
GRI 102	General Disclosures	102-40	List of stakeholder groups		S. 52	
GRI 102	General Disclosures	102-42	Identifying and selecting stakeholders		S. 52	
GRI 102	General Disclosures	102-43	Approach to stakeholder engagement		S. 53, 61, 68	
GRI 102	General Disclosures	102-44	Key topics and concerns raised		S. 53, 61	
<b>ANGABEN ZUR BERICHTERSTATTUNG</b>						
GRI 102	General Disclosures	102-45	Entities included in the consolidated financial statements		S. 40f, 82 Finanzbericht 2018: S. 37, 115f, 188	
GRI 102	General Disclosures	102-46	Defining report content and topic Boundaries		S. 40f, 54ff	
GRI 102	General Disclosures	102-47	List of material topics		S. 40f, 54ff	
GRI 102	General Disclosures	102-48	Restatements of information		S. 82, 86, 88	
GRI 102	General Disclosures	102-49	Changes in reporting		S. 82	
GRI 102	General Disclosures	102-50	Reporting period		S. 82	
GRI 102	General Disclosures	102-51	Date of most recent report		14. März 2019	
GRI 102	General Disclosures	102-52	Reporting cycle		S. 82	
GRI 102	General Disclosures	102-53	Contact point for questions regarding the report		S. 106	
GRI 102	General Disclosures	102-54	Claims of reporting in accordance with the GRI Standards		S. 82	
GRI 102	General Disclosures	102-55	GRI content index		S. 96f	
GRI 102	General Disclosures	102-56	External assurance		S. 82, 104f	

GRI Standard Number	GRI Standard Title	Disclosure Number	Disclosure Title Individual disclosure items ('a', 'b', 'c', etc.) are not listed here	SDGs	Angaben zu Disclosure bzw. Verweis	Auslassungsgründe/ Anmerkungen
<b>WESENTLICHES THEMA: WACHSTUM UND WERTSCHÖPFUNG</b>						
GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 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. 57	
GRI 103	Management Approach	103-3	Evaluation of the management approach		S. 58	
GRI 201: ECONOMIC PERFORMANCE 2016						
GRI 201	Economic Performance	201-1	Direct economic value generated and distributed	SDG 2: Zero Hunger SDG 5: Gender Equality SDG 7: Affordable and clean Energy SDG 8: Decent work and Economic growth SDG 9: Industry, Innovation and Infrastructure	S. 59f Finanzbericht 2018: S. 69ff	Nicht zutreffend: Weitere Informationen zu diesem Disclosure sind nicht zutreffend.
GRI 201	Economic Performance	201-2	Financial implications and other risks and opportunities due to climate change	SDG 13: Climate Action	S. 80	Vertraulichkeitseinschränkung: Weitere Kosten zur Minimierung von Risiken werden aus unternehmensinternen Gründen nicht veröffentlicht.
GRI 203: INDIRECT ECONOMIC IMPACTS 2016						
GRI 203	Indirect Economic Impacts	203-1	Infrastructure investments and services supported	SDG 2: Zero Hunger SDG 5: Gender equality SDG 7: Affordable and clean Energy SDG 9: Industry, Innovation and Infrastructure SDG 11: Sustainable cities and communities	S. 60, 63	Es handelt sich in diesem Fall um kommerzielle Investitionen.
<b>WESENTLICHES THEMA: UNTERNEHMENSKULTUR UND ARBEITSWELTEN</b>						
GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2016						
GRI 103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its boundary		S. 47f, 67 Finanzbericht 2018: S. 41ff, 50ff	
GRI 103	Management Approach	103-2	The management approach and its components		S. 47f, 66ff Finanzbericht 2018: 41ff, 50ff	
GRI 103	Management Approach	103-3	Evaluation of the management approach		S. 67 Finanzbericht 2018: 41f, 51ff	
GRI 205: ANTI-CORRUPTION 2016						
GRI 205	Anti-corruption	205-1	Operations assessed for risks related to corruption	SDG 16: Peace, Justice and strong institutions	Finanzbericht 2018: S. 51	
GRI 205	Anti-corruption	205-2	Communication and training about anti-corruption policies and procedures	SDG 16: Peace, Justice and strong institutions	Finanzbericht 2018: 53f	
GRI 205	Anti-corruption	205-3	Confirmed incidents of corruption and actions taken	SDG 16: Peace, Justice and strong institutions	Finanzbericht 2018: S. 54	Im Berichtszeitraum gab es keine Korruptionsfälle.

GRI Standard Number	GRI Standard Title	Disclosure Number	Disclosure Title Individual disclosure items ('a', 'b', 'c', etc.) are not listed here	SDGs	Angaben zu Disclosure bzw. Verweis	Auslassungsgründe/ Anmerkungen
<b>GRI 206: ANTI-COMPETITIVE BEHAVIOUR 2016</b>						
GRI 206	Anti-competitive Behavior	206-1	Legal actions for anti-competitive behavior, anti-trust, and monopoly practices	SDG 16: Peace, Justice and strong institutions	Im Jahr 2018 gab es gegen die Österreichische Post keine Klagen, Sanktionen oder Geldbußen aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- oder Monopolbildung, gestützt auf UWG und/oder KartG.  Gegen die Österreichische Post gab es im Jahr 2018 keine wesentlichen Klagen, Sanktionen oder Geldbußen wegen der Verletzung von Gesetzen oder Vorschriften im sozialen Bereich.	
<b>GRI 401: EMPLOYMENT 2016</b>						
GRI 401	Employment	401-1	New employee hires and employee turnover		S. 86	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. 69	
<b>GRI 402: LABOUR/MANAGEMENT RELATIONS 2016</b>						
GRI 402	Labor/Management Relations	402-1	Minimum notice periods regarding operational changes	SDG 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 405: DIVERSITY AND EQUAL OPPORTUNITY 2016</b>						
GRI 405	Diversity and Equal Opportunity	405-1	Diversity of governance bodies and employees	SDG 5: Gender equality SDG 8: Decent work and economic growth	S.70, 87	
<b>GRI 419: SOCIOECONOMIC COMPLIANCE 2016</b>						
GRI 419	Socioeconomic Compliance	419-1	Non-compliance with laws and regulations in the social and economic area	SDG 16: Peace, Justice and strong institutions		Im Jahr 2018 gab es gegen die Österreichische Post keine Klagen, Sanktionen oder Geldbußen aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- oder Monopolbildung, gestützt auf UWG und/oder KartG. Gegen die Österreichische Post gab es im Jahr 2018 keine wesentlichen Klagen, Sanktionen oder Geldbußen wegen der Verletzung von Gesetzen oder Vorschriften im sozialen Bereich.

GRI Standard Number	GRI Standard Title	Disclosure Number	Disclosure Title Individual disclosure items (a', b', c', etc.) are not listed here	SDGs	Angaben zu Disclosure bzw. Verweis	Auslassungsgründe/ Anmerkungen
<b>WESENTLICHES THEMA: RESSOURCENEFFIZIENZ</b>						
GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2016						
GRI 103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its boundary		S. 75	
GRI 103	Management Approach	103-2	The management approach and its components		S. 74, 79	
GRI 103	Management Approach	103-3	Evaluation of the management approach		S. 75f	
GRI 301: MATERIALS 2016						
GRI 301	Materials	301-1	Materials used by weight or volume	SDG 8: Decent work and economic growth SDG 12: Responsible consumption and production	S. 95	
GRI 301: EFFLUENTS AND WASTE 2016						
GRI 306	Effluents and Waste	306-2	Waste by type and disposal method	SDG 3: Good health and well-being SDG 12: Responsible consumption and production	S. 80	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. Die Abfälle werden nur an befugte Entsorgungsdienstleister übergeben. Diese bringen die Wertstoffe dann in den Verwertungs- bzw. Entsorgungskreislauf ein. Es wird intensiv an einer Zentralisierung und Zusammenführung des strategischen und operativen Abfallmanagements gearbeitet. In den nächsten Jahren soll eine Datenbasis geschaffen werden, die eine Berichterstattung ermöglicht.
<b>WESENTLICHES THEMA: KLIMASCHUTZ UND ENERGIE</b>						
GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2016						
GRI 103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its boundary		S. 75	
GRI 103	Management Approach	103-2	The management approach and its components		S. 74, 76	
GRI 103	Management Approach	103-3	Evaluation of the management approach		S. 75f	
GRI 302: ENERGY 2016						
GRI 302	Energy	302-1	Energy consumption within the organization	SDG 7: Affordable and clean energy SDG 12: Responsible consumption and production SDG 13: Climate Action	S. 82, 90f	
GRI 302	Energy	302-4	Reduction of energy consumption	SDG 7: Affordable and clean energy SDG 8: Decent work and economic growth SDG 12: Responsible consumption and production SDG 13: Climate Action	S. 79, 91	

GRI Standard Number	GRI Standard Title	Disclosure Number	Disclosure Title Individual disclosure items ('a', 'b', 'c', etc.) are not listed here	SDGs	Angaben zu Disclosure bzw. Verweis	Auslassungsgründe/ Anmerkungen
GRI 305: EMISSIONS 2016						
GRI 305	Emissions	305-1	Direct (Scope 1) GHG emissions	SDG 3: Good health and well-being SDG 12: Responsible consumption and production SDG 13: Climate Action	S. 82, 93	Nicht anwendbar: Es werden keine biogenen CO <sub>2</sub> -Emissionen ausgestoßen. Information nicht verfügbar: Das Global Warming Potential (GWP) bzw. die Quelle des GWPs sind nicht bekannt. Bis zur nächsten Berichterstattung wird mit dem Umweltbundesamt geklärt, welches GWP zur Anwendung kommt, bzw. die Quelle bekannt gegeben.
GRI 305	Emissions	305-2	Energy indirect (Scope 2) GHG emissions	SDG 3: Good health and well-being SDG 12: Responsible consumption and production SDG 13: Climate Action	S. 82, 93	Information nicht verfügbar: Das Global Warming Potential (GWP) bzw. die Quelle des GWPs sind nicht bekannt. Bis zur nächsten Berichterstattung wird mit der oben genannten Stelle geklärt, welches GWP zur Anwendung kommt, bzw. die Quelle bekannt gegeben.
GRI 305	Emissions	305-3	Other indirect (Scope 3) GHG emissions	SDG 3: Good health and well-being SDG 12: Responsible consumption and production SDG 13: Climate Action	S. 82, 93	Nicht anwendbar: Es werden keine biogenen CO <sub>2</sub> -Emissionen ausgestoßen. Information nicht verfügbar: Das Global Warming Potential (GWP) bzw. die Quelle des GWPs sind nicht bekannt. Bis zur nächsten Berichterstattung wird mit der oben genannten Stelle geklärt, welches GWP zur Anwendung kommt, bzw. die Quelle bekannt gegeben.
<b>WESENTLICHES THEMA: VERANTWORTUNGSVOLLER EINKAUF</b>						
GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2016						
GRI 103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its boundary		S. 49	
GRI 103	Management Approach	103-2	The management approach and its components		S. 49, 80	
GRI 103	Management Approach	103-3	Evaluation of the management approach		S. 50 Finanzbericht 2018: S. 51	
GRI 102: GENERAL DISCLOSURES 2016						
GRI 102	General Disclosures	102-9	Supply chain	SDG 8: Decent Work and Economic Growth	S. 49f	
GRI 102	General Disclosures	102-10	Significant changes to the organization and its supply chain		S. 50	
GRI 204: PROCUREMENT PRACTICES 2016						
GRI 204	Procurement Practices	204-1	Proportion of spending on local suppliers	SDG 12: Responsible consumption and production	S. 50	Der Begriff lokale Lieferanten bezieht sich auf Lieferanten aus Österreich.
GRI 308: SUPPLIER ENVIRONMENTAL ASSESSMENT 2016						
GRI 308	Supplier Environmental Assessment	308-2	Negative environmental impacts in the supply chain and actions taken		Finanzbericht 2018: S. 51	Bei den geprüften Lieferanten sind keine wesentlichen Sozial- und Umweltauswirkungen bekannt.
GRI 414: SUPPLIER SOCIAL ASSESSMENT 2016						
GRI 414	Supplier Social Assessment	414-2	Negative social impacts in the supply chain and actions taken	SDG 5: Gender equality SDG 8: Decent work and economic growth SDG 16: Peace, Justice and strong institutions	Finanzbericht 2018: S. 51	Bei den geprüften Lieferanten sind keine wesentlichen Sozial- und Umweltauswirkungen bekannt.

GRI Standard Number	GRI Standard Title	Disclosure Number	Disclosure Title Individual disclosure items ('a', 'b', 'c', etc.) are not listed here	SDGs	Angaben zu Disclosure bzw. Verweis	Auslassungsgründe/ Anmerkungen
<b>WESENTLICHES THEMA: ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEITSSCHUTZ</b>						
GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2016						
GRI 103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its boundary		S. 67	
GRI 103	Management Approach	103-2	The management approach and its components		S. 66, 70	
GRI 103	Management Approach	103-3	Evaluation of the management approach		S. 67	
GRI 403: OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY 2016/2018						
GRI 403	Occupational Health and Safety	403-1	Workers representation in formal joint management-worker health and safety committees	SDG 8: Decent work and economic growth	S. 71	Nicht anwendbar: Berufskrankheiten werden nicht erfasst, da nicht anwendbar.  Produktivstunden werden aus Vertraulichkeitsgründen nicht veröffentlicht.  Umstellung auf neuen Standard erfolgt: Produktivstunden der Leiharbeiter stehen nicht zur Verfügung, daher kann derzeit keine Unfallhäufigkeit für Leiharbeiter berichtet werden. Im Jahr 2019 wird evaluiert, ob eine Darstellung der Unfallhäufigkeit für Leiharbeitskräfte erfolgen kann.
GRI 403	Occupational Health and Safety	403-9	Types of injury and rates of injury, occupational diseases, lost days, and absenteeism, and number of work-related fatalities	SDG 3: Good health and well-being SDG 8: Decent work and economic growth	S. 88	Information nicht verfügbar: Darstellung der Leiharbeiter nach Geschlecht
GRI 403	Occupational Health and Safety	403-4	Health and safety topics covered in formal agreements with trade unions	SDG 8: Decent work and economic growth	S. 71f	
GRI 404: TRAINING AND EDUCATION 2016						
GRI 404	Training and Education	404-1	Average hours of training per year per employee	SDG 4: Quality education SDG 5: Gender equality	S. 73, 89	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	SDG 8: Decent work and economic growth	S. 72f	
<b>WESENTLICHES THEMA: DATENSCHUTZ UND DATENSICHERHEIT</b>						
GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 2016						
GRI 103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its boundary		Finanzbericht 2018: S. 47	
GRI 103	Management Approach	103-2	The management approach and its components		Finanzbericht 2018: S. 47f	

GRI Standard Number	GRI Standard Title	Disclosure Number	Disclosure Title Individual disclosure items ('a', 'b', 'c', etc.) are not listed here	SDGs	Angaben zu Disclosure bzw. Verweis	Auslassungsgründe/ Anmerkungen
GRI 103	Management Approach	103-3	Evaluation of the management approach		Finanzbericht 2018: S. 49	
GRI 418: CUSTOMER PRIVACY 2016						
GRI 418	Customer Privacy	418-1	Substantiated complaints concerning breaches of customer privacy and losses of customer data	SDG 16: Peace, Justice and strong institutions	Im Jahr 2018 gab es keine wesentlichen Beschwerden und Fälle in Bezug auf die Verletzung von Kundendaten, Datendiebstahl oder Verlust von Kundendaten.	

#### WEITERE WESENTLICHE THEMEN OHNE GRI-ENTSPRECHUNG

##### WESENTLICHES THEMA: INNOVATION UND ZUKUNFTSTECHNOLOGIEN

##### GRI 103: MANAGEMENT APPROACH 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. 57, 60	
GRI 103	Management Approach	103-3	Evaluation of the management approach		S. 58	Interne Steuerungsgröße ist derzeit in Evaluierung.

##### WESENTLICHES THEMA: SERVICE UND KUNDENORIENTIERUNG

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. 57, 61	Interne Steuerungsgrößen sind die Ergebnisse der Kundenzufriedenheitsanalyse (CSI).
GRI 103	Management Approach	103-3	Evaluation of the management approach		S. 58	

##### WESENTLICHES THEMA: GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

GRI 103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its boundary		S. 62	
GRI 103	Management Approach	103-2	The management approach and its components		S. 62, 65	Interne Steuerungsgröße: Gesamtausgaben der Sponsorings und Spendenaufträge
GRI 103	Management Approach	103-3	Evaluation of the management approach		S. 63	

##### WESENTLICHES THEMA: KUNDENNÄHE

GRI 103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its boundary		S. 57, 67	
GRI 103	Management Approach	103-2	The management approach and its components		S. 61	Interne Steuerungsgrößen sind die Ergebnisse der Kundenzufriedenheitsanalyse (CSI).
GRI 103	Management Approach	103-3	Evaluation of the management approach		S. 58	

##### WESENTLICHES THEMA: REGIONALE INFRASTRUKTUR UND VERSORGUNGSSICHERHEIT

GRI 103	Management Approach	103-1	Explanation of the material topic and its boundary		S. 62	
GRI 103	Management Approach	103-2	The management approach and its components		S. 62f	
GRI 103	Management Approach	103-3	Evaluation of the management approach		S. 63	

---

# BERICHT ÜBER DIE UNABHÄNGIGE PRÜFUNG DER NACHHALTIGKEITSBERICHTERSTATTUNG

GRI 102-56

An den Vorstand der Österreichische Post Aktiengesellschaft

Wir haben die unabhängige Prüfung der Angaben und Kennzahlen zur Nachhaltigkeitsleistung für das Geschäftsjahr 2018 im Nachhaltigkeitsbericht 2018 (im Folgenden „Nachhaltigkeitsbericht“) der Österreichische Post Aktiengesellschaft, Wien (im Folgenden auch kurz „Gesellschaft“ genannt) durchgeführt.

## Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

Die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft sind verantwortlich für die Aufstellung des Nachhaltigkeitsberichts in Übereinstimmung mit den Berichtskriterien. Die Gesellschaft wendet die GRI Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung (GRI Standards) der Global Reporting Initiative in der Option „Kern“ als Berichtskriterien an.

Die Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft umfasst zum einen die Auswahl und Anwendung angemessener Methoden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung (insbesondere Auswahl der wesentlichen Themen) sowie das Treffen von Annahmen und die Vornahme von Schätzungen zu einzelnen nichtfinanziellen Angaben, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind. Zum anderen umfasst die Verantwortung die Konzeption, Implementierung und Aufrechterhaltung von Systemen, Prozessen und interner Kontrollen, um die Aufstellung einer Nachhaltigkeitsberichterstattung zu ermöglichen, die frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Angaben ist.

## Verantwortung des Prüfers und Auftragsgegenstand

Unsere Aufgabe ist es, auf Grundlage unserer Prüfungshandlungen eine Beurteilung darüber abzugeben, ob uns Sachverhalte bekannt geworden sind, die uns zu der

Annahme veranlassen, dass der Nachhaltigkeitsbericht der Gesellschaft in wesentlichen Belangen nicht mit den GRI Standards Option „Kern“ übereinstimmt.

Die Prüfung umfasste den Nachhaltigkeitsbericht bezüglich der im GRI-Index aufgeführten GRI Standards. Im GRI-Index aufgeführte Verweise auf andere Berichterstattungsformate der Gesellschaft wurden auf deren GRI-konforme Darstellung überprüft.

Wir haben unsere Prüfung unter Beachtung der für derartige Aufträge geltenden International Standard on Assurance Engagements (ISAE 3000 Revised) durchgeführt. Danach haben wir unsere Berufspflichten einschließlich Vorschriften zur Unabhängigkeit einzuhalten und den Auftrag unter Berücksichtigung des Grundsatzes der Wesentlichkeit so zu planen und durchzuführen, dass wir unsere Beurteilung mit einer begrenzten Sicherheit abgeben können.

Bei einer Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit weniger umfangreich, sodass dementsprechend eine geringere Sicherheit gewonnen wird. Trotz einer gewissenhaften Planung und Durchführung des Auftrags kann nicht ausgeschlossen werden, dass wesentliche Fehler, rechtswidrige Handlungen oder Unregelmäßigkeiten bei der nichtfinanziellen Berichterstattung unentdeckt bleiben.

Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Prüfers und umfasste insbesondere folgende Tätigkeiten:

- Befragung von für die Wesentlichkeitsanalyse verantwortlichen Mitarbeitern auf Konzernebene, um ein Verständnis über die Vorgehensweise zur Identifizierung wesentlicher Nachhaltigkeitsthemen und entsprechender Berichtsgrenzen der Gesellschaft zu erlangen;
- Durchführung einer Medienanalyse zu relevanten Informationen über die Nachhaltigkeitsleistung der Gesellschaft in der Berichtsperiode;
- Befragungen von Mitarbeitern auf Konzernebene, die für die Ermittlung und Konsolidierung sowie die Durchführung der internen Kontrollhandlungen bezüglich der Daten verantwortlich sind;
- Einschätzung der Konzeption und der Implementierung von Systemen und Prozessen für die Ermittlung, Verarbeitung und Überwachung der im Prüfungsumfang enthaltenen Angaben und Kennzahlen zur Nachhaltigkeitsleistung, einschließlich der Konsolidierung der Daten;
- Einsichtnahme in interne und externe Dokumente, um zu bestimmen, ob qualitative und quantitative Informationen durch ausreichende Nachweise hinterlegt sowie zutreffend und ausgewogen dargestellt sind;
- Befragung von Mitarbeitern im Rahmen eines Standortbesuchs bei einer österreichischen Tochtergesellschaft (feibra GmbH) zur Beurteilung der lokalen Datenerhebungs- und Berichterstattungsprozesse sowie der Verlässlichkeit der gemeldeten Daten;
- Analytische Beurteilung der Daten und Trends der quantitativen Angaben, welche zur Konsolidierung auf Konzernebene von allen Standorten gemeldet wurden;
- Einschätzung der Konsistenz der GRI Standards Option „Kern“ mit den Angaben und Kennzahlen im Nachhaltigkeitsbericht;
- Einschätzung der Gesamtdarstellung der Angaben durch kritisches Lesen des Nachhaltigkeitsberichts.

Gegenstand unseres Auftrages ist weder eine Abschlussprüfung noch eine prüferische Durchsicht von Abschlüssen in Übereinstimmung mit österreichischen berufsüblichen Grundsätzen oder mit den International Standards on Auditing (ISA) oder International Standards on Review Engagements (ISRE). Ebenso ist weder die Aufdeckung und Aufklärung strafrechtlicher Tatbestände, wie z. B. von Unterschlagungen oder sonstigen Untreuehandlungen und Ordnungswidrigkeiten, noch die Beurteilung der Effektivität und Wirtschaftlichkeit der Geschäftsführung Gegenstand unseres Auftrages. Darüber hinaus ist die Prüfung zukunftsbezogener Angaben, Vorjahreszahlen sowie von Aussagen aus externen Dokumentationsquellen und Expertenmeinungen nicht Gegenstand unseres Auftrages. Die im Rahmen der Jahresabschlussprüfung geprüften Angaben wurden auf korrekte Übernahme überprüft (keine inhaltliche Prüfung).

Wir erteilen diesen Bericht auf Grundlage des mit der Gesellschaft geschlossenen Auftrags. Bezüglich unserer Verantwortlichkeit und Haftung gegenüber der Gesellschaft und gegenüber Dritten kommt Punkt 7 der Allgemeinen Auftragsbedingungen für Wirtschaftstreuhandberufe zur Anwendung.

---

 Die jeweils aktuelle Fassung der AAB ist über [kpmg.at/aab](https://www.kpmg.at/aab) abrufbar.

## Zusammenfassende Beurteilung

Auf Basis unserer Prüfungshandlungen sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass der Nachhaltigkeitsbericht der Gesellschaft in wesentlichen Belangen nicht mit den GRI Standards Option „Kern“ übereinstimmt.

Wien, am 22. Februar 2019

**KPMG Austria GmbH**

Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaft

**Mag. Peter Ertl e.h.**

Wirtschaftsprüfer

---

# KONTAKT UND IMPRESSUM

## **Herausgeber und Medieninhaber**

Österreichische Post AG  
Rochusplatz 1, 1030 Wien  
T: +43 577 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  
Investor Relations

## **Fotografie**

© Ian Ehm

## **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.

Informationen zum Datenschutz siehe [post.at/datenschutz](https://www.post.at/datenschutz).

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

Redaktionsschluss: 13. März 2019

