

Ganz persönlich.

Die Post —



Zugestellt:
Mein Geschenk für Dich

ÖSTERREICHISCHE POST

Nachhaltigkeitsbericht 2019



Überall, selbstverständlich, verlässlich.

Ganz persönlich.

Die Post —

Verlässlich in jeder Hinsicht. Das ist unser Anspruch. Wir verstehen einerseits die flächendeckende Versorgung in Österreich als unseren Auftrag und sind andererseits dafür verantwortlich, dass Sendungen den Empfänger einwandfrei und pünktlich erreichen.

Im Großen wie im Kleinen sehen wir uns in der Pflicht. Dabei erbringen wir unsere Services nach einem Selbstverständnis, das über die reine Leistungserbringung hinausgeht. Wir verstehen uns als Begleiter im Alltag, wir bewegen uns mitten im Leben, für Menschen: **Überall, selbstverständlich, verlässlich. Die Post.**

Die Post ist in Österreich
fest verwurzelt



INHALT —

Leseführung

Unsere Piktogramme
verweisen auf an-
dere Berichtstellen
sowie weiterführende
Informationen.



Sustainable
Development
Goals



GRI-Index



Geschäfts-
bericht



Nachhaltig-
keitsbericht



Internet

04 — Ganz persönlich.
Die Post —

10 — Vorwort

14 — Unternehmen

- 14 — Die Post im Überblick
- 16 — Integrierte Unternehmens- und Nachhaltigkeitsstrategie
- 20 — Sustainable Corporate Governance
- 24 — Stakeholder Management
- 27 — Wesentliche Themen

32 — Ganz persönlich.
Die Post —
WIRTSCHAFT

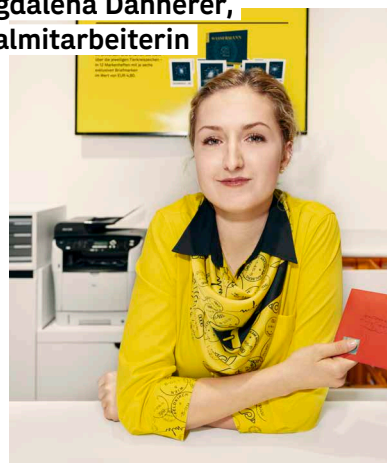
**NAH AM KUNDEN –
DIGITAL UND ANALOG
STÄRKER**

46 — Ganz persönlich.
Die Post —
UMWELT

**FÜR MEHR
LEBENSQUALITÄT –
BEWUSST IM SINNE
DER UMWELT**

Covermotiv:
Julia Seidler,
Kampagnenmanagement
und Peter Koller,
Internationale Angelegenheiten

Magdalena Dannerer,
Filialmitarbeiterin



64 — Ganz persönlich.
Die Post —
MITARBEITERINNEN
UND MITARBEITER

**MIT WERTSCHÄTZUNG – FÜR
EIN STARKES MITEINANDER**

82 — Ganz persönlich.
Die Post —
GESELLSCHAFT

**DER HEIMAT VERBUNDEN –
VERANTWORTUNG
ÜBERNEHMEN UND
VERSORGUNG
GEWÄHRLEISTEN**

95 — WEITERE
INFORMATIONEN

- 97 — Über diesen Bericht
- 99 — Facts & Figures
- 111 — GRI-Index
- 122 — Bericht über die unabhängige Prüfung
- 124 — Kontakt und Impressum



**Die Sendungen auf dem
Weg zum Empfänger**

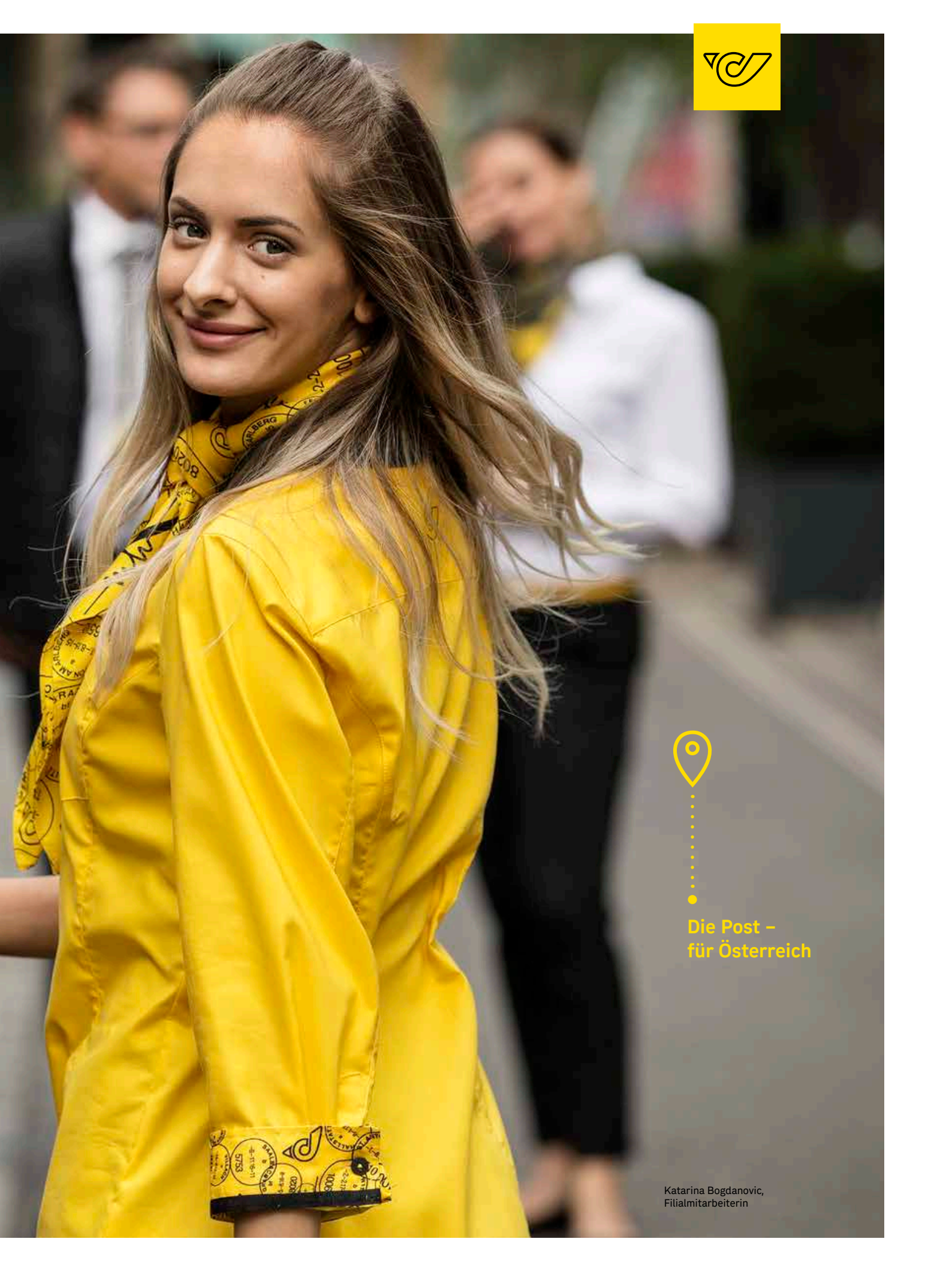
Wir sind für Sie im Einsatz. Für uns ist das mehr als ein Job. Für uns bietet das auch die Chance, Menschen miteinander zu verbinden.

Von uns zugestellt:

Ihr ganz
persönlicher

GLÜCKS
MOMENT

Die Post ___



Die Post –
für Österreich

Katarina Bogdanovic,
Filialmitarbeiterin

Vorfreude pur – das ist
das größte Geschenk

Julia Seidler,
Kampagnenmanagement
und Peter Koller,
Internationale
Angelegenheiten



Die Post ist tag-
täglich im Einsatz,
um die großen
und kleinen
Glücksmomente
auszuliefern.



FÜR DIESE GLÜCKS MOMENTE

Ganz persönlich.



Jede Sendung geht durch viele fleißige Hände bei der Österreichischen Post. Damit die Abläufe gelingen, engagieren sich daneben viele weitere MitarbeiterInnen unermüdlich in verschiedenen Bereichen des Konzerns. Vier von ihnen geben diesen Seiten ein Gesicht. Sie erzählen ihre Geschichte – ganz persönlich.



Vienna calling – die Stadt ist die Metropole Österreichs und der Unternehmenssitz der Österreichischen Post.

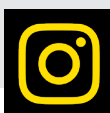


Marina Hoermanseder, Designerin der neuen Post-Uniformen

Gemeinsam sind wir die Post. Weitere Einblicke in unsere Arbeit und die persönlichen Geschichten hinter unseren HeldInnen des Alltags finden Sie auf Instagram.



POST@INSIGHT



[instagram.com/
unserpost](https://www.instagram.com/unserpost)

Die Post

Osman Tütüncü ist
Zusteller im 3. Bezirk.

Täglich für Sie
im Einsatz



“

Natürlich mischen sich in meiner Tasche alltägliche Rechnungen mit persönlichen Briefen. Am liebsten überbringe ich jedoch das, was Freude macht.

**DANN FÜHLE
ICH MICH EIN
BISSCHEN ALS**

GLÜCKSBOTE

Seine Post stellt Osman Tütüncü seit fünf Monaten mit dem elektrischen Renault Kangoo zu.



Die Post setzt auf
moderne E-Fahrzeuge.

UMWELT

Mehr zum Thema E-Flotte im Kapitel
UMWELT ab Seite 46.

“

Ich bin gerne die Ansprechpartne-
rin für Fragen und freue mich täglich
Menschen vernetzen zu können.
Das Lächeln, wenn jemand sein lang
ersehtes Paket endlich in den
Händen hält,

**IST AUCH FÜR
MICH EIN**

**GLÜCKS
MOMENT**



Vom Briefkasten bis zur
E-Flotte – alles in einem Look.



Die Post ist für
ihre KundInnen da

GESELLSCHAFT

Mehr zum Thema flächendeckende Infrastruktur
im Kapitel GESELLSCHAFT ab Seite 82.

Resul Arda Bas ist verantwortlich für alles, was die Sendung schneller zum Adressaten bringt.

“

Meine Aufgabe ist es dafür zu sorgen, dass alle KundInnen so

SCHNELL WIE MÖGLICH IHRE SENDUNGEN BEKOMMEN.

Dahinter stehen komplexe logistische Prozesse.



WIRTSCHAFT

Reibungslose Abläufe
machen eine schnelle
Zustellung möglich

Mehr zu den Innovationen in der Logistik
im Kapitel WIRTSCHAFT ab Seite 32.



Anita Edlinger ist gerne Postmitarbeiterin, da sie bei der Post als engagierte Frau ihren Weg gehen kann.

Die Post nimmt ihre Rolle als familienfreundliches Unternehmen ernst.



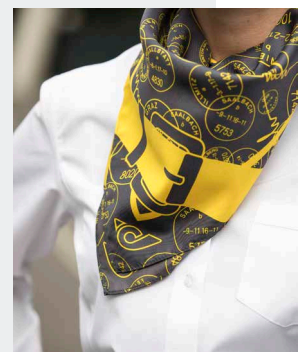
“Die Post bietet mir auch in einer leitenden Position

FLEXIBLE MÖGLICHKEITEN, PRIVATLEBEN UND BERUF

unter einen Hut zu bekommen.

**MITARBEITERINNEN
UND MITARBEITER**

Mehr zum Thema Arbeiten bei der Post im Kapitel
MITARBEITERINNEN und MITARBEITER ab Seite 64.



REGIONAL, DIGITAL

UND KLIMA- NEUTRAL

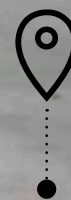
GRI 102-14

” Mit der
Initiative
CO₂
NEUTRAL
ZUGESTELLT

nimmt die Post seit 2011 eine Vorreiterstellung ein. Um diese auch in Zukunft zu halten, wird zurzeit die integrierte Nachhaltigkeits- und Unternehmensstrategie in einem ganzheitlichen Ansatz überarbeitet.

Georg Pözl

Mitten im Leben –
die Österreichische Post



POST@INSIGHT

Die Österreichische Post veröffentlicht jährlich einen Nachhaltigkeitsbericht.



Dieser Bericht trägt den Titel

„Ganz persönlich. Die Post“. Ist Ihr Geschäft in Zeiten der Digitalisierung tatsächlich so persönlich?

Georg Pözl (GP): Das ist es und das bleibt es auch. Täglich besuchen wir 3,4 Millionen österreichische Haushalte. Unsere persönliche Nähe zu den Menschen in ihrem Alltag ist schon durch die Briefzustellung und unser flächendeckendes Filialnetz gegeben, das durch seine Bankfunktion jetzt nochmals an Bedeutung gewinnt.

Wir definieren unser Unternehmen heute und in Zukunft als regional, digital und klimaneutral. Unser Fokus auf der Multiregionalität bleibt trotz der Digitalisierung enorm wichtig – wir sind und bleiben mitten in der Gesellschaft und verlässlich –, auch dort, wo andere nicht mehr sind. Beim zentralen Thema Digitalisierung folgen wir einem dualen Ansatz „sowohl – als auch“ und nicht einem „entweder – oder“. Mit innovativen digitalen Lösungen und den immer und überall vorhandenen Möglichkeiten des persönlichen Kontakts bedienen die Angebote der Post konsequent beide Welten.

Wo findet sich das Attribut „klimaneutral“ in dieser Strategie?

Peter Umundum (PU): Mit der Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT haben wir uns bereits vor neun Jahren entschieden, alle Briefe, Pakete, Zeitschriften und Werbesendungen in Österreich CO₂-neutral zuzustellen. Unsere sehr frühzeitige Initiative besteht aus drei aufeinander abgestimmten Schritten: Effizienzsteigerungen, alternative Technologien und eine Kompensation verbleibender Emissionen. Die beiden ersten Punkte bauen wir kontinuierlich aus. Zusammen mit unserem regionalen und digitalen Fokus sehen wir uns so bei der Weiterentwicklung unseres Unternehmens gut aufgestellt, um auf die Fragen, die sich aus den globalen Megatrends ergeben, gute Antworten zu geben.

Mit 127 Millionen transportierten Paketen und einem Plus von fast 18% war 2019 ein Rekordjahr. Was bedeutet das für die Post – auch im Hinblick auf das Briefgeschäft?

PU: Die Entwicklung zeigt, dass die wachstumsstarke digitale und die physische Welt heute in Einklang gebracht werden müssen. Wir sind gefordert, beide Welten zu kombinieren und zukünftig eine steigende Menge an Gütern klimaneutral und so schnell wie möglich zu transportieren. Dafür investieren wir in den Ausbau unserer Logistik und gehen bei Bedarf auch strategische Partnerschaften ein.

Wir investieren in den Ausbau unserer Logistik und gehen bei Bedarf auch strategische Partnerschaften ein.

Walter Oblin (WO): Die adressierten Briefmengen gehen weltweit zurück, die Entwicklung bei Werbesendungen zeigt sich volatil. Wir wissen jedoch, dass physische Benachrichtigungen für viele Konsumentinnen und Konsumenten auch heute noch sehr wichtig sind. Wir optimieren unsere Dienstleistungen stetig im Hinblick auf ihre Effizienz und die gewünschten Zustellformen. So können Versenderinnen und Versender beispielsweise seit 2018 entscheiden, ob ein Dokument am nächsten Tag oder innerhalb von zwei bis drei Tagen zugestellt werden soll.

Insgesamt ergibt sich aus den Veränderungen im Paket- und Briefbereich ein Investitionsbedarf. Dem stellen wir uns, um eine Infrastruktur zu schaffen, die heute und in zehn Jahren das leistet, was unsere Kundinnen und Kunden erwarten.

Haben diese Entwicklungen Auswirkungen auf das Nachhaltigkeitsengagement?

GP: Bei allen Konzepten berücksichtigen wir, was unseren Kundinnen und Kunden wichtig ist, und was wir tun können, um die entsprechenden Leistungen nachhaltig zu gestalten. Vor diesem Hintergrund haben wir uns in den vier Nachhaltigkeitsfeldern Wirtschaft, Umwelt, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie Gesellschaft umfangreiche Ziele gesetzt. So ist beispielsweise für ein Transportdienstleistungsunternehmen naturgemäß die CO₂-neutrale Zustellung ein enorm wichtiges Thema – bis 2030 wollen wir hier mit einer komplett ohne fossile Brennstoffe betriebenen Fahrzeugflotte auf der letzten Meile einen weiteren großen Schritt gehen.

Bis 2030

komplett emissionsfreie
Zustellung auf der „letzten Meile“.

Mit ca.
1.800

Geschäftsstellen leistet unser Bankgeschäft einen wichtigen Beitrag zum Erhalt der regionalen Stärke.

„ Wir stehen für ein nachhaltig stabiles Geschäftsmodell.

Walter Oblin



DI Walter Oblin, Generaldirektor-Stellvertreter, Vorstand Brief & Finanzen

Walter Oblin ist seit 1. Juli 2012 Finanzvorstand der Österreichischen Post. Zudem verantwortet er seit 1. Jänner 2019 die Geschäftsfelder Brief & Werbestampfen sowie Mail Solutions und wurde im Zuge dessen auch zum Generaldirektor-Stellvertreter des Konzerns ernannt.

WO: Im Zuge der Überarbeitung unserer Nachhaltigkeitsstrategie legen wir neben den Umweltzielsetzungen auch den Fokus auf soziale und Governance-Aspekte. Wir wollen ein Arbeitgeber sein, der bei Themen wie der Diversität unserer Belegschaft, Karrieremöglichkeiten und freiwilligen sozialen Zusatzleistungen wie dem Verein post.sozial transparent und pro aktiv auf die Bedürfnisse der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und der Gesellschaft eingeht. Vor diesem Hintergrund sind wir bereits seit 2007 Mitglied des UN Global Compact und bekennen uns zu den Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen. Als einziges ATX-Unternehmen sind wir auf der CDP Climate Change A List vertreten und nehmen am Frauen-Karriere-Index teil. Dass auch der Kapitalmarkt dieses Engagement zur Kenntnis nimmt, zeigen unsere zahlreichen ausgezeichneten Ratings im Bereich Environment, Social und Governance.

Wenn die Post steigende Paketmengen transportiert, steigt aber trotz aller Bemühungen auch der CO₂-Ausstoß ...

PU: Durch das generelle Wachstum des Paketaufkommens und speziell die Übernahme der österreichischen Mengen unseres Paketpartners Deutsche Post DHL Group ist der absolute CO₂-Ausstoß im Jahr 2019 gestiegen. Allerdings haben wir die Paketmengen unseres Partners in unser Netz integriert und konnten so das parallel betriebene System der Deutsche Post DHL Group ersetzen. Auch hilft uns unsere Elektroflotte bereits heute den Anstieg der CO₂-Emissionen zu vermindern. Wir wollen hier aber noch mehr tun und stellen daher in den kommenden zehn Jahren die Zustellung auf der letzten Meile komplett auf Elektroantriebe um und arbeiten an den zahlreichen neuen Lösungen, die sich für moderne Citylogistik abzeichnen.

Die große Bedeutung der Corporate Social Responsibility erfordert einen regelmäßigen Austausch mit den Stakeholdern – wie stellen Sie den sicher?

WO: Ein offener und ehrlicher Dialog mit allen Stakeholdergruppen ist für uns enorm wichtig. Nur so erkennen wir einerseits frühzeitig deren Wünsche und Bedürfnisse und können andererseits unsere Ideen, Neuentwicklungen und Maßnahmen vorab mit einer kompetenten Zielgruppe diskutieren. Vor diesem Hintergrund haben wir uns vorgenommen, die Regionalität in allen Dialogformen ebenso auszubauen, wie die Multilokalität unserer Stakeholder Round Tables.

Auf persönliche Nähe setzt ab April auch die neue bank99 ...

GP: Unsere Entscheidung für die bank99 ist ein echter Akzent gegen den Einheitstrend in der Finanzbranche. Wo sich andere in große Städte zurückziehen, sind wir mit unserem Leistungsangebot in räumlicher Nähe zu allen Kundinnen und Kunden – auch im ländlichen Raum. Mit dem regionalen Ansatz unser insgesamt ca. 1.800 Geschäftsstellen leistet unser Bankgeschäft einen wichtigen Beitrag zum Erhalt der regionalen Stärke Österreichs. Auch hier bestimmt unser dualer Ansatz das Vorgehen: Wir gehen davon aus, dass Geldangelegenheiten Vertrauenssache sind, und wenn es um Vertrauen geht, ist es wichtig, dass neben den modernen Internetangeboten auch noch ein echter Mensch vor Ort verfügbar ist.

„ Mit unserer neuen bank99 sprechen wir 99% der Menschen in Österreich an.

Georg Pözl



DI Dr. Georg Pözl,
Generaldirektor,
Vorstandsvorsitzender (CEO)

Georg Pözl ist seit 1. Oktober 2009 Vorstandsvorsitzender und Generaldirektor der Österreichischen Post AG. Georg Pözl geht einen konsequenten, wirtschaftlichen und serviceorientierten Weg, das Unternehmen Post in der Marktliberalisierung erfolgreich auf Kurs zu halten sowie fit für die Zukunft zu machen.

„ Wir bieten ein einzigartiges und flächendeckendes Netz in ganz Österreich.

Peter Umundum



DI Peter Umundum,
Mitglied des Vorstands,
Vorstand Paket & Logistik

Peter Umundum verantwortet seit 1. April 2011 die Division Paket & Logistik, die mit eigenen Gesellschaften in acht europäischen Ländern präsent ist. Zusätzlich ist er Beiratsvorsitzender des europäischen Transportnetzwerks EURODIS. Seit 1. Jänner 2019 trägt er zusätzlich die Verantwortung für die Produktion und Logistik der Sparten Brief und Paket.

Erlauben Sie uns zum Schluss einen Blick in die Zukunft: Wo liegen in den kommenden Jahren die wichtigsten Herausforderungen und Ziele der Post und welche Rolle spielt dabei das Thema Nachhaltigkeit?

GP: Bei der Österreichischen Post ist Nachhaltigkeit keine singuläre Maßnahme, sondern soll fest in alle strategischen und operativen Prozesse des Konzerns eingebunden werden: Was wir tun und wie wir es tun, muss immer von nachhaltigem Nutzen sein. Diese Integration in unser Geschäftsmodell ist auch ein wichtiger Bestandteil des Projekts zur strategischen Ausrichtung, an dem wir im laufenden Jahr arbeiten. Um auch langfristig ein nachhaltiges und ökonomisch erfolgreiches Unternehmen zu bleiben, muss es uns dabei gelingen, aktuelle Herausforderungen wie rückläufige Briefmengen, steigenden Kapazitätsbedarf im Paketbereich und den Start eines eigenen Finanzdienstleistungsgeschäfts in Einklang zu bringen.

Mit Blick auf die Megatrends der Gesellschaft und Industrie sehen wir, dass wir mit vielen unserer Antworten auf dem richtigen Weg sind. Wir werden diesen Weg konsequent verfolgen und der Nachhaltigkeitsthematik bei der Weiterentwicklung unserer Produkt- und Servicelandschaft auch in Zukunft einen hohen Stellenwert einräumen. Dafür werden wir die Umweltaspekte unserer Logistik und Leistungserbringung weiter verbessern und aufbauend auf unserem Frauenförderungsprogramm „Expedition Elly“ das Thema Diversität in der Belegschaft weiter vorantreiben.

Die Post im Überblick

GRN 102-2, 102-5, 102-7, 102-45, 102-46

Das Kerngeschäft des Österreichischen Post-Konzerns – im Folgenden Österreichische Post, Konzern bzw. Post genannt – umfasst die Beförderung von Briefen, Werbesendungen, Printmedien, Paketen sowie verschiedene Logistikdienstleistungen. Mit rund 20.300 MitarbeiterInnen und einem Jahresumsatz von 2,0 Mrd EUR ist die Post der führende Logistik- und Postdienstleister des Landes.

Unternehmensstruktur und Geschäftsfelder

GRN 102-2, 102-5, 102-7, 102-10

Mehrheitsaktionär des Konzerns ist die Österreichische Beteiligungs AG – ÖBAG. Detaillierte Informationen zum Unternehmen sowie zur Aktie der Post und zur Aktionärsstruktur finden Sie im Geschäftsbericht 2019.


Die Geschäftsaktivitäten der Post gliedern sich in den zwei Divisionen Brief, Werbepost & Filialen sowie Paket & Logistik.

Die Division Brief, Werbepost & Filialen nimmt Briefe, Postkarten, adressierte und unadressierte Werbesendungen sowie Zeitungen an, sortiert diese und stellt sie zu. Zudem werden Post- und Telekommunikationsprodukte sowie Finanzdienstleistungen angeboten. Die Post stellt auch Energieservices zur Verfügung und bietet ihren KundInnen diverse Online-Services an. Ergänzt wird das Angebot durch neue Dienstleistungen für Geschäfts- und Werbepost wie Adress- und Datenmanagement, Poststellenmanagement, intelligentes Scanning und Response-Management.

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

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

Die beiden operativen Divisionen werden um die Division Corporate ergänzt: Diese ist vor allem für Dienstleistungen im Bereich der Konzernverwaltung, das Innovationsmanagement und die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle zuständig. Im Berichtszeitraum gab es keine wesentlichen Veränderungen in der Unternehmensstruktur.

—  siehe Geschäftsbericht 2019 S. 04f, 79ff, 82ff

Division Brief, Werbepost & Filialen

690^{Mio}

Briefe

335^{Mio}

Printmedien und
349 Mio Regionalmedien

519^{Mio}

adressierte Werbesendungen und 3,2 Mrd unadressierte Werbesendungen

95,4%

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



Präsenz der Österreichischen Post

GRI 102-4, 102-6, 102-7

Die Post ist mit ihren Konzernunternehmen in neun Ländern aktiv, jedoch werden 92% des Konzernumsatzes 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 1.770 Geschäftsstellen, davon 415 eigenen und 1.355 Post Partnern, bietet die Österreichische Post AG ihre Leistungen flächendeckend in Österreich an. Das Geschäftsstellennetz der Österreichische Post AG zählt zu den größten für PrivatkundInnen des Landes.

— siehe Geschäftsbericht 2019 S. 04f, 79ff, 82ff

Flächendeckende Infrastruktur



1.770
Geschäftsstellen



6
Brief- und

9
Paketlogistikzentren



14.815
Briefkästen



9.070
ZustellerInnen

Division Paket & Logistik

127 Mio

Pakete und EMS-Sendungen

96,3%

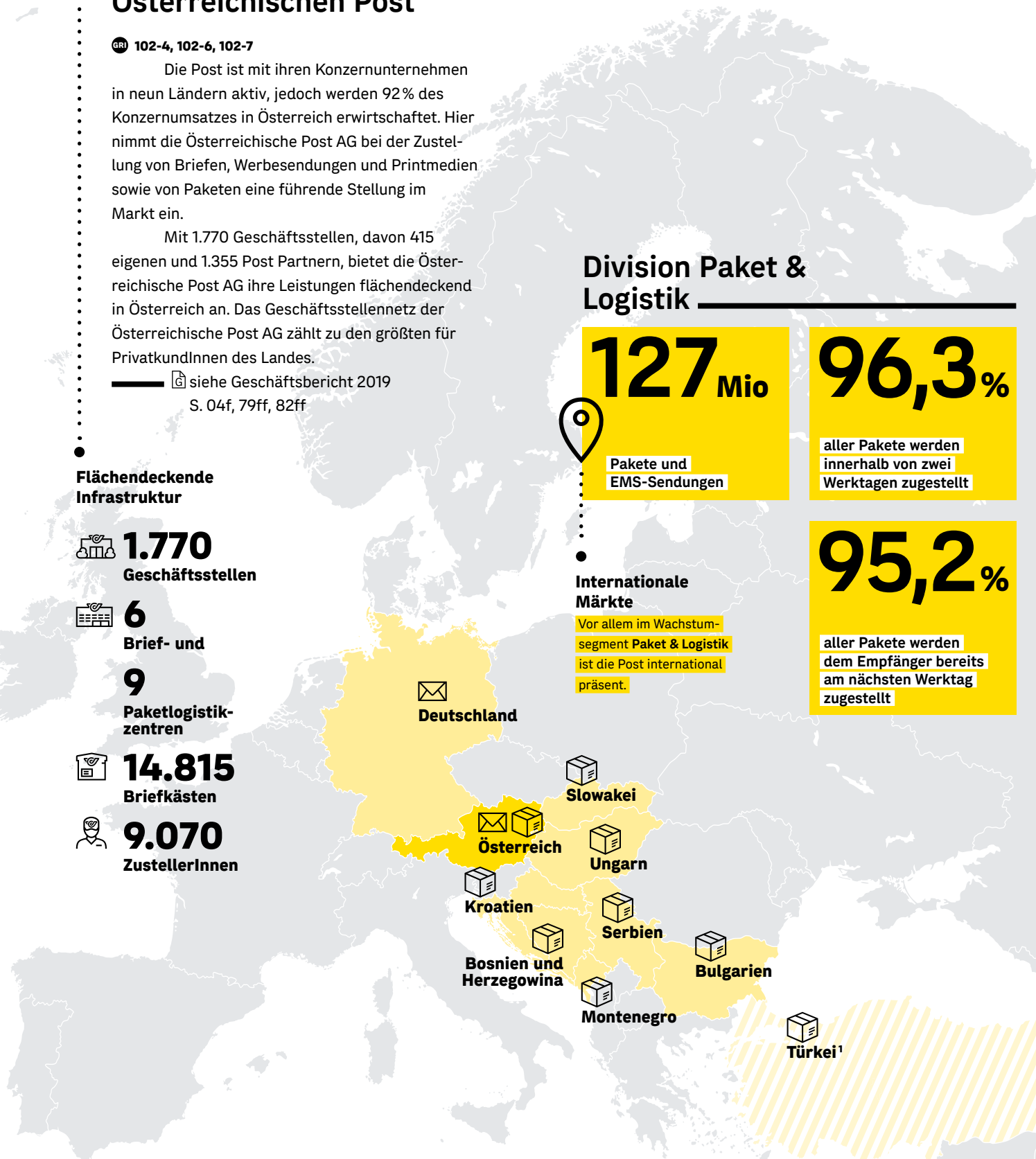
aller Pakete werden innerhalb von zwei Werktagen zugestellt

95,2%

aller Pakete werden dem Empfänger bereits am nächsten Werktag zugestellt

Internationale Märkte

Vor allem im Wachstumssegment Paket & Logistik ist die Post international präsent.



¹ nicht konsolidiert

Die integrierte Unternehmens- und Nachhaltigkeitsstrategie

Die nachhaltige Ausrichtung ihrer Geschäftstätigkeit hat für die Österreichische Post einen hohen Stellenwert. Entsprechend spielen in der Strategie und Unternehmensführung neben den wirtschaftlichen auch die ökologischen und sozialen Faktoren eine entscheidende Rolle. Die Post ist sich sicher: Nur im Zusammenspiel machen nachhaltige Aspekte das Unternehmen zukunftsfähig und sichern den langfristigen Erfolg.

Mission

- Wir überbringen Werte – verlässlich, vertraulich, persönlich.
- Wir sind die erste Wahl für unsere KundInnen, PartnerInnen und MitarbeiterInnen – gestern, heute, morgen.
- Wir sind das führende Post- und Logistikdienstleistungsunternehmen in Österreich. Als erfolgreicher Spezialist wachsen wir in Europa.

Leitbild

Die drei Kernwerte des Leitbildes:

1. **Kundenorientierung**
Wir stellen die KundInnen in den Mittelpunkt.
2. **Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit**
Wir handeln zukunftsorientiert.
3. **Kommunikation und Wertschätzung**
Wir alle sind die Post.

Der Verhaltenskodex unterstützt die Umsetzung der gemeinsamen Werte. Das Compliance-Management-System stellt sicher, dass Regeln eingehalten werden.



PRO AKTIV!
DIE POST. Nachhaltig für Österreich.



1. Verteidigung der Marktführerschaft im Kerngeschäft



2. Profitables Wachstum in definierten Märkten



3. Effizienzsteigerung und Flexibilisierung der Kostenstruktur



4. Kundenorientierung und Innovation

Finanzielle Ziele

- Solide Umsatzentwicklung
- Nachhaltig hohe Profitabilität
- Fortsetzung der attraktiven Dividendenpolitik



PRO AKTIV
für die Wirtschaft



PRO AKTIV
für die Umwelt



PRO AKTIV
für die MitarbeiterInnen



PRO AKTIV
für die Gesellschaft

Um ihre Marktführerschaft zu verteidigen, entwickelt die Post ihr Kerngeschäft nachhaltig weiter. Dabei erfüllt sie ihren Versorgungsauftrag mit Ausrichtung auf die Kundenbedürfnisse und hat dauerhaft das Wohl der MitarbeiterInnen, der Gesellschaft und der Umwelt im Fokus.

Die Post verfolgt eine definierte Wachstumsstrategie und erweitert ihr Leistungsportfolio stetig. Das sichert langfristig Arbeitsplätze und bietet der Bevölkerung eine größere Bandbreite an Leistungen. Auch hier werden umweltrelevante Themen dauerhaft miteinbezogen.

Durch eine konsequente Überprüfung der Prozess- und Personalkosten sowie Investitionen in Innovationen schöpft die Post Synergiepotenziale aus, senkt die Mitarbeiterfluktuation und steigert die Wirtschaftlichkeit. Von einem effizienten Logistiknetzwerk und innovativen Zustellmöglichkeiten profitieren auch die Gesellschaft und die Umwelt.

Nur mit an den Kundenbedürfnissen ausgerichteten Lösungen kann die Post dauerhaft erfolgreich sein und die Versorgungssicherheit gewährleisten. Bei allen Leistungen und Innovationen werden der Kundenkomfort, die Umweltauswirkung sowie die Konsequenzen für die MitarbeiterInnen berücksichtigt.

Nachhaltigkeitsziele

Wirtschaft

- Nachhaltiges Geschäftsmodell der Post weiterentwickeln
- KundInnen und Innovation in den Mittelpunkt stellen

Umwelt

- Klima schützen und Ressourcen schonen
- Umweltsensibilisierung stärken

MitarbeiterInnen

- Unternehmens- und Führungskultur fördern
- Auf Gesundheit und Sicherheit achten


Gesellschaft

- Versorgungssicherheit gewährleisten und Rahmenbedingungen gestalten
- Gesellschaftliches Engagement fördern


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

Die Post setzt dazu auf vier unterschiedliche Ansätze, die den Kern der strategischen Ausrichtung des Unternehmens darstellen. Zusätzlich sind die vier Dimensionen der Nachhaltigkeit – Wirtschaft, MitarbeiterInnen, Gesellschaft und Umwelt – in die Strategie des Unternehmens integriert. Ganz nach dem Motto „PRO AKTIV! Die Post. Nachhaltig für Österreich“ ist damit fortlaufend die nachhaltige Ausrichtung des gesamten Unternehmens gewährleistet.


Aufbauend auf den vier Feldern der Unternehmensstrategie und unter Berücksichtigung der mit den Stakeholdern ausgearbeiteten wesentlichen Themen, wurden den vier Nachhaltigkeitsdimensionen jeweils zwei Hauptbeziehungswise Nachhaltigkeitsziele zugeordnet. Jährlich werden zu den Hauptzielen verschiedene Meilensteine definiert, die die Zielerreichung unterstützen. Sie werden im Rahmen verschiedener Nachhaltigkeitsprojekte umgesetzt. Die Projekte der Post unterstreichen die gelebte Integration der Nachhaltigkeits- und Unternehmensstrategie. Im Jahr 2020 überarbeitet die Österreichische Post die integrierte Nachhaltigkeits- und Unternehmensstrategie in einem integrativen Prozess.

■  wesentliche Themen siehe S. 28ff

Sustainable Development Goals

 102-12, 103-2

Die Österreichische Post ist seit 2007 Mitglied beim UN Global Compact. Sie orientiert sich bei der Umsetzung ihrer Ziele und Aktivitäten an dessen zehn Prinzipien der verantwortungsvollen Unternehmensführung in Bezug auf die Menschen- und Arbeitsrechte, den Umweltschutz und die Antikorruption. Zudem bekennt sich die Post zu den 17 globalen Zielen der Vereinten Nationen, den 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. Österreich hat sich neben weiteren 192 Mitgliedsländern der Vereinten Nationen zu den Nachhaltigkeitszielen bekannt. Die Post leistet mit ihren Maßnahmen und Programmen einen aktiven Beitrag zur Erreichung von elf der 17 Nachhaltigkeitsziele.

Eine Zuordnung der einzelnen Sustainable Development Goals zu den wesentlichen Themen der Post finden Sie auf den Seiten 28–31. Wie die Post die SDGs umsetzt, wird in den einzelnen Kapiteln des Berichts dargestellt und mit dem folgenden Symbol  markiert.

T 01 Beitrag der Österreichischen Post zu den Sustainable Development Goals



Als Aktiengesellschaft steht die stabile wirtschaftliche Leistung (SDG 8) im Mittelpunkt.



Als Dienstleistungsunternehmen ist die soziale Ausrichtung der Geschäftstätigkeit für die Post von besonders großer Bedeutung. Gesundheits- (SDG 3) und Ausbildungsprogramme (SDG 4), die Förderung der Geschlechtergerechtigkeit (SDG 5) sowie Antidiskriminierung und Diversität (SDG 10) sind fest im Unternehmen verankert.

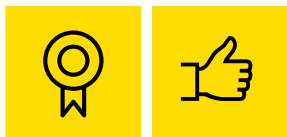


Als Logistikunternehmen spielt für die Post die ökologische Ausrichtung der Geschäftstätigkeit eine immer größere Rolle. Der Fokus liegt hierbei auf dem Klimaschutz (SDG 13), den die Post durch die Förderung nachhaltiger Infrastruktur (SDG 9), den Einsatz von erneuerbaren und innovativen Technologien (SDG 7) sowie die Förderung von umweltbewussten Konsum- und Produktionsmustern (SDG 12) aktiv unterstützt.



Im Zuge der Ausübung ihrer Geschäftstätigkeit trägt die Post zu einer nachhaltigen Gesellschaft (SDG 11) und der rechtsstaatlichen Entwicklung (SDG 16) bei.

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

MSCI ESG RESEARCH

Mit AAA erzielte die Österreichische Post bei den MSCI Environmental, Social und Governance Ratings im Jahr 2019 wiederholt 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 MitarbeiterInnen sowie die guten und soliden Strukturen in der Unternehmensführung wurden ebenfalls hervorgehoben.

Corporate ESG
Performance
RATED BY
ISS ESG Prime

ISS ESG

ISS ESG ist eine der weltweit führenden Rating-agenturen im nachhaltigen Anlagesegment. Im ESG Corporate Rating von 2019 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 KapitalmarktteilnehmerInnen stark zur Beurteilung potenzieller Investments genutzt wird, erzielte die Post 2019 das bestmögliche Ergebnis – ein A Rating – und wurde somit als einziges ATX-Unternehmen in die „CDP Climate Change A List“ aufgenommen. Dieses Ergebnis belegt nicht nur die transparente Umweltberichterstattung der Post, sondern auch die Qualität der eingeleiteten Klimaschutzmaßnahmen.

ecovadis

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.

International Post
Corporation

IPC GOLD AWARD 2019

Die Österreichische Post engagiert sich in internationalen Programmen wie dem „Environmental Measurement and Monitoring System“ (EMMS) der International Post Corporation (IPC). 2019 wurde sie mit dem IPC Gold Award ausgezeichnet.

Sustainable Corporate Governance

Die Post ist eines der Leitunternehmen Österreichs. Damit geht eine Vorbildfunktion und große Verantwortung einher. Dessen ist sich das Unternehmen bewusst und will seiner Rolle in jeder Hinsicht gerecht werden. Eine verantwortungsvolle und transparente Unternehmensführung hat für die Österreichische Post deshalb einen hohen Stellenwert.

Das gemeinsame Leitbild

GRI 102-16, SDG 16

Die Post möchte als integriertes und verantwortungsvolles Unternehmen wahrgenommen werden. Eine korrekte und verantwortungsvolle Unternehmensführung spielt deshalb eine große Rolle. Zudem wird ein ethisch einwandfreies und vorbildliches Handeln von allen MitarbeiterInnen der Post gefordert – unabhängig von der jeweiligen Position. Das 2010 erarbeitete Leitbild schafft ein gemeinsames Wertesystem und einen klaren Maßstab für MitarbeiterInnen. Darin ist festgelegt, über welche Kernwerte die Unternehmens- und Nachhaltigkeitsstrategie umgesetzt wird.

Das Leitbild dient zum einen allen MitarbeiterInnen und dem Vorstand als Orientierung für ihr Verhalten und dem Umgang im Arbeitsalltag. Zum anderen gibt das Leitbild klare Zielvorstellungen vor und zeigt, welchen Fokus die Post legt: Nachhaltigen Unternehmenserfolg definiert und erreicht die Post nicht nur über ökonomische Aspekte, sondern auch über das gesellschaftliche Umfeld, die Umwelt und die MitarbeiterInnen.

post.at/Leitbild

Verhaltens- und Ethikkodex

GRI 102-16, SDG 16

Auf Basis des Leitbildes wurde ein Verhaltens- und Ethikkodex – der Code of Conduct – erarbeitet. Dieser beschreibt die Grundsätze und Verhaltensnormen, die bei der Post verbindlich gelten. Der Kodex bildet einen Orientierungsrahmen für MitarbeiterInnen und Führungskräfte im täglichen Umgang miteinander und für ein verantwortungsvolles Verhalten gegenüber GeschäftspartnerInnen und der Öffentlichkeit. Seine

Inhalte spiegeln auch das Bekenntnis der Post zu den Prinzipien des UN Global Compact wider und bilden damit die Basis einer offenen, wertschätzenden und rechtskonformen Unternehmenskultur.

Alle weiteren Konzernrichtlinien und Verhaltensanweisungen stützen sich auf den Verhaltens- und Ethikkodex und leiten sich von ihm ab. Der Kodex ist auf der Post-Internetseite in allen Konzernsprachen abrufbar.

Für LieferantInnen der Post wurde im Jahr 2011 ein eigener Verhaltenskodex, der sogenannte Lieferantenkodex, entwickelt. Er verpflichtet die AuftragnehmerInnen der Post sowie deren SubauftragnehmerInnen und ZuliefererInnen zu rechtlichen, sozialen und ökologischen Mindeststandards.

post.at/verhaltenskodex

Verantwortung für Nachhaltigkeit

GRI 102-18, 102-19, 102-20

Das Thema Nachhaltigkeit ist für die Österreichische Post von großer Bedeutung. Daher ist es organisatorisch direkt bei Generaldirektor DI Dr. Georg Pölzl in der Abteilung „Corporate Social Responsibility (CSR) und Umweltmanagement“ verankert. Die Abteilung steht im ständigen Austausch mit den unterschiedlichen Unternehmensbereichen. In unternehmensübergreifenden Arbeitsgruppen werden aktuelle nachhaltigkeitsrelevante Themen behandelt, Nachhaltigkeitsziele abgeleitet und Maßnahmen definiert – immer auf Basis der integrierten Nachhaltigkeits- und Unternehmensstrategie. Dabei wird besonders auf die interdisziplinäre Ausrichtung und Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Bereichen Wert gelegt.

Der Verhaltenskodex für LieferantInnen 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
12. — Umsetzung durch AuftragnehmerInnen, Einfluss auf Geschäfts- und Vertragsbeziehungen

Um eine auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Unternehmensentwicklung zu gewährleisten, bringt der Vorstand nachhaltigkeitsrelevante Sachverhalte in die höchsten Entscheidungsgremien und -prozesse wie Vorstands- und Aufsichtsratssitzungen ein. Somit nimmt auch der Aufsichtsrat als oberstes Kontrollorgan seine Aufgaben hinsichtlich der ökonomischen sowie sozialen und ökologischen 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

Unter Corporate Governance versteht die Österreichische Post die verantwortungsvolle, transparente und langfristig orientierte Unternehmensführung. Gute Corporate Governance ist ein zentraler Punkt der nachhaltigen Unternehmensführung der Post und geht weit über die bloße Erfüllung gesetzlicher Vorgaben hinaus. Wesentliche Aspekte sind beispielsweise die Achtung der Aktionärsinteressen, die Offenheit und Transparenz in der Kommunikation gegenüber allen Stakeholdergruppen sowie die Vermeidung von Interessenkonflikten zwischen Organen. Darüber hinaus stellt eine effiziente Zusammenarbeit zwischen Vorstand und Aufsichtsrat für die Post ein wichtiges Merkmal einer guten Corporate Governance dar.

Um die hohen internen Unternehmensstandards zu halten und weiterzuentwickeln, richten der Vorstand und der Aufsichtsrat die Unternehmensführung und -überwachung an nationalen und internationalen Prinzipien aus. Seit ihrem Börsengang bekennt sich die Österreichische Post zur Einhaltung des Österreichischen Corporate Governance Kodex (ÖCGK). Über Corporate Governance berichtet die Post ausführlich im jährlichen Corporate Governance-Bericht.

—  siehe Geschäftsbericht 2019 S. 19ff

ESG-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.


Das Risikomanagement soll Risiken frühzeitig erkennen und durch geeignete Maßnahmen dazu beitragen, die Abweichung von den Unternehmenszielen so gering wie möglich zu halten. Aufgrund der nachhaltigen Ausrichtung des Unternehmens fließen auch ökologische, soziale und ethische Aspekte in die Risikosteuerung ein.

Im Berichtsjahr 2019 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 Geschäftsbericht 2019, wie auch die Beschreibung der Risiken, mit denen die Post konfrontiert ist sowie Details zu den Umweltrisiken.

Hinsichtlich der immer stärker werdenden Bedeutung von Nachhaltigkeitsrisiken auf das unternehmerische Handeln fand im Jahr 2019 ein verstärkter Austausch zwischen den Abteilungen Risikomanagement und CSR & Umweltmanagement statt. Dabei wurden in einem interaktiven Prozess die wichtigsten Risiken und Chancen

für die Post hinsichtlich ESG-Kriterien (Environmental, Social, Governance) identifiziert. Dabei standen Risiken aus den Themengebieten Wirtschaft, Umwelt, MitarbeiterInnen und Gesellschaft im Vordergrund. Ein verstärkter Fokus wurde auf die klimabezogenen Risiken gemäß dem TCFD-Ansatz (Task Force on Climate-related Financial Disclosures) gelegt. Aufgrund der besonderen Bedeutung liegt im Jahr 2020 der Fokus auf der weiteren Integration der ESG-Risiken in das konzernweite Risikomanagement und somit dem Ausbau des ESG-Risikomanagementsystems.

—  siehe Geschäftsbericht 2019 S. 99ff

T 02 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).

Compliance und Antikorruption

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 GeschäftspartnerInnen und KundInnen 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. Die Post lehnt unlautere Geschäftspraktiken und Korruption entschieden ab und setzt daher entsprechende präventive Maßnahmen.

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

■  siehe Geschäftsbericht 2019 S. 21, 49ff

Datenschutz und Datensicherheit

Die Post verfügt über einen großen Bestand an Kunden- und Unternehmensdaten, der ein hohes Maß an Integrität erfordert. 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.

Aufgrund der technischen Entwicklungen sowie der stetig steigenden Bedeutung von Daten für die erfolgreiche Entwicklung der Post ergreift der Post-Konzern umfangreiche Maßnahmen, um die Vertraulichkeit von Kunden- und Unternehmensdaten wie auch die Integrität und Verfügbarkeit der von der Post betriebenen IT-Systeme zu gewährleisten.

Im Rahmen der EU-Datenschutz-Grundverordnung (EU-DSGVO) hat die Post in den letzten Jahren neue Prozesse aufgesetzt und bestehende Prozesse an die neue Rechtslage angepasst. Es wurden verschiedene Richtlinien zu datenschutzspezifischen Themenstellungen erstellt und an alle MitarbeiterInnen kommuniziert. Zudem wurde eine Datenschutzorganisation etabliert.

Trotz der Implementierung von internen Prozessen und Vorsichtsmaßnahmen zum Thema Datenschutz hat die Datenschutzbehörde im Jahr 2019 die Verarbeitung der statistisch errechneten Marketingklassifikationen „Parteiaffinitäten“ u. a. als rechtswidrig erkannt und eine Verwaltungsstrafe in Höhe von 18 Millionen Euro verhängt. Diese Strafe ist noch nicht rechtskräftig. Laut Behörde verstößt die Post durch die Verarbeitung von Marketingklassifikationen gegen die Datenschutzgrundverordnung.

Die Post ist hier jedoch anderer Rechtsmeinung, wonach es sich bei Marketingklassifikationen um keine personenbezogenen Daten handelt, da diese rein statistische, durch Marketinganalyseverfahren errechnete Wahrscheinlichkeitswerte sind, die keine Aussagen über das tatsächliche Verhalten einer Person beinhalten. Die rechtliche Beurteilung, ob es sich bei Wahrscheinlichkeitswerten um personenbezogene Daten handelt, ist nicht abschließend geklärt.

Auch in Zukunft wird die Post ihre Datenschutzorganisation weiter ausbauen und fortentwickeln. Es ist geplant, möglichst viele Datenschutzprozesse zu automatisieren, um eine möglichst schnelle, qualitativ hochwertige Bearbeitung sicherzustellen.

Über Datenschutz und Datensicherheit sowie die Ziele in diesem Bereich berichtet die Post im Nichtfinanziellen Bericht 2019.

■  post.at/datenschutz

Stakeholder Management

Die Post ist einer der größten Arbeitgeber in Österreich und fest in der Gesellschaft verankert. So vielfältig die österreichische Bevölkerung ist, so breit gefächert sind auch die Erwartungen an das Unternehmen. Die Post steht daher im laufenden Dialog mit ihren Stakeholdergruppen. Dadurch kann die Post deren Erwartungen aufgreifen, Verbesserungspotenziale erkennen und diese in konkrete Maßnahmen überführen.



Am 3. Oktober 2019 hat der Stakeholder Round Table zum neunten Mal stattgefunden.

Vielfältige Erwartungen im Fokus

GRI 102-42

Im Jahr 2014 hat die Post die für sie relevanten Stakeholdergruppen identifiziert und in Anlehnung an die ONR 192500, die zertifizierbare Leitlinie zur ISO 26000, evaluiert. Die Analyse zeigt, dass sich die Interessengruppen der Post aus unterschiedlichen Geschäftsbereichen des Unternehmens zusammensetzen. Die Bündelung in verschiedene Stakeholdergruppen ermöglicht der Post spezifisch auf die jeweiligen Anforderungen einzugehen. Durch einen breit angelegten Dialog ist die Post bestrebt deren Ansprüche zu identifizieren und die heute schon guten und offenen Beziehungen zu den Interessengruppen zu festigen und weiter auszubauen.

Im Rahmen unterschiedlicher Dialogformate entwickelt und diskutiert die Post mit ihren Interessengruppen strategische Ziele, Maßnahmen und deren Umsetzung. Ziel des Stakeholder Managements der Post ist es, die Anliegen der Anspruchsgruppen kennenzulernen, zu verstehen und einzubeziehen. Zudem ist die laufende Kommunikation wichtig, um die Nachhaltigkeitsstrategie Schritt für Schritt weiterzuentwickeln. Die Nachhaltigkeitsziele und -maßnahmen der Post orientieren sich somit auch an den Ansprüchen und Erwartungen der Stakeholder.

Im Dialog mit den Stakeholdergruppen

GRI 102-21, 102-43, 102-44

Die Stakeholder der Post werden auf unterschiedliche Weise einbezogen. Neben dem täglichen und direkten Kundenkontakt der Post MitarbeiterInnen ist der Stakeholder Round Table ein entscheidendes Dialogformat. Dieser findet jährlich statt und bietet verschiedenen Stakeholdern wie KundInnen, LieferantInnen, MitarbeiterInnen, NGOs oder InvestorInnen die Möglichkeit, der Post ihre Anliegen und Wünsche direkt mitzuteilen. Die Post wiederum nutzt das Format, um die eigenen Stakeholder im Dialog kennenzulernen.

Bei der Organisation des Stakeholder Round Table achtet die Post auf eine ausgewogene Zusammensetzung nach Stakeholdergruppen und Geschlecht. Die Diversität soll zu einem lebhaften Austausch anregen, von dem sowohl die Post als auch die Stakeholder selbst profitieren. Am 3. Oktober 2019 hat der Stakeholder Round Table zum neunten Mal stattgefunden. Mit rund 60 TeilnehmerInnen hat die Post über die derzeitigen und zukünftig geplanten Maßnahmen der Post in den vier

T 03 Stakeholdergruppen

GRI 102-40

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.



Dimensionen der Nachhaltigkeit – Wirtschaft, Umwelt, MitarbeiterInnen und Gesellschaft – diskutiert. Die Stakeholder hatten dabei die Möglichkeit, die Maßnahmen hinsichtlich ihres Mehrwerts für die Post und für die Volkswirtschaft, die Gesellschaft, die MitarbeiterInnen und die Umwelt zu bewerten. Außerdem wurden die Stakeholder gebeten, neue Maßnahmen vorzuschlagen und auch diese hinsichtlich ihres Mehrwerts zu bewerten.

Als wertvoller Input von den Stakeholdern – extern und intern – zählen im Bereich MitarbeiterInnen eine wertschätzende Führungskultur, die Förderung von flexiblen Arbeitszeit- und Karenzmodellen inkl. aktivem Karenzmanagement, die Verbesserung von Onboardingprozessen und die Verankerung von Nachhaltigkeitszielen in den Zielvereinbarungen von Führungskräften.

Im Bereich Umwelt wurden nachhaltiges Bauen, die Förderung von Mitarbeitermobilität, der konsequente Ausbau von Umweltmanagementsystemen mit der Etablierung von UmweltbotschafterInnen und die Prüfung einer „Slow Delivery“ als Zustellalternative als besonders wichtig empfunden.

Beim Thema Gesellschaft waren den Stakeholdern eine bedarfsgerechte Anpassung des Universaldienstes und eine zeitgerechte Gestaltung des Post Partnernetzwerkes, der Ausbau von Selbstbedienungslösungen, der Ausbau der Stakeholderbeteiligung, eine Serviceerweiterung für den ländlichen Raum und Innovationsförderung besonders wichtig.

Um eine nachhaltige wirtschaftliche Entwicklung zu fördern, sprachen sich die Stakeholder für eine Vertrauensstärkung der Post im digitalen Bereich und die Optimierung der wirtschaftlichen Leistung unter Betracht der Ressourcenschonung und des ländlichen Raums aus.

Für die Post ist es jedes Jahr sehr hilfreich, Meinungen und Ansprüche gemeinsam mit VertreterInnen aller relevanten Interessengruppen zu diskutieren. Die Inputs werden intern aufbereitet und in weiterer Folge werden bestehende Projekte dahingehend adaptiert bzw. entstehen daraus neue Projekte. Der nächste und somit der zehnte Stakeholder Round Table wird im Herbst 2020 stattfinden.

Darüber hinaus gibt es noch weitere Möglichkeiten und Formate für Stakeholdergruppen, um sich mitzuteilen, auszutauschen oder einzubringen:

- Mitarbeiterbefragung (alle zwei Jahre)
- Kundendienst für Privatpersonen (zu Geschäftszeiten erreichbar)
- Kundenservice für Firmenkontakte (zu Geschäftszeiten erreichbar)
- Kundenbefragung (vierteljährlich)
- Investor-Relations-Abteilung (zu Geschäftszeiten erreichbar)
- Compliance-Hotline (zu Geschäftszeiten erreichbar)
- Ombudsperson für MitarbeiterInnen (zu Geschäftszeiten erreichbar)
- Hauptversammlung für AktionärInnen (einmal jährlich)
- E-Mail-Adresse für Fragen zum Thema Nachhaltigkeit (csr@post.at)

Im Austausch mit der Politik

Die Österreichische Post AG steht laufend im Austausch mit politischen InteressenvertreterInnen und EntscheidungsträgerInnen. Als führendes Logistikunternehmen trägt die Post ihre Anliegen im Hinblick auf politische Entscheidungen zu Postmarktregulierung, Brief- und Paketzustellung, Transport und Logistik sowie weitere Bereiche an die Regierung heran. Zudem setzt sich die Post dafür ein, dass die rechtlichen Rahmenbedingungen sowohl mit den Zielen des Unternehmens als auch mit den Bedürfnissen der KundInnen im Einklang stehen. Ziel ist, ein breites, gegenseitiges Verständnis zu fördern, Unterstützung zu gewinnen und die Anliegen bestmöglich durchzusetzen.

Transparenz in der Wahrnehmung politischer und wirtschaftlicher Interessen

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

Laut Lobbying- und Interessenvertretungs-Transparenz-Gesetz (LobbyG), das per 1. Jänner 2013 in Kraft getreten ist, besteht eine Registrierungs- und Offenlegungspflicht für MitarbeiterInnen, die gegenüber der Politik im Interesse ihres Unternehmens handeln.

Zum einen erfolgt die Interessensvertretung durch die MitarbeiterInnen der Post direkt, zum anderen ist die Post Mitglied in verschiedenen Verbänden (z. B. WKO, Industriellenvereinigung, PostEurop, International Post Corporation, EMOTA). Zudem berichten externe BeraterInnen an die Post, die relevante politische Entwicklungen auf nationaler und europäischer Ebene beobachten.

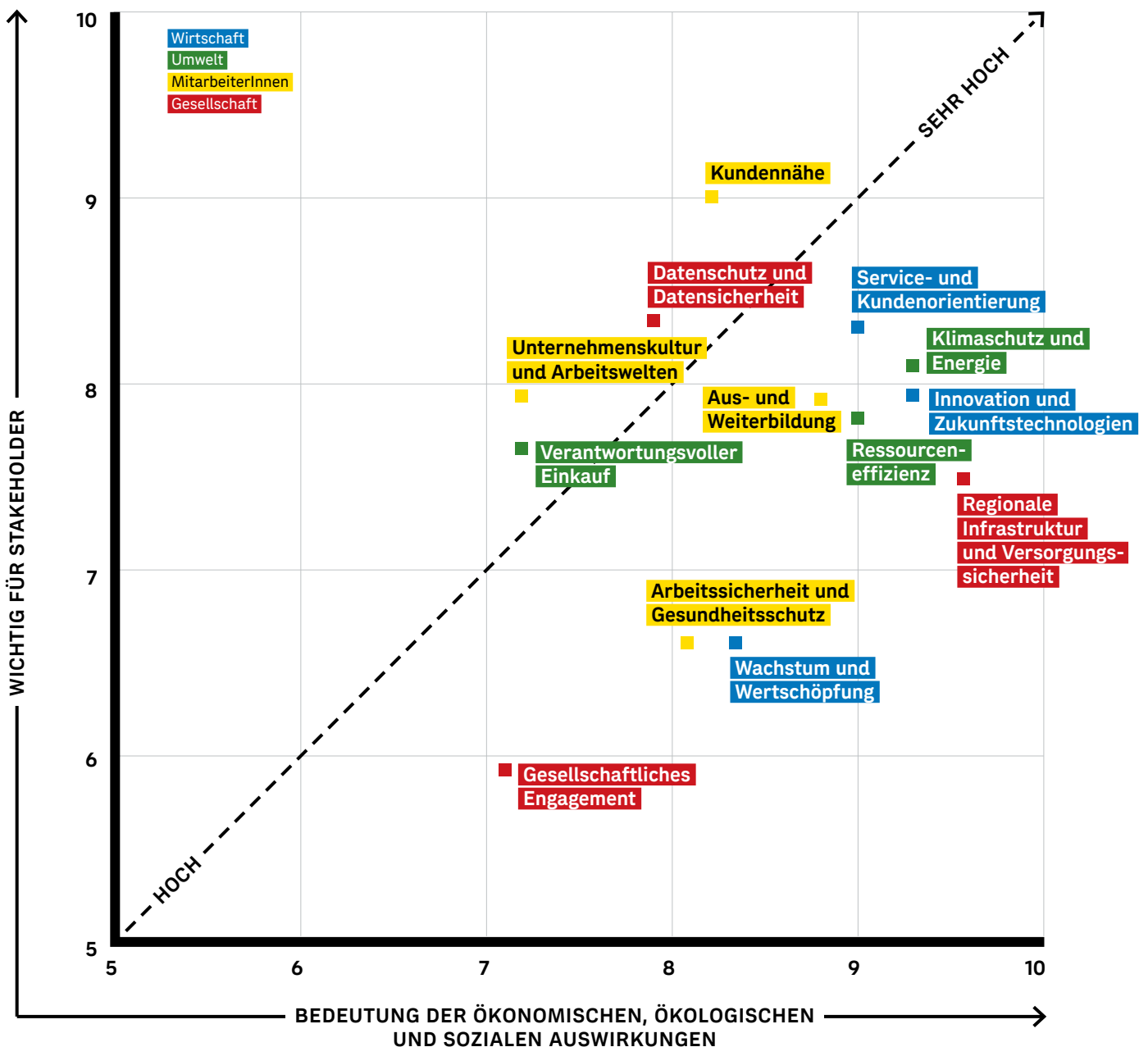
Alle relevanten Informationen über die Lobbying-Aktivitäten der Österreichischen Post sind öffentlich zugänglich. Dazu zählen unter anderem die Namen der Unternehmenslobbyisten, die Lobbying-Position sowie der Lobbying-Aufwand der Post. Dieser beläuft sich auf mehr als 100.000 EUR im Jahr.

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

Wesentliche Themen

Die Wesentlichkeitsanalyse ist ein wichtiges Instrument, um die vielfältigen Handlungsfelder im Bereich Nachhaltigkeit zu ermitteln und zu priorisieren. Gemeinsam mit externen Stakeholdern und internen Fachpersonen hat die Österreichische Post wesentliche Nachhaltigkeitsthemen in einem interaktiven Prozess definiert.

T 04 Wesentlichkeitsmatrix der Österreichischen Post



GRI 102-46, 102-47

Die grundlegende Voraussetzung für ein systematisches und gezieltes Nachhaltigkeitsmanagement ist die Ermittlung der wesentlichen Themen. Gemeinsam mit externen Stakeholdern hat die Post im Rahmen des Stakeholder Round Table 2017 diese Themen identifiziert, erörtert und geclustert. Anschließend wurden diese hinsichtlich ihrer Wichtigkeit aus Stakeholderperspektive bewertet. Eine Überarbeitung der Wesentlichkeitsanalyse samt neuer Wesentlichkeitsmatrix ist für das Jahr 2020 vorgesehen.

Im Anschluss an den Stakeholder Round Table haben interne Expertengruppen die definierten Themen bezüglich ihrer ökonomischen, ökologischen und sozialen Auswirkungen kategorisiert. Eine Wirtschaftsprüfungsgesellschaft hat den gesamten Prozess begleitet.

Die Ergebnisse der beiden Abstimmungen werden in einer Wesentlichkeitsmatrix abgebildet. Im Ergebnis zeigt der Überarbeitungsprozesses, dass die Wichtigkeit

der meisten wesentlichen Themen und deren Auswirkungen insgesamt als hoch eingeschätzt werden. Die Aspekte Kundennähe, Service- und Kundenorientierung, Klimaschutz und Energie, Innovation und Zukunftstechnologien, regionale Infrastruktur und Versorgungssicherheit sowie Ressourceneffizienz werden von den Stakeholdern als am wichtigsten bewertet. Zudem schreiben die Stakeholder diesen Themen weitreichende Folgen zu.

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, welche Auswirkungen sie haben, welche Ziele und SDGs damit verbunden sind, wird in der nachfolgenden Tabelle dargestellt:

Wesentliche Themen der Österreichischen Post

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

T 05 Schwerpunktthema Wirtschaft

Hauptziele

- Nachhaltiges Geschäftsmodell der Post weiterentwickeln
- KundInnen und Innovation in den Mittelpunkt stellen






| Wesentliche Themen laut Matrix | SDGs | Auswirkungen und Verantwortung/ Einfluss der Post | GRI-Standards/ unternehmensinterne Steuerungsgröße |
|-------------------------------------|---|--|---|
| Wachstum und Wertschöpfung |  | 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: Wirtschaftliche Leistung GRI 205: Korruptionsbekämpfung GRI 206: Wettbewerbswidriges Verhalten GRI 419: Sozioökonomische Compliance |
| Innovation und Zukunftstechnologien |  | 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 wird derzeit evaluiert |
| Service- und Kundenorientierung |  | Die KundInnen aus Österreich, insbesondere die KundInnen des Kerngeschäfts, 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 ZustellerInnen zusammenarbeitet, hat die Post nur indirekt und begrenzt Einfluss auf die Höhe der Service- und Kundenorientierung | Aktuell existiert kein adäquater GRI Standard. Unternehmensinterne Steuerungsgrößen sind die Ergebnisse der Kundenzufriedenheitsanalyse (CSI) |

T 06 Schwerpunktthema Gesellschaft

Hauptziele

→ Versorgungssicherheit gewährleisten und Rahmenbedingungen gestalten

→ Gesellschaftliches Engagement fördern







| Wesentliche Themen laut Matrix | SDGs | Auswirkungen und Verantwortung/ Einfluss der Post | GRI-Standards/ unternehmensinterne Steuerungsgröße |
|---|---|--|--|
| Regionale Infrastruktur und Versorgungssicherheit |   | Die Österreichische Post stellt die regionale Infrastruktur und Versorgungssicherheit für die österreichische KundInnen sowie die Gesellschaft 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 Konzernunternehmen | GRI 203: Indirekte ökonomische Auswirkungen Weitere unternehmensinterne Steuerungsgrößen sind die Vorgaben des Universaldienstes (flächendeckendes Geschäftsstellennetz und Zustellrate) |
| Gesellschaftliches Engagement |   | 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 |
| Datenschutz und Datensicherheit |  | 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: Schutz der Kundendaten |

T 07 Schwerpunktthema Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Hauptziele

→ Unternehmens- und Führungskultur fördern

→ Auf Gesundheit und Sicherheit achten



| Wesentliche Themen laut Matrix | SDGs | Auswirkungen und Verantwortung/ Einfluss der Post | GRI-Standards/ unternehmensinterne Steuerungsgröße |
|---|---|---|---|
| Unternehmenskultur und Arbeitswelten |    | Ein starker gemeinsamer Auftritt der Post und eine positive Unternehmenskultur sind wichtige Grundvoraussetzungen, um MitarbeiterInnen ein attraktives Arbeitsumfeld zu bieten. Das fördert die Identifikation und Zufriedenheit der MitarbeiterInnen. Die Post ist der Meinung, dass nur zufriedene MitarbeiterInnen optimal zur langfristigen Wertschöpfung der Post beitragen können | GRI 401: Beschäftigung GRI 402: Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis GRI 405: Diversität und Chancengleichheit |
| Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz |  | Maßnahmen zur Gewährleistung der Sicherheit am Arbeitsplatz sowie des Gesundheitsschutzes wirken sich positiv auf die Gesundheit der MitarbeiterInnen aus. Nur arbeitsfähige MitarbeiterInnen 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 LieferantInnen Mindeststandards definiert | GRI 403: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz |
| Aus- und Weiterbildung |  | Die MitarbeiterInnen der Österreichischen Post werden individuell gefördert, um ihre beruflichen Herausforderungen optimal bewältigen zu können | GRI 404: Aus- und Weiterbildung |
| Kundennähe |  | Der regelmäßige Kontakt zu den KundInnen ist für die MitarbeiterInnen 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) |

T 08 Schwerpunktthema Umwelt

Hauptziele

→ Klima schützen und Ressourcen schonen

→ Umweltsensibilisierung stärken

| Wesentliche Themen laut Matrix | SDGs | Auswirkungen und Verantwortung/ Einfluss der Post | GRI-Standards/ unternehmensinterne Steuerungsgröße |
|--------------------------------|--|--|---|
| Klimaschutz und Energie |  <p>13 MASSNAHMEN ZUM KLIMASCHUTZ</p> | <p>Als Logistikunternehmen hat die Post direkte und indirekte (z. B. durch Partnerunternehmen) Auswirkungen auf die Umwelt. 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</p> | <p>GRI 302: Energie GRI 305: Emissionen</p> |
| |  <p>7 BEZAHLBARE UND SAUBERE ENERGIE</p> | | |
| Ressourceneffizienz |  <p>9 INDUSTRIE, INNOVATION UND INFRASTRUKTUR</p> | <p>Als Logistikunternehmen hat die Post direkte und indirekte (z. B. durch Partnerunternehmen) Auswirkungen auf die Umwelt. Der bewusste Einsatz und Umgang mit natürlichen Ressourcen, beispielsweise in Bezug auf Energie und Abfall, ist für die Post eine Selbstverständlichkeit, um negative Auswirkungen weiter zu reduzieren</p> | <p>GRI 301: Materialien GRI 302: Energie GRI 306: Abwasser und Abfall</p> |
| |  <p>11 NACHHALTIGE STÄDTE UND GEMEINDEN</p> | | |
| Verantwortungsvoller Einkauf |  <p>12 NACHHALTIGE/R KONSUM UND PRODUKTION</p> | <p>Die Post nimmt durch die verantwortungsvolle und überwiegend regionale Beschaffung ihre Verantwortung auch in der Lieferkette wahr. Ziel ist, die negativen Auswirkungen auf Umwelt und Soziales auf ein Minimum zu reduzieren</p> | <p>GRI 204: Beschaffungspraktiken GRI 205: Korruptionsbekämpfung GRI 206: Wettbewerbswidriges Verhalten GRI 308: Umweltbewertung der Lieferanten GRI 414: Soziale Bewertung der Lieferanten</p> |

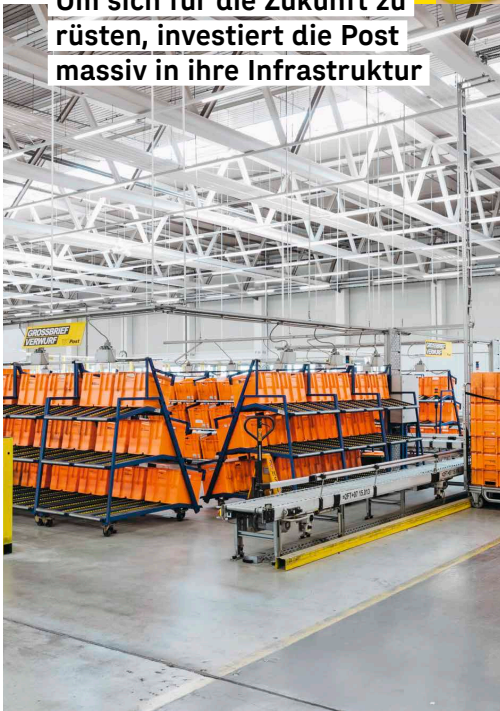


Ganz persönlich.
Die Post —
WIRTSCHAFT

Die Post macht sich stark.
Für Ihre Bedürfnisse.

NAH AM KUNDEN

Um sich für die Zukunft zu rüsten, investiert die Post massiv in ihre Infrastruktur



Rekordjahr 2019: Die Post transportierte 127 Millionen Pakete – ein Plus von 18%.

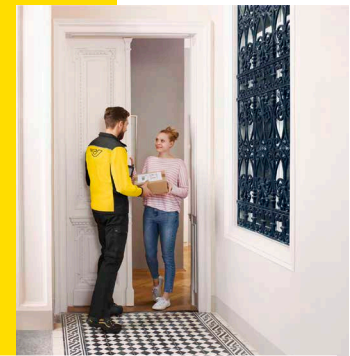
Strategische Partnerschaft mit DHL

Aus Mitbewerberinnen sind im Jahr 2019 Partnerinnen geworden: Als Nummer eins auf dem österreichischen Paketmarkt ist die Post eine wegweisende strategische Partnerschaft mit der Deutsche Post DHL Group eingegangen. Die Österreichische Post stellt seit August 2019 die Paketsendungen der DHL an Privatpersonen in Österreich zu. Neben rund 150 MitarbeiterInnen hat die Österreichische Post dafür zehn Zustellbasen, drei Logistikzentren sowie gut 600 Zustelltouren von DHL übernommen. Umgekehrt erledigt DHL die Zustellung der entsprechenden Sendungen aus Österreich in Deutschland. Damit ist die Post dem Ziel, bis zum Jahr 2021 die **Marke von 150 Millionen** Paketen in Österreich zu erreichen, ein gutes Stück nähergekommen.

Seit September arbeiten die beiden Branchengrößen auch auf der letzten Meile der Paketzustellung in der Slowakei und in Tschechien zusammen. „Mit der DHL-Tochter PPL CZ s.r.o. haben wir in Tschechien ein professionelles Partnerunternehmen für das wachsende grenzüberschreitende E-Commerce-Geschäft und generieren in der Slowakei mit unserem Tochterunternehmen IN TIME s.r.o. zusätzliches Paketvolumen“, so Carsten Wallmann, Geschäftsfeld-Leitung CEE Paket & Türkei.

ANGESICHTS DER RASANTEN VERÄNDERUNG der Märkte setzt die Post beim langfristigen Ausbau ihrer Marktführerschaft auf Innovationen, Investitionen in ihre Leistungsfähigkeit und die Beziehung zu ihren KundInnen.

Digital und analog stärker



PostmitarbeiterInnen stellen nun auch DHL-Pakete zu

„Mit den Übernahmen von adserver und D2D haben wir wichtige Schritte zum Ausbau dieses potenzialstarken Geschäftsfelds getätigt.“

Andreas Thöni, Leitung Konzernstrategie, Digital & Innovation

Auf allen Kanälen

Auf 7,1 Milliarden Euro beziffert der Dialog Marketing Report 2019 die Werbeausgaben in Österreich. Das stärkste Wachstum weisen dabei zwar die Online-Kanäle auf, knapp 90% des Werbemarktes entfallen aber immer noch auf klassische Medien, gedrucktes Dialogmarketing und verschiedene Veranstaltungsformate. Sowohl Marketingverantwortliche als auch KonsumentInnen halten die Kommunikationskanäle abseits der digitalen Werbewelt nach wie vor für relevant.

Entsprechend wichtig ist für werbetreibende Unternehmen vor diesem Hintergrund die richtige Kombination aus Online- und Offline-Kommunikation. „Genau hier sehen wir unsere Zukunft“, erklärt Thomas Auböck, Geschäftsfeld-Leitung Brief & Werbepost. „Aufbauend auf unserer Marktführerschaft im klassischen **Print-Werbeprospektmarkt** haben wir unsere Kompetenz im Bereich der digitalen Werbung kontinuierlich ausgebaut, um Werbetreibenden ein publikumzentriertes, flächendeckendes, effizientes und Performance-orientiertes Marketing über On- und Offlinekanäle anzubieten.“

In diesem Kontext hat die Österreichische Post vier Zielrichtungen definiert, über die sie relevante Megatrends in ihre Angebotsstrategie am Werbemarkt integriert und setzt damit auf neue datengetriebene Geschäftsmodelle und den Ausbau von Performance-orientierten Marketinglösungen, die unterschiedliche Kanäle integrieren:

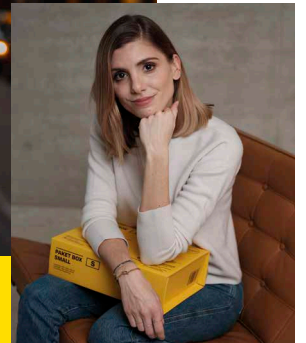
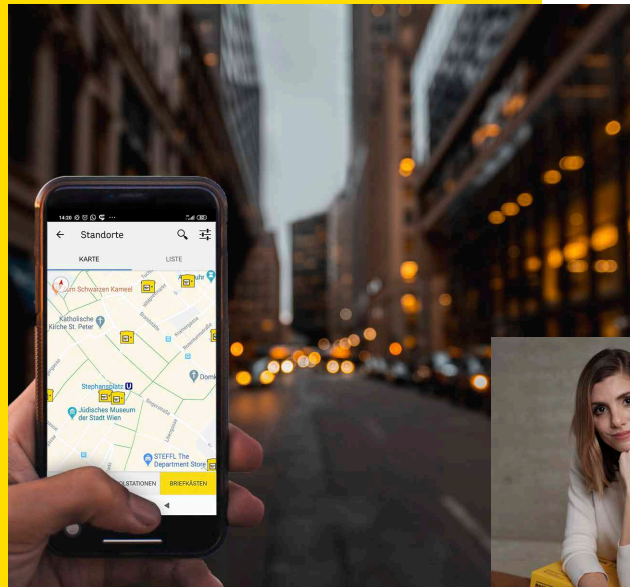
VIER

Zielrichtungen für die Strategie am Werbemarkt.

- Weiterentwicklung mit Innovationen für klassische Werbeprodukte
- Erschließung posteigener und neuer Werbekanäle
- Datengetriebene Vermarktung
- Skalierung des Performance-orientierten 360°-Marketing und neue datengetriebene Geschäftsmodelle



Zweimal pro Woche liegt das KUVERT zuverlässig in Österreichs Briefkästen



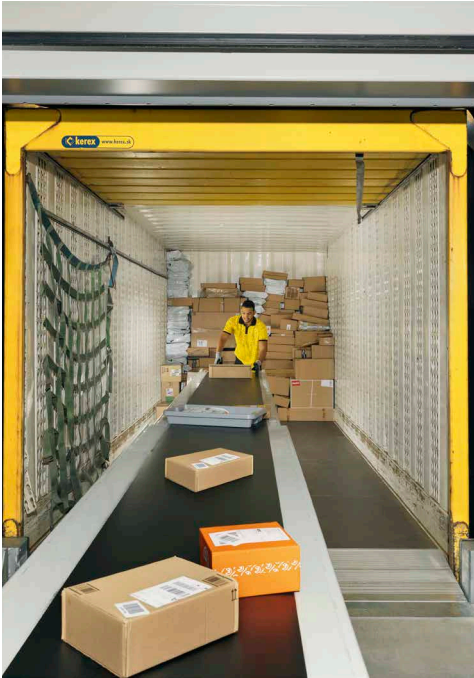
Julia Seidler, Kampagnenmanagement

Die im Jahr 2019 abgeschlossenen Mehrheitsübernahmen bei den Konzernunternehmen adserver und D2D sind ein wichtiger Schritt im Zuge dieser strategischen Ausrichtung. Auf diesem Weg hat die Österreichische Post ihre Kompetenzen im Bereich Digital Advertising signifikant erhöht.



POST@ INSIGHT

Pakete werden immer wichtiger.



Ibrahim Saleh, Mitarbeiter Paketlogistik

Werbemedium Flugblatt

Die Hälfte der Befragten, die sich an eine Kaufbeeinflussung im stationären Handel erinnern kann, wurde durch ein Flugblatt zum Einkauf animiert. In diesem Kontext ist das Flugblatt das wichtigste Werbemedium.

41%

der Unternehmen erwarten bis 2022 steigende Ausgaben für Dialogmarketing Online*

66%

der Befragten teilen Informationen aus Flugblättern und Prospekten mit FreundInnen und Familie*

* Quelle: Dialog Marketing Report 2019

Hoflogistik der Zukunft

Wie die Zukunft der Paketlogistik in der Praxis aussieht, lässt sich am Logistikstandort der Österreichischen Post in Wien Inzersdorf beobachten. Nachdem die Post in den vergangenen Jahren bereits innovative Lösungen für die sogenannte „letzte Meile“ präsentiert hat, steht nun die autonome Hoflogistik im Fokus. In Inzersdorf testet das Unternehmen ein gemeinsam mit dem Austrian Institute of Technology (AIT) entwickeltes autonomes Fahrzeug für den Transport von Containern an Logistikstandorten.

Das autonome Umsetzfahrzeug bringt die sogenannten „Wechselaufbaubrücken“ (WAB) – die abgestellten Container – eigenständig vom vorgesehenen Parkplatz zu den Toren und dockt sie dort automatisch an. Künftig soll das Umsetzfahrzeug mit Elektroantrieb laufen und so auch die CO₂-, Schadstoff- und Geräuschemissionen bei der WAB-Umsetzung deutlich verringern. Die Automatisierung entlastet die MitarbeiterInnen, erhöht die Frequenz und optimiert die Sicherheit und Ressourceneffizienz. Gleichzeitig treibt die neue Lösung die Digitalisierung voran: Aus Aufträgen per „Zettel und Sprechfunk“ werden planbare, digitalisierte Prozesse.

Auch bei der Entladung der Container hält die Zukunft Einzug: In einem europaweit einzigartigen Innovationsprojekt hat die Österreichische Post gemeinsam mit dem Start-up PHS eine mobile und eine stationäre Einheit entwickelt, die miteinander verbunden für die automatische Entladung sorgen. Der so genannte Rapid Unloader verkürzt als schnelles, automatisches und wirtschaftliches System die Paketentladezeit um die Hälfte und entlastet die MitarbeiterInnen. Seit August 2019 wird die Lösung im Echtbetrieb im Logistikzentrum Hagenbrunn eingesetzt.

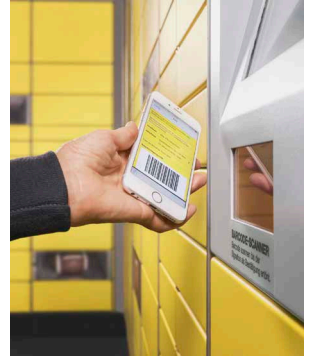
„ Im laufenden Jahr werden die Umweltwirkungen des Werbemediums KUVERT und des Post Handelsflyers entlang des Produktlebenszyklus evaluiert, um geeignete Nachhaltigkeitsmaßnahmen abzuleiten.“

Manuela Bruck, Leitung Unternehmenskommunikation, Kundeninitiativen und Kundenservice



Autonome Hoflogistik beschleunigt die Prozesse und entlastet MitarbeiterInnen.

Schnell, sicher und unkompliziert – so sollen die Pakete ihr Ziel erreichen.



507_T

Pakete transportiert die Post durchschnittlich pro Tag.



Adrian But, Paketzusteller

2019 verzeichnete die Post einen neuen Mengenrekord in der Paketzustellung

Kapazitätsoffensive in der Paketlogistik

127 Millionen Pakete hat die Post allein im letzten Jahr transportiert – 18% mehr als im Vorjahr. Angesichts der rasant steigenden Paketmengen investiert die Österreichische Post konstant in ihre Paketlogistik. Neben laufenden Optimierungen und der Erhöhung der Sortierleistung flossen die Investitionen im Geschäftsjahr 2019 vor allem in die neuen Standorte in Hagenbrunn, Kalsdorf und Thalgau.

Das neue Logistikzentrum im niederösterreichischen Hagenbrunn läuft seit September im Vollbetrieb: 13.500 Pakete pro Stunde können auf dem 70.000 m² großen Grundstück dank modernster Ausstattung mit je 20 WAB-Eingangs- und LKW-Toren sowie 26 WAB-Ausgangstoren bearbeitet werden. In der weihnachtlichen Hochsaison haben 200 MitarbeiterInnen in drei Schichten rund 200 Zustelltouren und damit rund 240.000 Pakete pro Tag vorbereitet.

Den Standort im steirischen Kalsdorf hat die Post für das neueste und größte Paketzentrum Österreichs aufgrund der sehr guten verkehrstechnischen Anbindung und der Nähe zu Graz ausgewählt. Auf einer knapp 100.000 m² großen Fläche schafft das Unternehmen dort rund 280 Arbeitsplätze. Nach dem **Spatenstich im März 2019** ist die Fertigstellung für Mitte 2020 geplant. Mit einer Investition in Höhe von rund 60 Millionen Euro schafft die Post Sortierkapazitäten für maximal 13.500 Pakete pro Stunde und damit die Möglichkeit, die steigenden Mengen in der gewohnt hohen Qualität zu bearbeiten.

„Auch im Hinblick auf den Umweltschutz setzt die Post mit einer eigenen Photovoltaikanlage, LED und Umweltmanagementsystem sowie einem Shuttle-Bus für die MitarbeiterInnen in Hagenbrunn neue Maßstäbe.“

Robert Modliba, Geschäftsfeld-Leitung Operations



Post City Linz

Eine Kleinstadt mitten in Linz. Die auf dem ehemaligen Standort des Logistikzentrums der Österreichischen Post in unmittelbarer Nähe zum Hauptbahnhof entstehende Post City Linz soll in den kommenden Jahren zum neuen Vorzeigestadtteil der oberösterreichischen Landeshauptstadt werden: Rund 5.500 Personen sollen zukünftig auf dem verkehrstechnisch ideal angebundenen, rund vier Hektar großen Areal leben, einkaufen und arbeiten. Dabei spielen Aspekte der Nachhaltigkeit und Smart-City-Aktivitäten laut Michael Ullrich, Leitung Konzern-Immobilien eine zentrale Rolle: „Unser Konzept integriert ein breites Spektrum zeitgemäßer und zukunftsfähiger Lösungen. Die reichen von innovativen Klima-Fassadenlösungen und Dachflächen mit Begrünung, unversiegelten Freiflächen- und Grünraumplanung im Sinne urbaner Attraktivität und Mikroklimamanagement, einer nachhaltigen Strom-, Kälte- und Wärmeversorgung über **Mobilitätskonzepte** für den Fußgänger- und Radverkehr bis hin zu einer geplanten Quartiersapp, welche objektbezogen im Sinne eines digitalen Concierge-Services funktionieren soll.“

Für ihr ambitioniertes Vorhaben hat die Österreichische Post in einem EU-weiten, zweistufigen Wettbewerb den Entwurf des Grazer Architekturbüros Nussmüller Architekten ZT GmbH ausgewählt. „Unser Ziel war die Verbindung attraktiver Wohn- und Handelsflächen sowie moderner Büro- und Gewerbeflächen mit ansprechenden Grün- und Freiräumen“, erläutert Harald Engelke, Leitung Projektentwicklung. „Dafür haben wir nun eine visionäre Lösung gefunden.“ Der Baubeginn ist für **Ende 2021** geplant.

POST@INSIGHT

Nachhaltigkeitsaspekte spielen bei der Post City Linz eine wichtige Rolle.

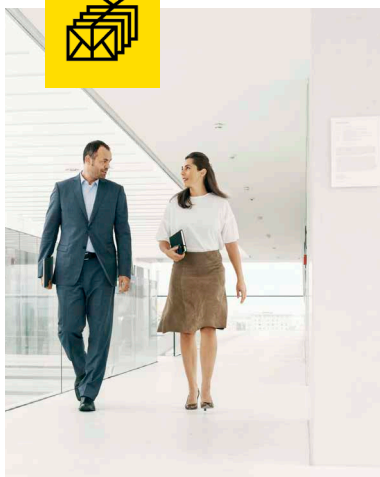


Die Post City Linz soll zum neuen Vorzeigestadtteil werden

„Unser Konzept integriert ein breites Spektrum zeitgemäßer und zukunftsfähiger Lösungen.“

Michael Ullrich, Leitung
Konzern-Immobilien

© Nussmüller/Mathy

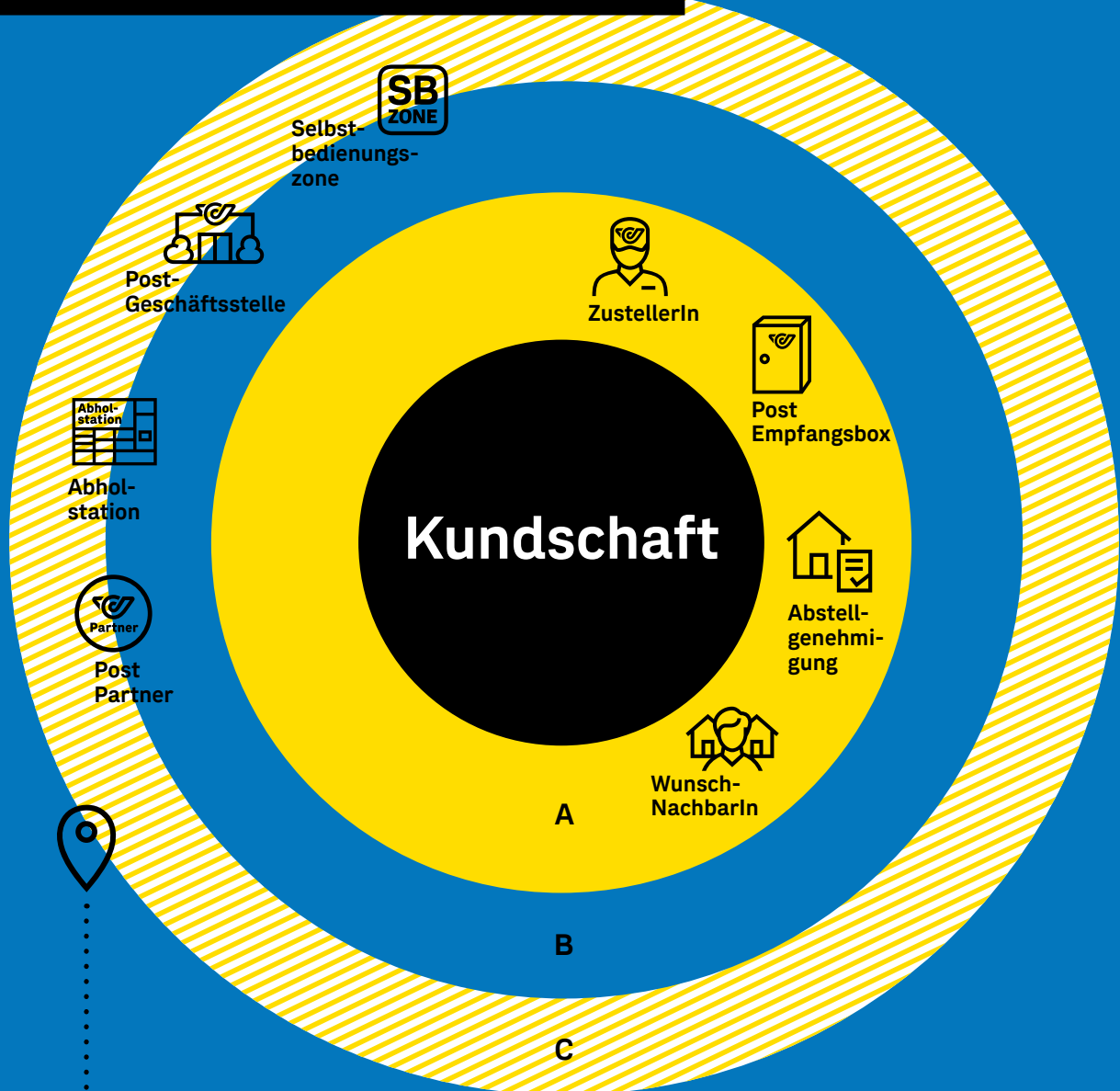


Robert Coric, Digital Advertising Services, und
Kathrin Pulides, POS Marketing & Visual Merchandising

Das neue Stadtviertel vereint Wohnen, Arbeiten und Entertainment.



Die Kundschaft im Mittelpunkt der Post-Services



- A — Der Kontakt zu Hause
- B — Die Servicestellen der Post
- C — Die Zukunft: Die Post „bewegt“ sich mit den KundInnen, rückt näher an ihren Alltag heran, für die KundInnen wird alles einfacher.

Wirtschaft

Das Geschäftsumfeld der Österreichischen Post ist von tiefgreifenden Veränderungen geprägt. Damit die Post auf diese Veränderungen optimal reagieren kann, beobachtet und analysiert sie dieses Umfeld kontinuierlich und richtet ihre Zielsetzungen danach aus.

Trends und Herausforderungen

GR 102-15

Die voranschreitende Digitalisierung, der steigende Wettbewerbsdruck und die Internationalisierung der Märkte führen zu Veränderungen am Markt. Diese Entwicklungen stellen große Herausforderungen für die gesamte Logistikbranche und damit auch für die Österreichische Post dar. Das Unternehmen stellt sich aktiv darauf ein, um den eigenen wirtschaftlichen Erfolg langfristig zu sichern.

Die Digitalisierung führt zu einem Rückgang der Briefmengen. Um die Umsatzverluste des Briefgeschäfts auszugleichen, erschließt die Post neue Geschäftsfelder. Der steigende Online-Handel und die steigende Menge an Paketen bieten neue Wachstumsmöglichkeiten. Gleichzeitig schafft die Post innovative digitale Lösungen, um die Bedürfnisse der KundInnen auch in Zukunft bestmöglich zu erfüllen. Neben den Faktorkostensteigerungen sowie Konjunktur- und Marktentwicklungen zählt die Entwicklung der Personalkosten zu den Einfluss- und Erfolgsfaktoren, mit denen sich die Post kurz- und langfristig auseinandersetzen muss.

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

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-Handels führt zu steigenden Paketmengen im privaten Bereich. Gleichzeitig nimmt hier jedoch auch die Wettbewerbsintensität zu.

96,3%

aller Pakete werden innerhalb von zwei Werktagen zugestellt.



Die Post schafft innovative, digitale Lösungen und Serviceangebote.

Managementansatz der Post

GRI 103-1, 103-2

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

Die Post will die steigenden Anforderungen aller KundInnen erfüllen. Innovationen kommt deshalb eine große Bedeutung zu. Hier steht immer eine Frage im Fokus: Wie kann der Mehrwert für die Versender erhöht und der Komfort für die Empfänger verbessert werden? Bei der Antwort profitiert die Post davon, dass sie nah an ihren KundInnen agiert und deren Wünsche und Erwartungen kennt. Mit diesem Wissen entwickelt sie entsprechende Angebote und Services. Das sichert die Wettbewerbsfähigkeit der Post und erhöht die Kundenzufriedenheit.

Diese strategische Ausrichtung steht in Einklang mit den wesentlichen Themen, die die Stakeholder der

Post im Rahmen der Wesentlichkeitsanalyse im Bereich Wirtschaft bestimmt haben:

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

Um Wachstum und Wertschöpfung zu generieren und ihren EigentümerInnen eine attraktive Dividende zu bieten, setzt die Post auf neue, innovative Geschäftsideen und die Umsetzung von Effizienzprogrammen.

Nähere Informationen zu den wesentlichen Themen im Bereich Wirtschaft und ihrem Zusammenhang mit den SDGs finden Sie auf Seite 18.

Erreichtes 2019 und Ziele 2020

GRI 103-3

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

Wirtschaftsziele im Überblick

T 09 Hauptziel → Nachhaltiges Geschäftsmodell der Post weiterentwickeln

| Ziele 2019 | Erreicht 2019 | Geplant 2020 und darüber hinaus |
|--|--|--|
| <p>SDG 8 Weiterhin stabiler Konzernumsatz 2019 (Umsatz 2018 von 2 Mrd EUR)</p> | Trotz herausfordernder Rahmenbedingungen wurde das Ziel eines Konzernumsatzes von 2 Mrd EUR erreicht | Weiterhin stabiler Konzernumsatz 2020 (Umsatz 2019 von 2 Mrd EUR) |
| <p>SDG 8 Laufende Optimierung der Strukturen und Prozesse zur weiteren Kosteneinsparung und Effizienzsteigerung</p> | Auch 2019 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 15,8 % ausweisen | Laufende Optimierung der Strukturen und Prozesse zur weiteren Kosteneinsparung und Effizienzsteigerung |
| <p>SDG 8 Stabiles operatives Ergebnis (EBIT) auf dem Niveau des Jahres 2018 angepeilt (EBIT 2018 von 210,9 Mio EUR)</p> | Das operative Ergebnis (EBIT) der Österreichischen Post lag 2019 mit 200,6 Mio EUR um 4,9 % unter dem operativen Ergebnis des Vorjahres | Stabiles operatives Ergebnis (EBIT) auf dem Niveau des Jahres 2019 angepeilt (EBIT 2019 von 200,6 Mio EUR) |
| <p>SDG 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13</p> | | Verstärkter Fokus auf Nachhaltigkeitscharakter bei Produktinnovationen, v. a. hinsichtlich den Dimensionen Soziales und Umwelt |

T 10 Hauptziel → KundInnen und Innovationen in den Mittelpunkt stellen

| Ziele 2019 | Erreicht 2019 | Geplant 2020 und darüber hinaus |
|---|---|--|
| <p>SDG 8, 11 Forcierung von Online-Services, wie der Post App und des E-Briefs</p> <p>SDG 8, 11</p> | 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 |
| <p>SDG 8, 11 Mittelfristige Verdoppelung der Selbstbedienungslösungen</p> | <p>45.633 Post Empfangsboxen stehen zur Verfügung</p> <p>66.464 Fächer in Abholstationen</p> <p>413 SB-Zonen stehen zur Verfügung</p> | <p>Durchführung von diversen IT-Projekten zur Steigerung der Nutzerfreundlichkeit der unterschiedlichen Online-Service-Angebote (Homepage, Post App, AllesPost etc.)</p> <p>Ausweitung der Post Empfangsboxen auf 50.000 bis 2020</p> <p>Ausbau auf 78.000 Fächer in Abholstationen bis 2020</p> <p>Weiterer Ausbau der SB-Zonen</p> |

Wachstum und Wertschöpfung

GRI 201-1, SDG 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. Im Jahr 2019 wurde die Post vom Carbon Disclosure Project (CDP)


mit dem bestmöglichen Ergebnis – einem A-Rating – in die CDP Climate Change A-List aufgenommen. Dieses und weitere ESG-Ratings zeigen, dass die Post aus Sicht des Kapitalmarkts bereits nachhaltig agiert.

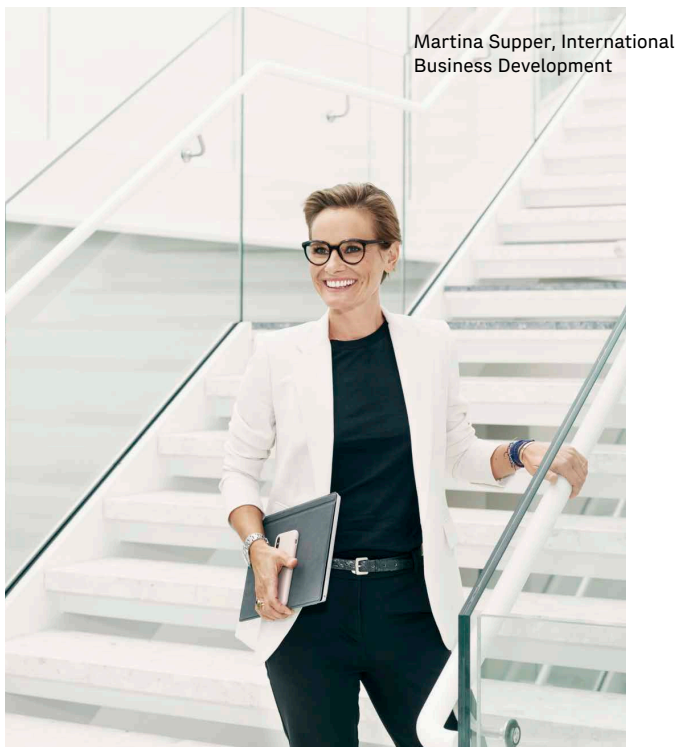
Seit der vollständigen Marktöffnung Österreichs ist die Österreichische Post AG Universaldienstleister und garantiert die Versorgung des Landes mit qualitativ hochwertigen Postdienstleistungen. Die Österreichische Post AG erwirtschaftet ca. 88 % des Konzernumsatzes. Mit ihren Konzernunternehmen ist die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

Eine solide Umsatzentwicklung, eine 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 MitarbeiterInnen einen positiven Effekt auf Einflussfaktoren der nachhaltigen Profitabilität, beispielsweise Mitarbeiterzufriedenheit oder Energieeffizienz. Und nur ein wirtschaftlich erfolgreiches Unternehmen kann seine gesellschaftliche Verantwortung wahrnehmen. Das wird im Grundverständnis der Post sichtbar: 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 Geschäftsbericht 2019.

—  siehe Ratings S. 19 und Post im Überblick S. 14

—  siehe Geschäftsbericht 2019 S. 06f, 08ff, 10ff



Martina Supper, International Business Development

Damit die Post auch in Zukunft erfolgreich ist, setzt sie auf nachhaltiges Wachstum und neue Geschäftsfelder.

Wertschöpfungsbetrachtung

GRI 201-1, SDG 5, 7, 8, 9

Die Post verfolgt das Ziel, eine nachhaltige Wertschöpfung für ihre Stakeholder und die gesamte Gesellschaft zu generieren. Die Wertschöpfung der Post setzte sich im Jahr 2019 wie folgt zusammen:

T 11 Wertschöpfungsbetrachtung

| Mio EUR | Österreichische Post AG ¹ | | | Post-Konzern ² | | |
|--|--------------------------------------|----------------|--------------------|---------------------------|----------------|--------------------|
| | 2017 | 2018 | 2019 | 2017 | 2018 | 2019 |
| ENTSTEHUNG | | | | | | |
| Umsatzerlöse und sonstige betriebliche Erträge | 1.881,6 | 1.862,4 | 1.945,8 | 2.051,60 | 2.054,6 | 2.153,0 |
| abzüglich Vorleistungen | -691,1 | -705,3 | -830,3 | -798,8 | -822,9 | -965,7 |
| davon Material und bezogene Leistungen | -346,8 | -361,9 | -392,5 | -409,9 | -441,2 | -473,3 |
| davon sonstige betriebliche Aufwendungen | -286,8 | -274,2 | -370,4 | -316,1 | -287,1 | -374,4 |
| davon Abschreibungen | -57,6 | -69,1 | -67,5 | -86,8 | -94,5 | -118,1 |
| WERTSCHÖPFUNG | 1.190,4 | 1.157,1 | 1.115,5 | 1.252,80 | 1.231,8 | 1.187,3 |
| VERTEILUNG | | | | | | |
| an MitarbeiterInnen (Gehälter, Sozialaufwand) | 983,7 | 935,7 | 912,2 | 1.023,40 | 1.011,9 | 980,1 |
| an AktionärInnen (Dividende) | 138,5 | 140,5 | 140,5 ³ | 138,5 | 140,5 | 140,5 ³ |
| an den Staat (Steuern) | 53,8 | 62,9 | 57,5 | 59,4 | 65,1 | 61,6 |
| an KreditgeberInnen (Zinsaufwand) | 0,4 | 2,4 | 0,2 | 0,3 | 1,0 | 4,7 |
| Restbetrag | 14,0 | 15,6 | 5,1 | 31,3 | 13,2 | 0,3 |
| WERTSCHÖPFUNG | 1.190,4 | 1.157,1 | 1.115,5 | 1.252,80 | 1.231,8 | 1.187,3 |

¹ nach UGB

² nach IFRS

³ Vorschlag an die Hauptversammlung am 16. April 2020

Dem von der Post im Jahr 2019 erwirtschafteten Umsatz von 2.153,0 Mio EUR (inkl. sonstiger betrieblicher Erträge) standen Vorleistungen von 965,7 Mio EUR gegenüber. Daraus ergibt sich eine Wertschöpfung der Post von 1.187,3 Mio EUR, die sich zum Großteil auf die MitarbeiterInnen verteilt: einerseits in Form von Gehältern und Löhnen und andererseits durch den damit verbundenen Sozialaufwand. Insgesamt entfielen 980,1 Mio EUR auf die MitarbeiterInnen.

📄 Nähere Informationen zur Ertragslage
siehe Geschäftsbericht 2019 S. 111ff

Zahlungen der Österreichischen Post AG an den Staat

GRI 201-1, SDG 5, 7, 8, 9

Für das Geschäftsjahr 2019 erhält der Mehrheitsaktionär (52,85%) der Österreichischen Post AG, die Österreichische Beteiligungs AG – ÖBAG, 74,3 Mio EUR von insgesamt 140,5 Mio EUR an Dividenden ausbezahlt

(vorbehaltlich der Zustimmung der Hauptversammlung am 16. April 2020). Zusätzlich flossen 61,6 Mio EUR in Form von Steuern und Abgaben (steuerliche Abgaben) an den Staat.


Zahlungen vom Staat an die Österreichische Post AG

GRI 201-1, SDG 5, 7, 8, 9

Die Österreichische Post AG bekommt 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 kann die Österreichische Post AG Vorhaben mit hohem Forschungs- und Innovationscharakter oder Umweltrelevanz umsetzen.

Mehrere Mobilitätsprojekte verfolgen das Ziel, klimafreundliche Mobilitätslösungen in Form von E-Fahrzeugen auszubauen. Die Projekte werden zum großen Teil vom Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums der EU sowie dem Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus gefördert.

Um die jeweiligen ProjektleiterInnen optimal zu unterstützen, hat die Post ein zentrales Fördermanagement eingerichtet. Als kompetenter interner und externer Ansprechpartner begleitet es die Projekte von der Einreichung bis zur Abrechnung der Projektkosten.

—  [smartertogether.at](https://www.smartertogether.at)

Dividendenpolitik

 201-1,  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 AktionärInnen ausgeschüttet werden. Für das Geschäftsjahr 2019 wird der Vorstand der Hauptversammlung am 16. April 2020 die Ausschüttung von 140,5 Mio EUR (dies entspricht 2,08 EUR pro Aktie) an die AktionärInnen vorschlagen.

Die Dividendenpolitik der Post beruht auf einem soliden Geschäftsmodell und einem starken operativen Cashflow. Die Österreichische Post erwirtschaftete im Jahr 2019 ein Ergebnis von 201 Mio EUR. Der Operative Free Cashflow lag trotz umfangreicher Erhaltungsinvestitionen auf weiterhin hohem Niveau und bildet damit eine solide Basis für die künftige Investitions- und Dividendenfähigkeit. Mit einer Dividendenrendite von 6,1% per Ende des Jahres 2019 zählt die Post sowohl in Österreich als auch international zu den attraktivsten Dividendentiteln der vergangenen Jahre.

Innovation und Zukunftstechnologien

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

Der Markt in dem die Österreichische Post agiert, verändert sich stetig. In einem dynamischen Umfeld sind die Entwicklung und die Einführung innovativer Produkte sowie die Erweiterung des Angebots durch neue Geschäftsfelder wesentlich für den dauerhaften Erfolg eines Unternehmens. Daher arbeitet die Post stetig an der Ergänzung und Verbesserung ihrer Produkte und Services an der Optimierung der bestehenden Prozesse

6,1%

Dividendenrendite

und Abläufe und an der Erschließung gänzlich neuer Geschäftsfelder.

Um dem Anspruch als Dienstleistungsunternehmen gerecht zu werden, ergänzt bzw. verbessert die Österreichische Post ständig ihre Services auf Basis von innerbetrieblichen Innovations- sowie Forschungs- und Entwicklungs-(F&E)-Maßnahmen. Zusätzlich arbeitet die Österreichische Post laufend an der Optimierung ihrer Prozesse und Abläufe. Dabei werden unternehmensintern oder gemeinsam mit KooperationspartnerInnen auch innovative Lösungen erforscht und entwickelt, die in vielen Fällen zu neuen Marktstandards für die gesamte Logistikbranche führen.

Die Innovationstätigkeit in der Österreichischen Post erfolgt durch ein Zusammenspiel aus zentraler Steuerung und dezentralen Innovationsteams in den Geschäftsbereichen, welche die Produkte bzw. Services verantworten. Das neu geschaffene zentrale Innovationsmanagement bestätigt die Relevanz der Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten für die Unternehmensführung. Dabei ist es Partner der Geschäftsbereiche für die digitale Transformation und baut darauf auf, Marktbedürfnisse und Zukunftstrends rechtzeitig zu erkennen und durch entsprechende Initiativen die Wettbewerbssituation der Österreichischen Post nachhaltig abzusichern.

SB-Zonen gibt es
in ganz Österreich.



In den SB-Zonen der Post ist Verpacken, frankieren und versenden 24 Stunden/7 Tage die Woche möglich.

Neben eigenen Entwicklungsaktivitäten kooperiert die Österreichische Post seit langem mit namhaften österreichischen Universitäten, Fachhochschulen und anderen Forschungseinrichtungen. Wichtige PartnerInnen sind dabei die Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft (FFG), der Klima- und Energiefonds sowie die Wirtschaftsagentur Wien. Ziel dieser Zusammenarbeit ist es, den Fokus auf Innovationen weiter zu verstärken und in der Entwicklung von Produkten und Services auf wissenschaftlich fundierte Ergebnisse zurückgreifen zu können. Beim Thema Innovationen sind Investitionen in State-of-the-art-Technologien und die laufende Verbesserung und der Ausbau ihrer Infrastruktur ein wesentlicher Faktor. Dabei beschränken sich die Investitionen und Innovationen nicht auf Sachanlagen, sondern betreffen auch den Arbeitsalltag selbst. Um auch in Zukunft effizient und wirtschaftlich arbeiten zu können, etabliert die Post moderne und zeitgemäße Arbeitsmodelle.

Sowohl für Innovationen als auch Investitionen sucht die Post immer nach Fördermöglichkeiten. Die Abteilung CSR & Umweltmanagement berät und unterstützt hier alle betroffenen Bereiche und koordiniert auch die steuerliche Forschungsprämie.

Weitere Informationen finden sie im Nicht-finanziellen Bericht.

— siehe Geschäftsbericht 2019 S. 53

Service- und Kundenorientierung

GRI 103-1, 103-2

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

Ganz im Sinne ihres Leitsatzes „Wir stellen die KundInnen in den Mittelpunkt“ stellt die Post die

Bedürfnisse ihrer KundInnen ins Zentrum 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 und sind die Antwort auf die sich verändernden Kundenansprüche und den generellen Wandel im Markt. Dazu zählen Services wie die Post App, mit der Pakete umgeleitet und etwa in der Filiale abgeholt, aber auch E-Briefe zugestellt werden können. In den Jahren 2019 und 2020 hat sich die Post zum Ziel gesetzt, die derzeitigen Online-Lösungen in eine moderne IT-Umgebung zu integrieren, um die Anwendung dieser für die KundInnen einfacher zu gestalten. Dafür wird ein „Release Train“ angewendet. Mit dieser modernen Art der Projektplanung wird die Transparenz von Abhängigkeiten von Prozessschritten erhöht und somit der Erfolg des Gesamtprojekts positiv beeinflusst. Damit fördert der „Release Train“ die agile Planung eines Projekts. Die Prioritätensetzung für die jeweiligen Projektabschnitte – die sogenannten „Sprints“ – erfolgt basisdemokratisch durch alle ProjektteilnehmerInnen. Möglich wird dies durch die Visualisierung der Projektabhängigkeiten. Sie zeigt klar, inwiefern sich Teilprojekte gegenseitig beeinflussen bzw. behindern.

Kundenzufriedenheit

GR1 102-43, 102-44, 103-3

Die Post ist immer bestrebt, ihren KundInnen die höchstmögliche Qualität aller Leistungen zu bieten. Das gilt bei neuen Ideen und innovativen Services genau wie beim gewohnten Angebot. Dieser Ansatz zahlt sich aus – das verdeutlichen die guten und konstanten Zufriedenheitswerte. Im Berichtsjahr wurde die Kundenzufriedenheit quartalsweise vom renommierten Institut für empirische Sozialforschung (IFES) erhoben. Mittels repräsentativer Befragungen mit einer Samplegröße von n = 2.000 pro Welle wurde der „Customer Satisfaction Index“ (CSI) ermittelt, der sich aus Kundenzufriedenheit und Kundenbindung zusammensetzt.

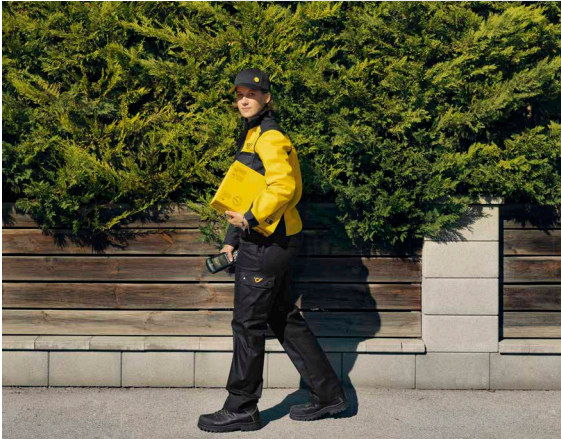
Die Kundenzufriedenheitsmessung mittels CSI beurteilt Werte bis 50 Punkte als kritisch und Werte zwischen 51 und 60 Punkten als mäßig. Ab 61 Punkten wird von einem guten Wert gesprochen. 70 Punkte und mehr sind sehr gut; 81 Punkte bis zum Höchstwert von 100 Punkten bedeuten ausgezeichnet. Der durchschnittliche CSI-Wert der Post lag in diesem Jahr bei 70 Punkten. Dies ist das beste erzielte Ergebnis seit Beginn der Messung der Kundenzufriedenheit. Darauf ist die Post sehr stolz: Der Ausgangswert lag bei 64 Punkten im Jahr 2011.

Im Bereich Kundenzufriedenheit spielt der Kundenservice eine große Rolle. Die Post bietet allen KundInnen die Möglichkeit, via E-Mail, Kontaktformular oder Facebook Kontakt aufzunehmen. Im Jahr 2019 gab es aufgrund der Datenschutzauskünfte mehrere tausend Anfragen beim Post-Kundenservice. Alle diese Anfragen wurden fristgerecht beantwortet.

Kundenzufriedenheit 2019



**Leise und umweltfreundlich:
Lastenräder sind gut für
die Umwelt und entlasten
auch die Städte.**

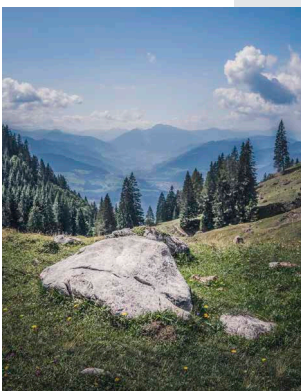


Therese Kränkl, Investor Relations

Nachhaltigkeit auf der letzten Meile

In der öffentlichen Diskussion über City Logistik in Wien werden regelmäßig Dienstleistungsunternehmen für Kurier-Express-Paketdienste (KEP) für die Überlastung des Gesamtverkehrs verantwortlich gemacht. Eine Studie des Instituts für Transportwirtschaft und Logistik der Wirtschaftsuniversität zeigt jedoch, „dass die KEP-Dienstleister deutlich weniger zum Gesamtverkehr beitragen, als immer wieder behauptet wurde. Und mehr noch: Die Paketlogistik ist im Vergleich zu anderen Branchen effizient, nachhaltig und auch umweltfreundlich“, so Stefan Heiglauer, Geschäftsfeld-Leitung Paketlogistik Österreich. So stellen die **KEP-Dienstleister** in Wien lediglich einen Anteil von 0,8% am Gesamtverkehr. Der Anteil an Lieferwagen von Handwerks- und Technikbetrieben ist mit 6% etwa sieben Mal so groß. Den Hauptanteil halten PKW mit 86,5%, die auch den größten Anteil der Parkflächen beanspruchen.

Bewusst im Sinne der Umwelt



POST@INSIGHT

Ressourcenschonung und
Umweltschutz werden bei der
Post groß geschrieben.

**ALS FÜHRENDES LOGISTIK-
UND POSTDIENSTLEISTUNGS-
UNTERNEHMEN trägt die
Post eine besondere Umwelt-
verantwortung. Sie setzt
dafür auf die Reduktion von
Treibhausgasemissionen,
Energieverbrauch und Restmüll
sowie eine Sensibilisierung
der MitarbeiterInnen.**



Ganz persönlich.
Die Post —
UMWELT

Unser Ziel: eine schnelle Zustellung,
die Klima und Ressourcen schont.

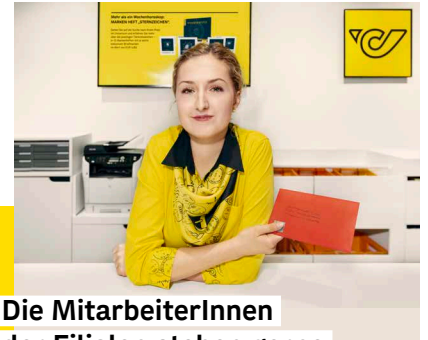
FÜR MEHR LEBENS QUALI TÄT



Das große Plus unseres City-Hub-Konzepts liegt darin, dass MitarbeiterInnen durch die intelligente Fahrradzustellung fast das Volumen einer klassischen Paketzustellung bewältigen.

Stefan Heiglauer, Geschäftsfeld-Leitung
Paketlogistik Österreich

Magdalena Dannerer, Filialmitarbeiterin



Die MitarbeiterInnen der Filialen stehen gerne für Fragen zur Verfügung

„Die Ergebnisse ändern jedoch nichts an unserem Bestreben, die Nachhaltigkeit auch auf der letzten Meile zum Ziel konstant zu verbessern. Enormes Potenzial sehen wir dabei in der Umstellung auf E-Fahrzeuge“, erklärt Robert Modliba, Geschäftsfeld-Leitung Operations. Die spielen auch im Projekt „City Hub Wien“ eine zentrale Rolle. Im Jahr 2019 hat die Post dabei über drei Monate die Paketzustellung im 3. Wiener Gemeindebezirk mit E-Lastenrädern über zentral gelegene „City Hubs“ getestet. Von dort können die ZustellerInnen mit ihren Lastenrädern starten und die vorsortierten Pakete umweltschonend zu ihren Empfängern bringen. Die **alternative Transportmethode** reduziert nicht nur die CO₂- und Lärmemissionen erheblich: Im Testzeitraum zeigte sich, dass dank des professionellen Konzepts mit einem Lastenrad pro Tag die gleiche Paketmenge ausgeliefert werden kann wie mit einem Paketzustellfahrzeug. Das Projekt wurde aus Mitteln des Bundesministeriums für Verkehr, Innovation und Technologie gefördert und im Rahmen des Programms „Logistikförderung“ durch die Schieneninfrastruktur-Dienstleistungsgesellschaft mbH abgewickelt.



POST@INSIGHT

Die „letzte Meile“ bezeichnet das letzte Wegstück der Lieferung.



Adrian But, Paketzusteller

3

Monate testete die Post das City Hub Konzept in Wien.

Die schnelle Lieferung hat höchste Priorität.



1.750

E-Fahrzeuge besitzt die
Österreichische Post AG 2019.

Alle Pakete in Österreich
werden CO₂-neutral
zugestellt



CO₂-neutrale Zustellung

Vor rund einem Jahrzehnt hat die Österreichische Post mit der Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT beschlossen, sämtliche Briefe, Pakete, Zeitschriften und Werbesendungen in Österreich CO₂-neutral zuzustellen. Neben der Effizienzsteigerung und Kompensation liegt das Hauptaugenmerk der Maßnahmen des Unternehmens dabei auf der Nutzung alternativer Technologien. Eine zentrale Rolle spielt der kontinuierliche Ausbau der E-Mobilität auf der „letzten Meile“ zum Zielort.

In diesem Kontext hat die Post in den Jahren 2018 und 2019 **249 Renault KANGOO** erworben. Der meistverkaufte Elektrotransporter Europas ist damit das Kernstück des insgesamt 1.750 Fahrzeuge umfassenden E-Fuhrparks. „Über unsere vier Photovoltaikanlagen erzeugen wir schon heute saubere Energie, mit der unser gesamter E-Fuhrpark versorgt werden kann.“ erklärt Franz Leitner, Leitung Transport & Services. „Mit dem größten E-Fuhrpark des Landes sind wir Vorreiter der Branche und zeigen, dass es uns ernst ist mit unserer Strategie bis 2030 auf der ‚letzten Meile‘ komplett emissionsfrei zuzustellen“, schlussfolgert Leitner stolz.



HIGH LIGHT

Auf dieses Ziel zahlt auch das Projekt „Grünes Graz“ ein.

Bis August 2021 baut die Post die Landeshauptstadt der Steiermark zur österreichweit ersten Stadt mit 100% emissionsfreier Brief- und Paketzustellung aus.

Dafür plant die Post bis Ende 2021:

- den flächendeckenden Einsatz von E-Klein-LKW in allen Grazer Stadtgebieten
- den erstmaligen Einsatz von E-Transportern in der Zustellung
- einen Ausbau der Verbund- & Nahlogistik in den Stadtbereichen und im Anschluss der Paketzustellung für Graz aus Kalsdorf

Auch unsere KundInnen zeigen vollen Einsatz.

Die Zukunft: Green Events

Bei der Weihnachtsfeier der Österreichischen Post 2019 wurde bereits auf der Einladung deutlich, dass bei der Veranstaltung für über 1.300 Personen nicht nur der Tannenschmuck grün ist: Von der klimafreundlichen Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder einem Shuttleservice bis zum regionalen Catering und der zentralen Lage des Veranstaltungsorts hat die Post viel dafür getan, dass die Feier zu einem „Green Event“ wurde. Im Berichtsjahr erhielten bereits zwei Veranstaltungen der Post dieses **Zertifikat**.

Das Unternehmen hat sich im Rahmen seiner Selbstverpflichtung zum Ziel gesetzt, Events ab sofort unter umweltfreundlichen Aspekten zu organisieren und die größten Events wie den Jahresauftakt, die Weihnachtsfeier, den Prospekt Award oder die Hauptversammlung als „Green Event“ mit dem Österreichischen Umweltzeichen zertifizieren zu lassen. Das Umweltzeichen für Green Meetings und Green Events dient seit 2012 als Gütesiegel für umweltbewusstes Management und soziales Handeln eines Veranstalters.

Für die Planung und Durchführung der **Green Events** spielen folgende Kriterien eine zentrale Rolle und sollen bei allen Events der Post Anwendung finden:

- **KLIMASCHUTZ & MOBILITÄT** Gewährleistung einer öffentlichen Anreise mit Hinweis in der Einladung
- **BESCHAFFUNG, MATERIAL- & ABFALLMANAGEMENT** Mülltrennung, Mehrweggeschirr, Pfandflaschen, Bohnenkaffee, unverpackte Give-aways
- **VERANSTALTUNGSORT** Energieeffizienz, Abfallwirtschaftskonzept
- **VERPFLEGUNG** Umweltzertifiziertes Catering, regionales Speiseangebot, vegetarisches Angebot
- **ENERGIE & WASSER** Ökostrom, energieeffiziente Geräte, wassersparende Sanitäreinrichtungen
- **SOZIALE VERANTWORTUNG** Barrierefreiheit, ausgewogenes Teilnehmermanagement, Einbeziehung von NGOs
- **KOMMUNIKATION** Einladung per Mail, wiederverwendbare Produktionen, Mehrweg-Tischaufsteller, Kommunikation über Green-Maßnahmen, ressourcenschonender Druck auf Umweltpapier

“ Das Österreichische Umweltzeichen für Green Events dient seit 2012 als Gütesiegel für umweltbewusste Veranstaltungen.



Ingeborg Gratzner, Leitung Presse & Interne Kommunikation



Waltraud Kugler und Claudia Weichselbaum, Eventmanagement

Jahresauftakt
2020



FÜR MEHR LEBENS QUALI TÄT

POST@INSIGHT

Umweltmanagementsysteme
werden jährlich validiert.

Zertifiziertes Umweltmanagementsystem

Die **Österreichische Post** schreibt dem Umweltschutz und der Nachhaltigkeit eine große Bedeutung zu und hat diese deshalb über einen geregelten Managementprozess in der Organisation verankert. Ein wesentliches Instrument ist dabei das seit 2016 eingesetzte und nach ISO 14001 zertifizierte Umweltmanagementsystem. Die internationale Norm ISO 14001 legt Anforderungen an ein Umweltmanagementsystem fest, mit dem jede Organisation ihre Umwelteinflüsse reduzieren, rechtliche und sonstige Verpflichtungen erfüllen und Umweltziele erreichen soll.

Für die Post liegen die Schwerpunkte des Managementprozesses auf der Umweltsensibilisierung der MitarbeiterInnen und der **Reduktion von Energieverbrauch und Restmüllaufkommen**. Ein Beispiel für die Aktivitäten zur Sensibilisierung ist das Umweltgewinnspiel, das das Konzernunternehmen Medien.Zustell GmbH mit betriebsbezogenen Quizfragen zum Thema Umwelt und Prämierung der innovativsten Ideen zum Thema betrieblicher Umweltschutz durchgeführt hat. Außerdem hat das Unternehmen nach den Logistikzentren in Wien Inzersdorf, Wernberg und der Konzerngesellschaft Medien.Zustell GmbH im Jahr 2019 auch das neue Verteilzentrum in Hagenbrunn nach ISO 14001 zertifiziert. Im Sinne einer kontinuierlichen Verbesserung der Umweltmanagementsysteme lässt die Post diese jedes Jahr durch einen zertifizierten Auditor des TÜV Austria validieren. Im laufenden Jahr 2020 ist zudem die Zertifizierung der Unternehmenszentrale „Post am Rochus“ geplant.



Post Prospekt
Award Show 2019

„Grüne“ Poldis

Zu den nach dem „Österreichischen Umweltzeichen“ für Green Events zertifizierten Veranstaltungen zählte auch die Post Prospekt Award Show 2019 im Oktober. Im Rahmen der Veranstaltung verlieh die Post „Goldene Poldis“ als Awards für die beliebtesten Flugblätter. 44.100 KonsumentInnen hatten die insgesamt **24 PreisträgerInnen** in den verschiedenen Kategorien zuvor aus einer Shortlist mit 68 Flugblättern ausgewählt. Dabei haben die KonsumentInnen auch die beliebtesten Flugblätter in der Kategorie „Nachhaltigkeit“ bestimmt. In dieser Kategorie lag der Fokus auf den Inhalten der Flugblätter wie Energie-Einsparmaßnahmen oder erneuerbaren Energien. Bei der kommenden Show können Werbetreibende in dieser Kategorie nachhaltig produzierte Flugblätter einreichen.



Die „Post am Rochus“
in Wien

380

Events veranstaltet
die Post pro Jahr.

Glücksmomente

Die Umwelt im Fokus



649 Elektrofahrräder*



428 Elektromopeds*



673 Elektrofahrzeuge bis 3,5t*

1.750

Elektrofahrzeuge
gesamt*



* Österreichische Post AG

Umwelt

Die Österreichische Post trägt als Logistikunternehmen eine besondere Verantwortung im Bereich Umwelt. Um dieser gerecht zu werden, analysiert die Post aktuelle Entwicklungen und Herausforderungen konsequent und passt ihre Maßnahmen und Ziele entsprechend an.

10%

mehr Elektrofahrzeuge
bei der Österreichischen
Post AG als im Vorjahr.

Trends und Herausforderungen

GRU 102-15, 103-2

Der Logistiksektor ist ein bedeutender Wachstumsmarkt: Die zunehmende Globalisierung führt dazu, dass der internationale Handel zunimmt. Genauso boomt der Online-Handel und damit wächst das Paketaufkommen. In der Folge steigt die Nachfrage nach Logistikdienstleistungen und innovativen Lösungen weltweit stetig an. Die Österreichische Post beobachtet diese Entwicklungen, da sie nicht nur ihren Geschäftserfolg betreffen: Mit ihren Logistiklösungen verbindet die Post Menschen, Regionen und Länder, schafft Arbeitsplätze und generiert Wertschöpfung. Die Geschäftstätigkeit wirkt sich aber auch auf die Umwelt und das Klima aus – besonders durch den Ausstoß klimawirksamer Treibhausgase wie CO₂.

Vor diesem Hintergrund ist die Post in doppelter Hinsicht gefordert: Die Post sieht sich als eines der Leitunternehmen in Österreich in der besonderen Verantwortung, aktiv daran mitzuwirken, die nationalen Klimaziele zu erreichen. Als eines der größten Logistikunternehmen des Landes besteht die zentrale Herausforderung und Aufgabe für die Post darin, klimawirksame Treibhausgase wie CO₂ nicht nur zu reduzieren, sondern sie so weit wie möglich zu vermeiden. Dadurch sollen die Umweltauswirkungen weitestgehend minimiert werden – und das trotz wachsendem Transportaufkommens aufgrund des E-Commerce-Booms.

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

GLOBALER KLIMAWANDEL – VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN

Der Klimawandel betrifft uns alle und nimmt uns alle in die Pflicht. Die Post hat sich daher ein



Die Post besitzt mit 1.750 ein- und mehrspurigen Elektrofahrzeugen die derzeit größte E-Flotte des Landes.

wissenschaftlich basiertes CO₂-Reduktionsziel gesetzt. Ziel ist, zum Pariser Klimaschutzziel der maximalen Erderwärmung von 2 °C beizutragen und die Erderwärmung auf weniger als 2 °C zu beschränken.

LOKALE IMMISSIONEN – E-MOBILITY UND MODERNER FUHRPARK

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

ENERGIEWENDE UND FOLGEN – ÖKOLOGISIERUNG DES ENERGIEEINKAUFES

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

RESSOURCENKNAPPHEIT – ERHÖHUNG DER ENERGIEEFFIZIENZ

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

URBANISIERUNG – SMART-CITY-LOGISTIKLÖSUNGEN

In stetig wachsenden Städten mit immer dichteren Strukturen benötigen Postdienstleistungsunternehmen neue Wege für den Transport von einem Ort zum anderen.

Risiken für die Post im Bereich Umwelt

GRI 102-15, 201-2

Die Umwelt ist von vielfältigen und nicht exakt vorhersagbaren Ereignissen geprägt. Risiken für die Post ergeben sich im Wesentlichen durch natürliche Einflüsse. Dazu zählen unter anderem die physischen Folgen des Klimawandels wie Wettereffekte. Auch transitorische Risiken, wie etwa normative Änderungen, wirtschaftliche Einflüsse und langsam fortschreitende technologische Entwicklungen, wirken sich auf die Tätigkeit der Post aus. Daher kümmert sich das konzernweite Risikomanagement um potenzielle Schadeinwirkungen, die im Umweltbereich für das Unternehmen möglich sind. Welche Risiken wiederum durch die Geschäftstätigkeit der Post auf die Umwelt entstehen, wird im Geschäftsbericht näher erläutert.

— siehe Geschäftsbericht 2019 S. 59

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 Wetterextreme die flächendeckende Versorgung mit Postdienstleistungen über einen bestimmten Zeitraum nicht gewährleistet werden kann, könnten zusätzliche finanzielle Verpflichtungen entstehen. Auch die Immobilien der Post können in Zukunft häufiger von akuten Wettereffekten wie bspw. Überflutungen, Muren oder Hagelschäden betroffen sein.

Transitorische Klimarisiken

Ein weiteres Risiko liegt in der Änderung, Verschärfung oder dem neuen Erlass von Umweltgesetzen. Denn diese können mitunter zu hohen Investitionen führen. Auch höhere Besteuerungen oder steigende Energiekosten durch Ressourcenknappheit können höhere Kosten nach sich ziehen.

Mit Blick auf die CO₂-Emissionen ergeben sich einerseits durch die Technik und andererseits durch den Emissionshandel Risiken. Im Emissionshandel entsteht durch eine Preissteigerung der Zertifikate ein finanzielles Risiko. Durch unzuverlässige oder nicht ausgereifte Technik könnte die Modernisierung des Fuhrparks aufgehalten und Klimaziele verfehlt werden. Dies hat wiederum Einfluss auf die Reputation der Post, die sich im Bereich der Klimapolitik ambitionierte Ziele gesetzt hat.

Managementansatz der Post

GRI 103-1, 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 und ihren ökologischen Fußabdruck zu verkleinern. Bereits seit vielen Jahren integriert die Post Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz konsequent in ihr Kerngeschäft und hat zudem eine Reihe von konzernweiten Umwelleistungen 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:

- Klimaschutz und Energie
- Ressourceneffizienz
- Verantwortungsvoller Einkauf

Nähere Informationen zu den wesentlichen Themen im Bereich Umwelt und ihrem Zusammenhang mit den SDGs finden Sie auf Seite 31.

Erreichtes 2019 und Ziele 2020

GRI 103-3

Die Österreichische Post sieht die Bemühungen im Bereich Umweltschutz als kontinuierlichen Prozess. Sie hat sich zum Ziel gesetzt, das Klima zu schützen und Ressourcen zu schonen. Darüber hinaus will sie die Umweltsensibilisierung im Unternehmen weiter stärken. Ihre Leistungen und Fortschritte steuert und überprüft die Post anhand festgelegter Hauptziele und den daraus abgeleiteten Maßnahmen. Alle Kennzahlen aus dem Bereich Umwelt finden Sie ab Seite 105.

Umweltziele im Überblick

T 12 Hauptziel → Klima schützen und Ressourcen schonen

| Ziele 2019 | Erreicht 2019 | Geplant 2020 und darüber hinaus |
|---|---|--|
| <p>SDG 13 Weiterführung der Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT und Evaluierung der Ausweitung auf die Konzernunternehmen</p> | <p>Auch 2019 wurden die CO₂-Emissionen der Österreichischen Post AG und deren Kompensation von TÜV Austria geprüft. Eine Ausweitung erfolgt aufgrund strategischer Entscheidungen bis auf weiteres nicht</p> | <p>Weiterführung der Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT</p> <p>Evaluierung eines posteigenen Waldschutz- oder Wiederaufforstungsprojekts</p> |
| <p>SDG 13 Science-Based-Target-CO₂-Reduktionsziel: Reduktion der CO₂-Emissionen um 14 % bis 2025 (Basisjahr 2013) und Evaluierung von CO₂-Reduktionszielen für Konzernunternehmen</p> | <p>Anstieg der CO₂-Emissionen der Österreichischen Post AG aufgrund der wachsenden Paketmengen (insb. auch durch die Übernahme der Mengen von DHL) um 9,3 % (Basisjahr 2013). Eine Ausweitung auf Konzernunternehmen erfolgt aufgrund strategischer Entscheidungen bis auf weiteres nicht</p> | <p>Berechnung eines neuen Science Based Targets für maximale Erderwärmung von 1,5 °C</p> |
| <p>SDG 9, 13 Einsatz von 100 % Elektrofahrzeugen in der Zustellung (letzte Meile) bis 2030</p> | <p>1.750 E-Fahrzeuge waren Ende 2019 bei der Österreichischen Post AG im Einsatz, das entspricht einem Anteil von 19,5 % aller Zustellfahrzeuge</p> | <p>Einsatz von 100 % Elektrofahrzeugen in der Zustellung (letzte Meile) bis 2030</p> |
| | <p>In Eisenstadt erfolgt eine 100 %ig grüne Briefzustellung. 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 Brief- und Werbesendungen grün zugestellt. In weiterer Folge erfolgt die Ausweitung der grünen Zustellung auf den ländlichen Raum</p> | <p>Bis 2022 erfolgt die Umstellung der gesamten Brief- und Paketzustellung in Graz von dieselbetriebenen Fahrzeugen auf 100 % E-Fahrzeuge</p> |
| <p>SDG 7 Weitere Energieeffizienzmaßnahmen in der Österreichischen Post AG, den Konzernunternehmen und die Durchführung eines konzernweiten Energieaudits</p> | <p>Umsetzung von 25 Energieeffizienzmaßnahmen in den Kategorien Beleuchtung, Raumwärme, Strommessung und Warmwasserbereitung bei der Österreichischen Post AG und den nationalen Konzernunternehmen</p> <p>Durchführung eines konzernweiten Energieaudits mit Fokus auf Gebäude, Fuhrpark und Transportlogistik</p> | <p>Weitere Umsetzung von Energieeffizienzmaßnahmen in der Österreichischen Post AG und den Konzernunternehmen auf Basis des Energieaudits</p> |
| <p>SDG 9 Weiterführung der Optimierungs- und Qualitätssicherungsprojekte im Bereich Wertstoffmanagement bei der Österreichischen Post AG</p> | <p>Das Wertstoffmanagement wurde im Logistikzentrum Wernberg der Österreichischen Post AG neu organisiert. beim Bau des Logistikzentrums Hagenbrunn wurde die effiziente Wertstoffentsorgung bereits mitgeplant</p> | <p>Durchführung von Optimierungs- und Qualitätssicherungsprojekten in weiteren Logistikzentren und Zustellbasen der Österreichischen Post AG</p> |
| <p>SDG 7 Errichtung einer Photovoltaikanlage am Dach des neuen Paketzentrums Hagenbrunn und Sondierung weiterer Umsetzungsstandorte</p> | <p>Die Photovoltaikanlage am Dach des neuen Paketzentrums Hagenbrunn mit 499 kWp wurde errichtet und Ende 2019 in Betrieb genommen</p> | <p>Errichtung einer neuen Photovoltaikanlage mit 499 kWp am Dach des neuen Paketzentrums in Kalsdorf und Planung von vier weiteren Photovoltaikanlagen mit einer Leistung von 1.521 kWp</p> <p>Erstellung einer Ökobilanz nach ISO 14040 für das Flugblatt „Kuvert“ der Österreichischen Post zur Identifizierung umweltintensiver Prozessschritte. In weiterer Folge soll die Wertschöpfungskette umweltfreundlicher gestaltet werden</p> |

T 13 Hauptziel → Umweltsensibilisierung stärken

| Ziele 2019 | Erreicht 2019 | Geplant 2020 und darüber hinaus |
|---|---|--|
| <p>SDG 7, 9, 13 Vorbereitung der ISO-14001-Zertifizierung von zwei weiteren Standorten (Logistikzentrum Hagenbrunn und Unternehmenszentrale Post am Rochus)</p> | Das Paketzentrum Hagenbrunn wurde erfolgreich nach ISO 14001 zertifiziert. Ein Konzept zur Zertifizierung der Unternehmenszentrale Post am Rochus wurde erarbeitet | ISO-14001-Zertifizierung der Unternehmenszentrale Post am Rochus |
| <p>SDG 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 16 Ausrollen des internen Gütesiegels „CSR INSIDE“ zur Zertifizierung von Projekten und MitarbeiterInnen zum Thema Nachhaltigkeit</p> | <p>Das Konzept zu CSR INSIDE fließt im Jahr 2020 in einen integrativen und konzernweiten Prozess zur Überarbeitung der Nachhaltigkeitsstrategie ein</p> <p>Durchführung einer Mitarbeiterumfrage zum Thema Nachhaltigkeit</p> | Integrativer und konzernweiter Prozess zur Überarbeitung der Nachhaltigkeitsstrategie |
| <p>SDG 3, 13 Interne Promotion und österreichweite Teilnahme an der Initiative „Österreich radelt“ zur Umweltsensibilisierung und Gesundheitsförderung</p> | Mit über 240 TeilnehmerInnen an der Initiative „Österreich radelt“ hat die Post den zweiten Platz in der Kategorie „TeilnehmerInnen absolut“ erreicht | Weiterführung der Teilnahme bei der Initiative „Österreich radelt“ zur Umweltsensibilisierung und Gesundheitsförderung |
| <p>SDG 9, 11 Projekt zur Verwertung ausgemusterter Dienstkleidung</p> | Ein Projektkonzept zur Verwertung ausgemusterter Dienstkleidung wurde erarbeitet | Das Projekt zur Verwertung ausgemusterter Dienstkleidung findet im Februar bzw. März 2020 statt |
| <p>SDG 10, 11, 13 Anwendung des Leitfadens für nachhaltige Veranstaltungen bei Events der Post</p> | Im Jahr 2019 wurden je ein Kunden- und ein Mitarbeiterereignis als Green Event ausgeführt sowie zertifiziert. Für kleinere Veranstaltungen wurde der Leitfaden angewendet | Alle großen Veranstaltungen (Jahresauftakt, Weihnachtsfeier, Prospektaward, Hauptversammlung) werden als Green Events ausgeführt sowie zertifiziert und für kleinere Veranstaltungen wird der Leitfaden angewendet |
| <p>SDG 9 Pilotprojekt zur Ansiedelung von Bienenvölkern im Logistikzentrum Wien Inzersdorf</p> | Im Zuge des Pilotprojekts wurden acht Bienenvölker auf den Grünflächen des Briefzentrum Wien angesiedelt und es wurde der erste Post-Bio-Honig geerntet | Evaluierung einer Ausweitung des Projekts auf weitere Standorte |

Klimaschutz und Energie

GRI 103-2

Im Mittelpunkt des Engagements im Bereich Klimaschutz und Energie steht die Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT. Im Rahmen der im Jahr 2011 gestarteten Initiative stellt die Österreichische Post alle Sendungen in Österreich CO₂-neutral zu. Die Initiative steht im Fokus der Umweltleistungen und hat vor allem zum Ziel, die Treibhausgasemissionen kontinuierlich und weitreichend zu reduzieren (siehe Abbildung Seite 57).

Dazu werden im ersten Schritt Maßnahmen für eine höhere Effizienz in den Kernprozessen umgesetzt. Dazu gehören zum Beispiel die energetische Optimierung der Gebäude und der Beleuchtung sowie die kontinuierliche Erneuerung der Fahrzeugflotte. Aber auch die technische Infrastruktur wie Förderanlagen in den Logistikzentren wird hier intensiv energetisch analysiert und verbessert.

Der zweite Schritt umfasst die Nutzung von alternativen Energieformen. Bereits seit 2012 setzt die Österreichische Post AG ausschließlich auf Strom aus erneuerbaren Energiequellen. Seit Anfang 2017 bezieht die Post

nur noch erneuerbaren Strom aus Österreich, seit 2018 gilt dies auch für alle österreichischen Konzernunternehmen. Zudem betreibt das Unternehmen vier Photovoltaikanlagen mit einer Leistung von rund 2.000 Kilowattpeak (kWp), eine weitere mit einer Leistung von 499 kWp befinden sich in Bau und vier weitere Anlagen mit einer Leistung rund 1.500 kWp sind in Planung.

Alle CO₂-Emissionen, die derzeit nicht vermeidbar sind, werden in einem dritten Schritt durch die Unterstützung von nationalen und internationalen Klimaschutzprojekten kompensiert. Mit diesen drei Schritten erfolgt die Zustellung aller Sendungen durch die Österreichische Post AG in Österreich CO₂-neutral – und das schon seit dem Startjahr 2011. Dies wird jährlich vom TÜV Austria bestätigt. Damit ist die Post in diesem Bereich national und international ein Vorreiter.

Die Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT trägt wesentlich zur Umweltsensibilisierung der MitarbeiterInnen, KundInnen und anderer Stakeholdergruppen bei. In der Mitarbeiterumfrage, die im Zwei-Jahres-Rhythmus durchgeführt wird, bewerten die MitarbeiterInnen die CO₂-Initiative als positiv. Zudem trägt diese zur Identifikation mit dem Unternehmen bei.



Die Initiative CO₂ 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 CO₂-Emissionen**

Ergebnis

Alle Sendungen werden innerhalb von Österreich durch die Österreichische Post AG CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT! Das wird jährlich vom TÜV Austria bestätigt. Und über 150 KundInnen nutzen das Logo in ihrer Kommunikation.

Nicht nur bei den MitarbeiterInnen, sondern auch in der Gesellschaft kommt die CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT-Initiative gut an. Das zeigt der hohe Bekanntheitsgrad in den halbjährlich zu diesem Thema durchgeführten Kundenzufriedenheitsumfragen. Denn durch die CO₂-neutrale Zustellung ihrer Sendungen wird auch die Klimabilanz der KundInnen nicht belastet. Interessierte GeschäftskundInnen können ein Zertifikat anfordern, das die CO₂-neutrale Zustellung aller ihrer Sendungen des Vorjahres bestätigt. Rund 500 solcher Zertifikate hat die Österreichische Post AG 2019 ausgegeben. Zudem können sie das CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT-Logo für ihre Kommunikation nutzen.

Emissionen

Im Vergleich zum Startjahr der Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT konnte die Post die Emissionen um 2 % senken. Bis zum Jahr 2017 gab es auch jährliche Erfolge: Die Emissionen sanken im Vergleich zum Vorjahr immer. Die konsequenten und kontinuierlichen Maßnahmen der Post zur Energieeinsparung und die verstärkte Nutzung alternativer Energien hatten eine deutliche Reduktion der Emissionen zu Folge.

In den beiden vergangenen Jahren konnte die Post trotz zahlreicher Energieeffizienzmaßnahmen die verursachten Emissionen nicht weiter senken. Im Jahr 2018 gab es erstmals wieder eine leichte Erhöhung der Emissionen. Dies ist maßgeblich auf das stark steigende Paketwachstum zurückzuführen. Im Vergleich zum Basisjahr sind die Emissionen auch 2019 um 9,3 % gestiegen. Das starke Wachstum im Paketbereich (+ 82,5 % im Zeitraum 2013 bis 2019) und die größere Paketmenge durch die Übernahme der DHL steigerte die Kilometerleistung der Post. Das führte zu einem höheren Energieverbrauch im Fuhrpark und damit einhergehend zu mehr CO₂-Emissionen.

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

☞ siehe Facts and Figures S. 108f

Science Based Targets

Ihr klares Bekenntnis zum Klimaschutz verstärkt die Österreichische Post AG durch die Teilnahme an der „Science Based Targets“-Initiative, einer internationalen Organisation, die unter anderem vom WWF unterstützt wird. Sie verfolgt das Ziel, Unternehmen aktiv in den Klimaschutz einzubinden. Die Post ist der Initiative schon im Jahr 2016 beigetreten und nimmt damit im Hinblick auf die wissenschaftlich fundierte Herangehensweise für die Erarbeitung eines CO₂-Reduktionsziels eine Vorreiterrolle ein. Sie hat – als zweites österreichisches Unternehmen überhaupt – ein sogenanntes Science Based Target eingereicht. Dieses steht im Einklang mit den Ergebnissen des Pariser Klimaabkommens 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 CO₂-Emissionen von 14 % stattfinden (Basisjahr 2013). Seit der Berechnung des ersten Science Based Target im Jahr 2016 haben sich die für die Berechnung verwendeten Annahmen des Paketwachstums und die Rahmenbedingungen erheblich verändert. Deshalb wird im Jahr 2020 ein neues Science Based Target berechnet. Dieses Ziel soll zudem zu einer maximalen Erderwärmung von max. 1,5 °C beitragen.

Die Verpflichtung zu diesen ganzheitlichen und wissenschaftlichen Zielen fordert eine Reduktion der CO₂-Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Sie umfassen nicht nur Emissionen, die im Einflussbereich der Österreichischen Post AG liegen (Scope 1 und Scope 2), sondern auch CO₂-Emissionen von LieferantInnen (Scope-3-Ziele). Entsprechend wird für die Österreichische Post AG die Zusammenarbeit mit LieferantInnen noch wichtiger, die ebenfalls auf die Umweltfreundlichkeit ihrer Geschäftsprozesse achten.

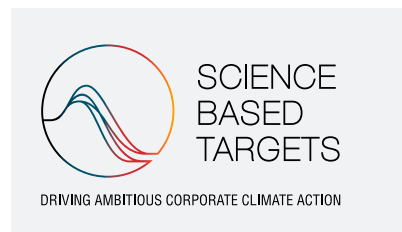
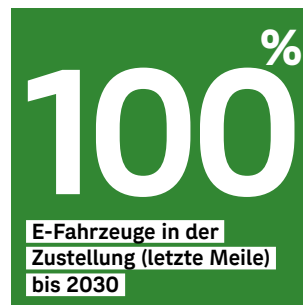
Klimaschutz auf nationaler und internationaler Ebene

Die Post engagiert sich nicht nur mit internen Maßnahmen für den Klimaschutz, sondern unterstützt auch außerhalb des Unternehmens proaktiv Klima- und Umweltschutzprojekte. Derzeit unterstützt die Österreichische Post im Rahmen der CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT-Initiative diverse Klimaschutzprojekte in Österreich und im Ausland, um nicht vermeidbare Emissionen zu kompensieren. Dazu werden im Inland Projekte wie der Ersatz veralteter Heizsysteme auf Basis fossiler Energieträger durch moderne Pelletheizungen oder der Ankauf von E-Fahrzeugen für gemeinnützige Einrichtungen unterstützt. Durch das Engagement vermeidet die Post CO₂-Emissionen und fördert die regionale Wirtschaft über eine hohe Umweltrentabilität.

Auch auf internationaler Ebene unterstützt die Österreichische Post AG zahlreiche zertifizierte Klimaschutzprojekte wie die Erzeugung erneuerbarer Energie durch Solaranlagen in Indien. Weitere Projekte unterstützen die Entwicklung günstiger und effizienter Öfen für die Bevölkerung in Kenia und in Honduras. Durch sie sollen der Brennstoffverbrauch reduziert und Gesundheitsrisiken minimiert werden. Im Virunga Nationalpark in Ruanda trägt die Post zum Schutz der dortigen Berggorillas bei.

Klimaschutz und die regionale Entwicklung haben für die Post als eines der Leitunternehmen in Österreich einen hohen Stellenwert. Deswegen will das Unternehmen die nicht vermeidbaren Emissionen in Zukunft mit eigenen Projekten kompensieren. Derzeit untersucht die Post entsprechende Möglichkeiten, um ein posteigenes Waldschutz- bzw. Aufforstungsprojekt umzusetzen.

Klimaschutzziele der Österreichischen Post AG




sciencebasedtargets.org

Ökologischer Transport

Für die Post als Logistikunternehmen stellt der Transport den größten Hebel zur Vermeidung beziehungsweise Reduktion von CO₂-Emissionen dar. Die Brief- und Paketzusteller stellen jährlich 4,6 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 25% der Zustellrayone können die ZustellerInnen umweltfreundlich zu Fuß oder mit dem Fahrrad beliefern. Die anderen Rayone sind nur motorisiert zu erreichen. Für diesen Bereich gilt es, nachhaltige Lösungen zu finden, die genauso oder ähnlich geringe Umweltauswirkungen haben. Zwei wesentliche Ansatzpunkte sind hier die Optimierung der Routenplanung und die Modernisierung der Fahrzeugflotte mit dem Ziel, die Effizienz in beiden Bereichen zu steigern.

■  siehe Facts and Figures S. 107

Flottenoptimierung auf der letzten Meile und im Güterverkehr

Täglich sind 8.897 ein- und zweispurige Transportfahrzeuge für die Post im Einsatz. Für die Effizienz der Fahrzeugflotte spielt der Zustand der Fahrzeuge eine wesentliche Rolle. Deshalb setzt die Post auf moderne Fahrzeuge mit schadstoffarmen Emissionsklassen und regelmäßige Wartungen, um die Effizienz im Fuhrpark zu optimieren. Bei Neuanschaffungen für den Fuhrpark steht die Umweltverträglichkeit im Vordergrund: Wenn keine E-Fahrzeuge beschafft werden, kauft die Österreichische Post AG bei Fahrzeugen die jeweils schadstoffärmste verfügbare Emissionsklasse: Euro 6 bei zweispurigen Fahrzeugen und Euro 4 bei einspurigen Fahrzeugen. Das senkt die Emissionen und steigert die Umweltfreundlichkeit.

Auch im Bereich des Güterverkehrs hat die Post in den vergangenen 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. Die gesamte Flotte der Transportlogistik verfügt über die Abgasttechnologie EEV oder einen höheren Standard – mehr als die Hälfte der Flotte verfügt über die derzeit modernste Abgasttechnologie EURO 6. So wurden im Jahr 2019 weitere 15 umweltverträgliche EURO-6-LKW angeschafft. Die EURO-6-Motoren arbeiten in Bezug auf die CO₂-Emissionen äußerst effizient. Das Zusammenspiel von hoch wirksamen Katalysatoren, dem Zusatzstoff Ad-Blue und geschlossenen Partikelfiltern reduziert die Emission von Rußpartikeln und Feinstaub aus dem Motor, sodass es bei diesen Lkw kaum mehr Feinstaubemissionen gibt.

Um den Treibstoffverbrauch und die Emissionen zu reduzieren, wurde die räumliche Auslastung der Lkw erhöht. Dazu wurden die Touren optimiert, um unnötige Fahrstrecken zu minimieren, und die eingesetzten Fahrzeugtypen an die Strecken mit geringerer Auslastung angepasst.

Darüber hinaus setzt die Österreichische Post AG auch auf Lenkerschulungen: Im Jahr 2019 wurden alle Fahrer im Zuge der C95-Schulung hinsichtlich spritsparender Fahrweise geschult. Eine davon abgeleitete Maßnahme ist die regelmäßige verpflichtende Kontrolle des

Reifendrucks. Dadurch konnte ein effizienterer Treibstoffeneinsatz verzeichnet werden. Zudem werden durch diese Maßnahme die Lärmemissionen gesenkt.


Mit alternativen Antrieben zum Ziel

Alternative Antriebe spielen in der Zustellung eine zunehmend wichtige Rolle. Die Post hat im Jahr 2019 die Anzahl ihrer E-Fahrzeuge im Fuhrpark nochmals gesteigert. Sie wird dabei durch das Förderprogramm „klima:aktiv mobil“ des Bundesministeriums für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation & Technologie (BMK) und den Klima- und Energiefonds der Bundesregierung unterstützt. Die Österreichische Post AG verfügt heute über 1.750 E-Fahrzeuge, davon 1.077 einspurige und Sonderfahrzeuge (Quads und Trikes) sowie 673 E-Autos. Damit ist die Post der größte E-Flotten-Betreiber in Österreich. Im Post-Konzern waren im Jahr 2019 1.762 Elektrofahrzeuge im Einsatz.

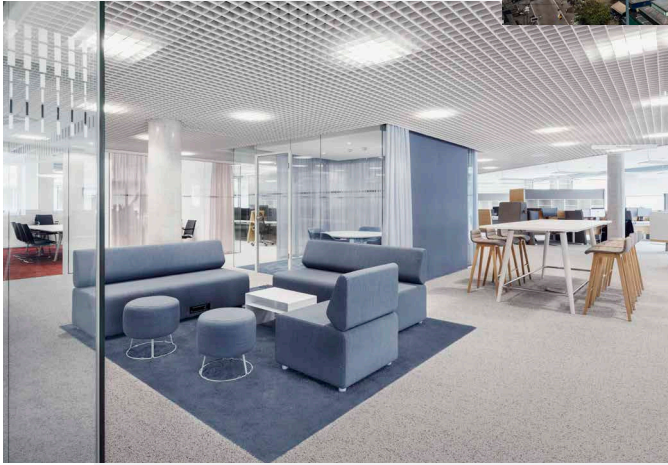
Der weitere Ausbau der E-Flotte wird seit 2018 in mehreren übergreifenden Mobilitätsprojekten im ländlichen Raum Österreichs umgesetzt. Unterstützung kommt vom Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums der EU (ELER) sowie des Bundesministeriums für Nachhaltigkeit und Tourismus.

Die Österreichische Post geht für einen ökologischeren Verkehr noch einen Schritt weiter: Bis 2030 soll die gesamte Zustellung von Brief- und Paketsendungen an die KundInnen mit Elektrofahrzeugen bewältigt werden. Derzeit beträgt der Anteil an Elektrofahrzeugen in der Zustellung bei der Österreichischen Post AG 19,5%.

Die E-Fahrzeuge sind derzeit hauptsächlich in Ballungsräumen im Einsatz, insbesondere in Wien und den Landes- und Bezirkshauptstädten. Beim Projekt „Grüne Landeshauptstädte“ hat sich die Post in den vergangenen Jahren zum Ziel gesetzt, alle Brief- und Werbesendungen an PrivatkundInnen in den Landeshauptstädten „grün“ beziehungsweise CO₂-frei zuzustellen und gänzlich auf fossile Energie zu verzichten. Es sollen keine herkömmlichen Mopeds oder Autos mehr eingesetzt werden, sondern ausschließlich Muskelkraft und elektrische Energie.

■  Mehr zum Thema City Logistik erfahren Sie auf Seite S. 46, 54.

Die Post leistet mit ihren Maßnahmen für einen ökologischeren Verkehr einen wichtigen Beitrag zum Klimaschutz – und das wird gewürdigt. Die E-Mobility Projekte der Post haben schon diverse Preise erhalten, zum Beispiel wurde 2018 das Konzept der Elektromobilität mit dem international renommierten Umweltpreis „Energy Globe World Award“ ausgezeichnet. Im Jahr 2019 wurde der ARBÖ Umweltpreis für die Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT an die Post verliehen.



Durch die zentrale Lage ist auch die Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr gegeben.

Auch bei der neuen Unternehmenszentrale „Post am Rochus“ am Rochusplatz im dritten Wiener Gemeindebezirk wurde auf eine ökologische und energieeffiziente Bauweise geachtet und das Gebäude in Niedrigenergiebauweise errichtet.

Post am Rochus

Neben einer innovativen Gebäudetechnik mit thermischer Grundwassernutzung, beinhaltet das Gebäude eine Betonkernaktivierung zur Raumkühlung. Weiters ist es mit energiesparender LED-Technik und sensorgesteuertem automatischen Sonnenschutz ausgestattet.

Durch die Bauweise und die zusätzliche Unterstützung der Gebäudetechnik kann der Nutzenergiebedarf für Wärme- und Kälteerzeugung gering gehalten werden. Als Zeichen für ein energieeffizientes Gebäude wurde „Post am Rochus“ von der Österreichischen

Gesellschaft für Nachhaltige Immobilienwirtschaft (ÖGNI) mit GOLD zertifiziert.

Das Gebäude wurde auch hinsichtlich Mobilitätsaspekten nachhaltig und umweltfreundlich geplant. Die Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel ist nahezu perfekt: In unmittelbarer Nähe befindet sich eine U-Bahn-Anbindung und der nächste Bahnhof ist in Gehdistanz. Auch die E-Mobilität wird in der „Post am Rochus“ vorbildlich gefördert: Im Gebäude befindet sich eine der ersten österreichweiten Schnellladestationen mit 150 kW.

Ökologische Gebäudeinfrastruktur

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

Mit mehr als einer Million Quadratmeter Gebäudenutzfläche benötigt die Post für ihre Standorte eine große Menge an Energie. Daher hat die Post verschiedene Maßnahmen etabliert, um bei ihren Aktivitäten einen möglichst kleinen Fußabdruck zu hinterlassen und von Jahr zu Jahr ökologischer zu werden – ohne bei der Qualität ihrer Dienstleistung oder dem Versorgungsauftrag Kompromisse zu machen.

■ siehe Facts and Figures S. 106

Gebäudemanagement

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. Bei Neubauten achtet die Post auf eine nachhaltige und effiziente Bauweise. Um dies nachhaltig zu gewährleisten, wurde im Jahr 2019 begonnen, eine Richtlinie mit Kriterien für nachhaltige Gebäude zu erarbeiten. Im Jahr 2020 soll diese Anwendung finden.

Im Jahr 2019 wurde erneut ein Energieaudit für den gesamten Konzern durchgeführt. Die identifizierten

Einsparpotenziale werden in den nächsten Jahren umgesetzt. Diese beinhalten beispielsweise die Umstellung auf Fernwärme oder den Einbau effizienter Heiz- und Warmwasserbereitungssysteme.

Klimafreundlich und zukunftsfähig: erneuerbare Energien

Die Österreichische Post AG bezieht ausschließlich erneuerbaren Strom aus Österreich. Das gilt sowohl für die Objekte, die im Unternehmensbesitz stehen, als auch für angemietete Objekte, in denen die Stromlieferungen beeinflusst werden können. Die Energieverbräuche enthalten einen geringen Anteil an Strom aus unbekanntem Quellen. Dieser entsteht bei Postpartnerstandorten und in angemieteten Objekten, an denen die Stromversorgung unbekannt ist.

Die Österreichische Post AG bezieht nicht nur Strom aus erneuerbaren Energien, sie produziert ihn auch. Auf dem Dach des Briefzentrums in Wien-Inzersdorf betreibt die Post seit Herbst 2013 eine der größten Aufdach-Photovoltaikanlagen Österreichs mit einer Leistung von 882 Kilowatt-Peak (kWp). Eine weitere Photovoltaikanlage mit einer Leistung von 496 kWp produziert seit 2014 Sonnenstrom auf dem Dach des Logistikzentrums Allhaming in Oberösterreich. Anfang 2018 ging eine weitere Anlage mit 24 kWp auf einem Bürogebäude in Wien in Betrieb. Das neue Logistikzentrum in Hagenbrunn ist mit einer Photovoltaikanlage von 499 kWp ausgestattet, die auch der neue Standort in Kalsdorf erhalten wird. Weitere Module mit einer Leistung von rund 1.500 kWp sind in Planung und werden in den nächsten Jahren gebaut. Und das zahlt sich aus: Mit der derzeit jährlich gewonnenen Energie von rund 1,3 MWh kann nahezu die gesamte E-Flotte der Österreichischen Post AG mit Strom aus eigener, sauberer Solarenergie versorgt werden.

Darüber hinaus bieten die Dächer der Post-Gebäude verschiedenen Tierarten ein natürliches Zuhause: Auf dem bepflanzten Dach des Briefzentrums Wien brütet beispielsweise die seltene Haubenlerche und es haben sich Wildbienenschwärme angesiedelt. Außerdem wurden im Frühjahr 2019 acht Honigbienenvölker auf den Grünflächen des Logistikzentrums Wien Inzersdorf angesiedelt. Durch ein Pilotprojekt entstand eine Kooperation zwischen dem Verein Stadtimker und der Österreichischen Post: Die Stadtimker stellen die fachliche Expertise mit der Betreuung der Bienenvölker durch ausgebildete Imker und die Post den Standort zur Ansiedelung der Bienenvölker zur Verfügung. Im Herbst 2019 wurde der erste biologische Post-Honig geerntet.

Ressourceneffizienz

GRI 103-2

Mit der zunehmenden Transportleistung steigt auch die Herausforderung, die dafür benötigten Ressourcen optimal einzusetzen, um Energie zu sparen und die Umweltbelastung zu senken. Aber auch der notwendige Materialeinsatz zur Erbringung der Postdienstleistungen ist hierbei ein wichtiges Thema. Um eine Steigerung der Ressourceneffizienz zu erreichen, setzt die Post neben umfassenden Analysen und Maßnahmen in diesem Bereich stark auf den bewussten Einsatz von Materialien und die Umweltsensibilisierung der externen und internen Stakeholder für einen bewussten Umgang mit diesen Ressourcen.

Bewusster Materialeinsatz

GRI 306-2, SDG 12

Die Post beschäftigt sich intensiv damit, welche Materialien und Ressourcen im Unternehmen zum Einsatz kommen. Hierzu zählen vor allem Energie (thermisch und elektrisch), aber auch Inputmaterialien für den Büroalltag (wie etwa Papier), notwendige Ressourcen für die Logistikleistung (Diesel, Strom für E-Fahrzeuge) und durch den Betrieb entstehende Abfälle bzw. Wertstoffe.

Zur Steuerung des bewussten Einsatzes und Umgangs mit diesen Materialien hat die Post Umweltsystemmanagement nach ISO 14001 in inzwischen sechs Logistik-Standorten etabliert. Hierbei wird hinsichtlich Ressourceneffizienz insbesondere auf das Wertstoffmanagement und den Energieeinsatz geachtet. Da das Verhalten der MitarbeiterInnen hier einen wesentlichen Einfluss hat, werden die MitarbeiterInnen an diesen Standorten zum bewussten Umgang mit Ressourcen und zur Trennung der Wertstoffe geschult.

Konzernweit spielt im effizienten Umgang mit Ressourcen das verantwortungsbewusste Abfall- und Wertstoffmanagement eine wichtige Rolle. Wie bei Logistikunternehmen üblich, fällt Abfall hauptsächlich in Form von Altpapier, Kunststoff, Altholz (Paletten) und Restmüll an. Diese Abfälle werden umweltgerecht entsorgt.

Dass die Post darauf achtet, den eigenen Abfallanfall größtmöglich zu reduzieren, sieht man am Beispiel der Dienstkleidung. Im Zuge der Überarbeitung des neuen Corporate Designs wurden die MitarbeiterInnen im Filialnetz sowie die ZustellerInnen mit neuer Dienstkleidung ausgestattet. Die alten Uniformen werden daher nicht mehr benötigt. Anstatt die Kleidung zu entsorgen, hat die Post das Uniformrecycling-Projekt „RE:Post“ gestartet: Aus den ausgemusterten Kleidungsstücken soll Neues entstehen. Im Februar und März 2020 findet ein



**Die Österreichische Post AG
bezieht ausschließlich
erneuerbaren Strom aus
Österreich.**

Ideen-Generator statt, an dem Studierende in Begleitung von Professoren Ideen zur Verwendung der Kleidungsstücke erarbeiten. Anschließend erfolgt eine Präsentation vor einer Jury. Ziel ist es, die besten Ideen in die Tat umzusetzen – idealerweise mit sozialen Einrichtungen.

Außerhalb des eigenen Wirkungsbereichs, also entlang der Wertschöpfungskette, sind die Einflussmöglichkeiten der Post allerdings hinsichtlich des anfallenden Abfalls stark begrenzt, da dieser maßgeblich von den KundInnen beziehungsweise deren beauftragten Subunternehmen bestimmt wird. Wo möglich, versucht die Post Abfälle so gering wie möglich zu halten und ergreift im Sinne einer nachhaltigen Unternehmensführung entsprechende Maßnahmen:

Im Jahr 2020 soll beispielsweise für das KUVERT eine Ökobilanz beziehungsweise ein Life Cycle Assessment gemäß ISO 14040 erstellt werden, um umweltbelastende Prozessschritte zu erkennen und diese anschließend gezielt steuern zu können. Da es sich bei diesem Projekt um eine Betrachtung der gesamten Produktionskette handelt, sind im weiteren Schritt auch Maßnahmen entlang diesem Wertschöpfungsbereich angedacht.

Zudem befasst sich die Österreichische Post in Kooperation mit interessierten KundInnen und LogistikpartnerInnen auch mit der ökologischen Verpackung in der Paketzustellung. Neben der Ist-Analyse zur derzeitigen

Situation und zu bereits existierenden Innovationstrends werden im Jahr 2020 neue Lösungsansätze generiert. Unter anderem sollen Aspekte wie Materialart, Verpackungsgröße und -menge wie auch die Wiederverwendbarkeit bzw. Mehrwegverpackungen bei den nachhaltigen Verpackungslösungen im Vordergrund stehen.

Umweltsensibilisierung für mehr Ressourceneffizienz

Die MitarbeiterInnen tragen mit ihrer Motivation und ihrem Engagement maßgeblich zur Umsetzung der Umweltschutz- und Effizienzmaßnahmen bei. Deswegen sensibilisiert die Post ihre MitarbeiterInnen laufend zum Thema Umwelt und unterhält dementsprechende interne Aktivitäten: Medien wie die hausinternen Infoscreens, das Intranet und das Mitarbeitermagazin informieren regelmäßig über die Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT und weitere CSR-Maßnahmen. Denn der nachhaltigere Einsatz von Ressourcen erfordert sensibilisierte MitarbeiterInnen, die bewusst mit eingesetzten Materialien umgehen. Im Jahr 2019 wurde auch eine Umfrage für alle MitarbeiterInnen mit E-Mail-Zugang zum Thema Nachhaltigkeit durchgeführt. Dabei wurde ersichtlich, dass das Thema für die MitarbeiterInnen sehr bedeutend ist.

Umweltschutz und Nachhaltigkeit gewinnen an den Standorten mit einem nach ISO 14001 zertifiziertem

Umweltmanagementsystem weiter an Bedeutung, da diese über einen geregelten Managementprozess in der Organisation verankert sind. Die Hauptaugenmerke liegen auf der Sensibilisierung der MitarbeiterInnen für den Umweltschutz, der Verringerung des Energieverbrauchs und der Reduktion des Restmüllaufkommens. Das Umweltmanagementsystem nach ISO 14001 wird seit dem Jahr 2016 in der Post angewendet. Mittlerweile sind das Logistikzentrum Wien Inzersdorf, das Logistikzentrum Wernberg, das Logistikzentrum Hagenbrunn und die gesamte Konzernunternehmen Medien.Zustell GmbH nach ISO 14001 zertifiziert. Eine Verbesserung der Umweltmanagementsysteme erfolgt durch die jährliche Validierung eines zertifizierten Auditors des TÜV Austria. Für das Jahr 2020 ist die Zertifizierung der Unternehmenszentrale „Post am Rochus“ geplant.

Zudem wird alle vier Jahre ein Energieaudit durchgeführt. Die Kombination des Ausbaus der Umweltmanagementsysteme an den Großstandorten mit einem wiederholten Energieaudit auf Konzernebene führt zu einer gesteigerten Ressourceneffizienz im Gebäudemanagement hinsichtlich Energieverbrauch und Wertstoffmanagement.

Seit Herbst 2019 werden alle großen Veranstaltungen, wie der Jahresauftakt, die Weihnachtsfeier, der Prospekt Award und die Hauptversammlung, bei der Post nach den Kriterien für Green Events ausgeführt und auch dementsprechend mit dem Umweltzeichen zertifiziert. Zudem sollen in den Unternehmenszentralen „Post am Rochus“ und „Donaustadt“ alle kleineren Events als nachhaltige Veranstaltungen durchgeführt werden, angelehnt an die Kriterien für Green Events. Hierzu wurde ein unternehmensinterner Veranstaltungsleitfaden entwickelt.

Allgemein soll im Jahr 2020 in Form eines integrativen Change-Prozesses, angelehnt an die Struktur des Gender-Balance-Projekts der vergangenen zwei Jahre, die Nachhaltigkeitsstrategie der Post überarbeitet und somit den MitarbeiterInnen die Wichtigkeit des Themas weiter vermittelt werden.

Verantwortungsvoller Einkauf

103-2, 204-1

Im Rahmen ihres hohen Anspruchs an nachhaltiges Handeln achtet die Österreichische Post zum einen darauf, die Umweltauswirkungen ihrer eigenen Aktivitäten so gering wie möglich zu halten. Zum anderen ist bei der Auswahl ihrer PartnerInnen ein gemeinsames Verständnis bezüglich Umweltschutz und Verantwortung wichtig. 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: Rund 97% der insgesamt rund 5.000 Lieferanten sind in Österreich angesiedelt. Damit entfallen über 92% des Einkaufsvolumens auf österreichische Unternehmen.

Die Post ist sich ihrer Rolle in der Lieferkette und der damit einhergehenden Folgen der Einkaufsentscheidungen bewusst. Deswegen fordert sie von allen LieferantInnen eine konsequente Einhaltung von Umwelt- und Sozialstandards. Diese Anforderungen sind im Verhaltenskodex für LieferantInnen festgehalten.

Ein Instrument zur Überprüfung der Einhaltung des Lieferantenkodex ist der Vendor Integrity Check (VIC). Ab einem jährlichen Nettobeschaffungsvolumen von mindestens 1 Mio EUR beziehungsweise bei High Risk Categories bereits ab 50.000 EUR werden LieferantInnen dem Vendor Integrity Check unterzogen. Dieser berücksichtigt neben Compliance-relevanten Aspekten auch Nachhaltigkeitsaspekte wie Menschenrechte und Arbeitsrecht, Gesundheit und Sicherheit, Umweltschutz sowie Ethik und Unternehmensverantwortung.

Weiters legen die konzernweite und die lokale Beschaffungsrichtlinie fest, dass sich alle Geschäftsbeziehungen an ethischen Grundsätzen zu orientieren haben und den Geboten der Fairness entsprechen müssen. 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) ergänzt.

Die Richtlinien berücksichtigen auch den Bereich Nachhaltigkeit: Ein weiterer Grundsatz fordert eine umwelt- und sozialverantwortliche Ausgestaltung der Beschaffung und Lieferantenbeziehungen in Einklang mit der Nachhaltigkeitsstrategie. Die Regelungen in der Beschaffungsrichtlinie bezüglich Procurement Excellence (Qualitätsstandards, Reporting, Lieferantenbeurteilung) und Compliance gelten für den gesamten Konzereinkauf. Hinzu kommen Beschaffungen, die teilweise vom operativen Bereich dezentral abgewickelt werden. Die Compliance-Regelungen gelten zudem für Fälle der Ausnahmeliste, die gemäß der Beschaffungsrichtlinie der Post gesonderten Regelungen unterliegen.

Weitergehende Informationen zum Thema verantwortungsvoller Einkauf finden Sie im Nichtfinanziellen Bericht.

 siehe Geschäftsbericht 2019 S. 47, 58

 post.at/verhaltenskodex



Ganz persönlich.
Die Post ____
**MITARBEITERINNEN
UND MITARBEITER**

MIT WERT SCHÄTZUNG

**Gemeinsam arbeiten alle Mitarbeiterinnen
und Mitarbeiter an dem Erlebnis Post.**

3 Fragen

an Personalchef
Franz Nigl _____

Was steckt hinter der Kampagne „Sag's mit Stolz!“, die uns im TV, Printmedien sowie als Online-Werbung und in Social-Media-Beiträgen vielfach begegnet ist?

Franz Nigl (FN): Wir sind sowohl im Hinblick auf die Menge als auch auf die Qualität das führende Logistik- und Postdienstleistungsunternehmen und beschäftigen in Österreich und acht weiteren Ländern rund 20.300 Menschen. Wie vielfältig deren Berufe im Kerngeschäft der Beförderung von Briefen, Werbesendungen, Printmedien und Paketen ebenso wie in Bereichen diverser Logistiklösungen, innovativer Online- und Bankdienstleistungen sind, können unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter am besten selbst zeigen. Deshalb haben wir bei unserer jüngsten Arbeitgeberkampagne knapp 20 KollegInnen in Spots und Portrait-Videos zu Wort kommen lassen. So wollten wir zum einen die Vielfalt und Attraktivität der Jobs bei der Post anschaulich machen als auch zeigen, was wir als Arbeitgeber sonst noch zu bieten haben: **einen Job, auf den man vertrauen kann.**



Ing. Franz Nigl, Leitung
Personalmanagement

BEI IHRER POSITIONIERUNG als Arbeitgeber sieht die Post ihre wesentlichen Aufgaben in einem guten Arbeitsumfeld, attraktiven Karrieremöglichkeiten, Arbeitssicherheit und der betrieblichen Gesundheitsförderung.

Für ein starkes Miteinander

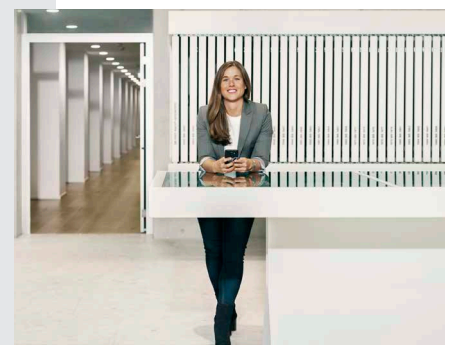
Rund

20.300



POST@INSIGHT

Die Kampagne „Sag's mit Stolz!“
motiviert MitarbeiterInnen.



Elena Rosa, Digital Product
Management

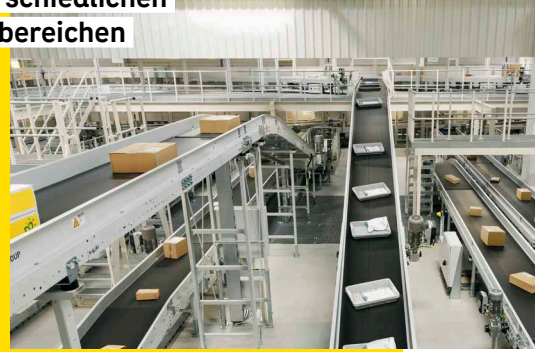
Menschen beschäftigt
die Post insgesamt.

Glücksmomente _____



Robert Coric, Digital Advertising Services

**Die Post bietet viele
Karrieremöglichkeiten
in unterschiedlichen
Arbeitsbereichen**



Arbeiten bei der Post heißt: flexible Arbeitsformen und umfassende Zusatz- angebote.

Was wäre das zum Beispiel?

FN: Einiges! Um nur die großen Bereiche anzu- reißen: Zahlreiche Zusatzleistungen und Vergünsti- gungen, maßgeschneiderte und weit über die gesetz- lichen Vorgaben hinausgehende Sozialleistungen, umfassende Aus- und Weiterbildungsprogramme für die Entwicklung der Mitarbeiterinnen und Mit- arbeiter, flexible Arbeitsformen zur Förderung der Vereinbarkeit von Beruf und Familie, ein sicheres Arbeitsumfeld mit einem umfangreichen Angebot an gesundheitsfördernden Maßnahmen, eine Unterneh- menskultur und Werte, die für ein gutes Miteinander sorgen, sowie gelebte Vielfalt in gemischten Teams.

Diese Teams haben im Hinblick auf sich verändernde Kundenansprüche einiges zu bewälti- gen – wie geht die Post bei der Umsetzung der zahlreichen innovativen Services vor und wie beein- flusst das die Arbeit der Kolleginnen und Kollegen?

FN: Neues aufzugreifen und flexibel zu bleiben, hat auch in der Teamarbeit höchste Priorität. Das ist auch ganz wörtlich zu nehmen: Wir setzen zum Bei- spiel auf das Prinzip des „agilen Arbeitens“, bei dem Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter über Abteilungen hinweg flexibel kooperieren. Mit dieser modernen Form des Projektmanagements erhöhen wir die Trans- parenz im Hinblick auf die Abhängigkeiten einzelner Prozessschritte voneinander und fördern die agile Planung eines Projekts. Die Prioritäten in den einzel- nen Projektabschnitten werden dabei basisdemokra- tisch von den besten Expertinnen und Experten aus- gewählt: den am Projekt beteiligten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

Lisa-Maria Kepplinger,
Contentmanagement & Social Media



Die Wünsche unserer KundInnen haben für die Post oberste Priorität.



POST@INSIGHT

Die Post setzt auf Vielfalt und ein gutes Miteinander.

GO FOR

ELLY

Gender-Balance-Programm „Expedition Elly“

Die Post strebt ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis in allen Bereichen und den Führungspositionen an. Derzeit sind zwei Drittel der Postbelegschaft männlich. Mit der „Expedition Elly“ fördert die Post mit gezielten Maßnahmen den dafür nötigen Kultur- und Strukturwandel im Unternehmen. So spricht die Post seit 2018 noch gezielter Frauen auf dem Arbeitsmarkt an und fördert verstärkt die Entwicklung weiblicher Führungskräfte. Als ein dafür wichtiges Steuerungs- und Benchmarking-Instrument wendet die Post als erstes österreichisches Unternehmen seit 2018 den **Frauen-Karriere-Index (FKI)** an. Mit dem in Deutschland bereits etablierten unabhängigen Messinstrument untersucht das Unternehmen, wie sich Frauen auf den verschiedenen Führungsebenen in ihren Karrieren entwickeln können. Frauen wie Männer sollen in allen Arbeitsbereichen und Hierarchieebenen der Post gleiche Einstiegs- und Entwicklungsmöglichkeiten haben. Im aktuellen FKI konnte die Österreichische Post durch die Initiativen der „Expedition Elly“ und der klaren Positionierung von Gender-Balance-Zielen in allen Fachbereichen im letzten Jahr eine Steigerung von 62 auf 75 von möglichen 100 Punkten erzielen.

„Unser Engagement für einen echten Kulturwandel macht sich auch im Frauen-Karriere-Index bemerkbar. Ein zentraler Erfolgsfaktor sind die Zielvereinbarungen. Im Dialog mit Führungskräften vereinbaren wir jährlich ehrgeizige, aber realistische Ziele für den Geschlechteranteil. Diese messbaren Ziele machen unsere Erfolge transparent. Für 2019 haben wir die Zielwerte für die Post sogar übererreicht,“ so Verena Knott-Birklbauer, Leitung Konzern-Rechnungswesen, Treasury und der Gender-Balance-Initiative „Expedition Elly“.



Mehr Frauen bei der Post

Derzeit ist rund ein Drittel der Postbelegschaft weiblich. In den höheren Führungsetagen ist der Anteil von Frauen deutlich geringer als jener von Männern. Die Post arbeitet deshalb gezielt daran, in den nächsten Jahren sukzessive ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis auf allen Hierarchieebenen zu erreichen.



Eltern-Kind-Räume in
der Unternehmenszentrale

„**Gemischte Teams
sind kreativer
im Umgang mit
Herausforderungen
– und resilienter.**“

Verena Knott-Birklbauer, Leitung Konzern-Rechnungswesen,
Treasury und der Gender-Balance-Initiative „Expedition Elly“

Diese positiven Entwicklungen sind nicht zuletzt dem Engagement von inzwischen über 160 MitarbeiterInnen aus allen Hierarchieebenen bei der Weiterentwicklung der Maßnahmen geschuldet. Im Berichtsjahr konnten bereits einige kultur- und strukturverändernde Maßnahmen verankert werden. Hierzu zählen die Gestaltung geschlechtergerechter „Employer Branding“-Kampagnen und Recruiting-Prozesse, die Einrichtung von **Eltern-Kind-Räumen** in der Unternehmenszentrale mit einer Betreuung an schulfreien Tagen, die Entwicklung eines Eltern-Karenzleitfadens im Rahmen eines aktiven Karenzmanagements sowie die Konzeption von Personalentwicklungsmaßnahmen, die auf Gender Balance abzielen.

Zentrale Erfolgsfaktoren für die nachhaltige Wirkung des Gender-Balance-Programms sind die schrittweise Verankerung der entwickelten Maßnahmen in die Standardprozesse der Post und ein damit verbundener Wandel der Organisationskultur, in der Frauen wie Männer die gleichen Zugangs- und Aufstiegschancen haben.



Unsere Lehrlinge
für die Post von morgen

v. l. n. r. Ilayda Güven, Deniz Alkin, Sebastian Balogh,
Victoria Rabel, Melih Demirov, Lehrlinge bei der Post



MIT WERT SCHÄTZUNG

POST@INSIGHT

Die Post ist
„Fit für die Zukunft“.

Erfolgreiche Lehrlingsoffensive

Mit **134 Lehrlingen** in sechs zukunftsträchtigen Lehrberufen hat die Post im Berichtsjahr die Anzahl der Lehrberufe verdoppelt. Neben Einzelhandelskaufleuten mit Schwerpunkt Telekommunikation, Bürokaufleuten und E-Commerce-Lehrlingen bildet das Unternehmen seit 2019 auch junge Menschen in IT-Systemtechnik und Applikationsentwicklung-Coding sowie dem neugeschaffenen Lehrberuf „Nah- und Distributionslogistik“ aus. „Mit diesem Engagement werden wir zum einen der **steigenden Nachfrage** an Fachkräften in allen Bereichen gerecht und bieten zum anderen motivierten Jugendlichen eine fundierte Ausbildung als Basis für ihre Karriere bei der Post“, erklärt Verena Abu-Dayeh, Leitung Personalentwicklung.

Ihr Können stellten die jungen PostmitarbeiterInnen auch in diesem Jahr von Juli bis September in drei Lehrlingsfilialen in Bruck an der Mur, Lienz und Wien erfolgreich unter Beweis: Jeweils eine Woche lang nahmen dort 40 Lehrlinge die Führung in die Hand, sammelten Erfahrungen und gewannen Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten.



post.sozial

Der 2005 gegründete gemeinnützige Verein post.sozial spiegelt die soziale Verantwortung der Österreichischen Post gegenüber ihren MitarbeiterInnen mit zusätzlichen, deutlich über gesetzliche Vorgaben hinausgehenden Sozialleistungen wider. Diese umfassen finanzielle Unterstützungen bei außergewöhnlichen Belastungen ebenso wie vergünstigte Eintrittskarten und Urlaubsangebote, Essensbons, Kinderbetreuung während der Ferienzeit oder Gesundheitsmaßnahmen und Freizeitaktivitäten.

20

Laufveranstaltungen
unterstützt die Post pro Jahr.



post.sozial – für alle
MitarbeiterInnen

850

Gesundheitsberatungen
wurden durchgeführt.

„Unter modernem Arbeitnehmerschutz verstehen wir, Risiken im Vorfeld zu erkennen und zu beseitigen.“

Ursula Bachmair,
Leitung Gesundheitsmanagement

Die Post engagiert sich als landesweit erster Betrieb als Veranstalter von „Österreich radelt“ – einer Kampagne, die nicht zuletzt die eigenen MitarbeiterInnen zu mehr Bewegung animieren soll.

Gesund und sicher

Sitzen, sich wiederholende Arm- und Handbewegungen, Heben und Bewegen von Lasten – die Liste der Risikofaktoren bei der Arbeit ist laut einer aktuellen europaweiten Untersuchung der Europäischen Agentur für Sicherheit und Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz so lang wie vielfältig. Die Österreichische Post setzt auch im Jahr 2019 mit zahlreichen Maßnahmen vor allem auf Prävention.

„Unter modernem Arbeitnehmerschutz verstehen wir, Risiken im Vorfeld zu erkennen und zu beseitigen. Unsere MitarbeiterInnen sollen ihre Tätigkeiten geschützt vor Risiken und Gefahren ausüben. Dabei spielen Führungskräfte als Vorbilder und Kontrollinstanz eine zentrale Rolle“, erklärt Ursula Bachmair, Leitung Gesundheitsmanagement. „Wir haben auch 2019 intensiv daran gearbeitet, das Bewusstsein der MitarbeiterInnen für potenzielle Risiken zu schärfen sowie neue Erkenntnisse und Gefahren gemeinsam mit unseren Führungskräften identifiziert und passende Maßnahmen festgelegt.“

Konkrete Schritte hat die Post auch zur Verbesserung der Gesundheit der MitarbeiterInnen entwickelt und umgesetzt. Dazu zählten im Berichtsjahr unter anderem:

- 850 Gesundheitsberatungen und sieben Gesundheitstage
- die Teilnahme an der Initiative „Fit2Work“ und Projekten zur betrieblichen Gesundheitsförderung unterstützt MitarbeiterInnen dabei, länger und gesund in ihrem Beruf zu bleiben
- die Unterstützung der sportlichen Aktivitäten von MitarbeiterInnen durch die Übernahme der Anmeldegebühr bei landesweit 20 Laufveranstaltungen und die Vergabe eigener Post-Laufbekleidung



Georg Pözl, Generaldirektor der Österreichischen Post und Elisabeth Köstinger, Bundesministerin für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus

ÖSTERREICH RADELTE

Mit starker

Identität

6.713*

Seminar-
teilnehmerInnen

der MitarbeiterInnen
sind Frauen

17.205*

MitarbeiterInnen

3,833*

Wert der
Essensbons durch
post.sozial

Mio EUR

* Österreichische Post AG

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Als Dienstleistungsunternehmen ist die Belegschaft ein entscheidender Faktor bei der Österreichischen Post. Der Erfolg des Unternehmens beruht ganz wesentlich auf den Fähigkeiten, der Motivation und dem Engagement der MitarbeiterInnen.

Désirée Steiger, Portalmanagement



Als einer der größten Arbeitgeber des Landes trägt die Post eine besondere Verantwortung gegenüber ihren MitarbeiterInnen.

Trends und Herausforderungen

GR1 102-15, 103-2

Die Österreichische Post und damit auch ihre MitarbeiterInnen befinden sich in einem Umfeld der steten Veränderung. Die Digitalisierung, der demographische Wandel sowie die zunehmende Mobilität und Flexibilität verändern die Bedürfnisse der KundInnen. Diese Entwicklungen stellen neue Anforderungen an die MitarbeiterInnen der Post. Um den veränderten Service- und Qualitätsansprüchen gerecht zu werden, benötigt die Post qualifizierte Beschäftigte, die das Unternehmen und neue, innovative Leistungen aktiv mitgestalten.

Durch die Digitalisierung verändern sich auch die Prozesse und Arbeitsabläufe. Das macht eine

kontinuierliche Entwicklung der MitarbeiterInnen sowie neue Denkweisen und Kompetenzen notwendig. Die Post muss sich auf neue Anforderungen im Bereich der Führungskräfteentwicklung und Aus- und Weiterbildung einstellen.

Gleichzeitig verändern sich die Ansprüche der MitarbeiterInnen. Die Attraktivität des Arbeitsgebers gewinnt weiter an Bedeutung. Besonders Zusatzleistungen, wie zum Beispiel Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten, durch die sich die MitarbeiterInnen fachlich wie persönlich entwickeln können, sowie Modelle zur Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben spielen eine immer wichtigere Rolle.

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

DEMOGRAPHISCHER WANDEL – ERHALT DER BESCHÄFTIGUNGSFÄHIGKEIT

Arbeiten bis ins hohe Alter erfordert zielgruppen-gerechtes Training und Gesundheitsprogramme.

STEIGENDE KOMPLEXITÄT DER TÄTIGKEITEN – ANGEBOT AN WEITERBILDUNGSMASSNAHMEN

Zunehmend komplexere Aufgaben bewältigen die MitarbeiterInnen 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 MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER

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

WORK-LIFE-BALANCE – STEIGERUNG DER MOTIVATION UND MITARBEITERBINDUNG

MitarbeiterInnen sind motivierter und leistungsfähiger, wenn Arbeit und Freizeit im richtigen Verhältnis zueinanderstehen.

Managementansatz der Post

GRI 103-1, 103-2

Zufriedene und gesunde MitarbeiterInnen, die sich an ihrem Arbeitsplatz wohlfühlen, sind motivierter und bringen die beste Leistung für das Unternehmen. Das Personalmanagement der Post trägt mit seinen Maßnahmen zum Erfolg und zur Zukunftsfähigkeit des Unternehmens bei. Denn: in diesem Zusammenhang spielen ein gutes Arbeitsumfeld, attraktive Karriereöglichkeiten, Arbeitssicherheit und betriebliche Gesundheitsförderung eine wesentliche Rolle.

Eine geteilte, klare Vision und gemeinsame Wertvorstellungen für MitarbeiterInnen und Führungskräfte sind in einem Umfeld, das so stark von Veränderungen und Wandel geprägt ist, wichtig. Sie bilden ein Wertgerüst, nach dem alle zielorientiert und nachhaltig agieren. Das Post-Leitbild ist die Grundlage des gemeinsamen Handelns und bildet die Basis einer Unternehmenskultur, die von Respekt, Offenheit, Vertrauen und Wertschätzung geprägt ist. Die Personalarbeit der Post fördert die Unternehmens- und Führungskultur und unterstützt sie aktiv durch zahlreiche Maßnahmen.

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

- Unternehmenskultur und Arbeitswelten
- Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz
- Aus- und Weiterbildung
- Kundennähe (siehe dazu Service- und Kundenorientierung auf S. 44f)

Nähere Informationen zu den wesentlichen Themen im Bereich MitarbeiterInnen und ihrem Zusammenhang mit den SDGs finden Sie auf den Seiten 27–31.

Erreichtes 2019 und Ziele 2020

GRI 103-3

Die Österreichische Post kommt ihrer Verantwortung gegenüber ihren MitarbeiterInnen gezielt nach. Deswegen hat sie sich zum Ziel gesetzt, die Unternehmens- und Führungskultur aktiv zu fördern, um ein zielorientiertes und nachhaltiges Handeln möglich zu machen. Zudem haben die Gesundheit und Entwicklung der Belegschaft sowie deren Sicherheit am Arbeitsplatz Priorität. Ihre Leistungen und Fortschritte im Bereich MitarbeiterInnen und 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. Alle Kennzahlen aus dem Bereich MitarbeiterInnen finden Sie ab Seite 99.

Mitarbeiterziele im Überblick

T 14 Hauptziel → Unternehmens- und Führungskultur fördern

Ziele 2019

SDG 4, 5, 8, 10

Entwicklung, Kommunikation und Einführung eines neuen Kompetenzmodells für Führungskräfte

Erreicht 2019

Entwicklung, Kommunikation und Einführung eines neuen Kompetenzmodells für die Führungskräfte im Rahmen des Relaunch-Prozesses des 360-Grad-Feedbacks

Geplant 2020 und darüber hinaus

Ausbau der Entwicklungsangebote hinsichtlich Führungsleitlinien und Führungskompetenzen; weitere flächendeckende Kommunikation und Ausrollung des E-Learning zum Kompetenzmodell

| Ziele 2019 | Erreicht 2019 | Geplant 2020 und darüber hinaus |
|---|--|--|
| <p>SDG 5, 10 Relaunch 360-Grad-Feedback-Prozess</p> | Relaunch des 360-Grad-Feedback-Prozesses für die Österreichische Post AG unter Einbindung der Führungskräfte; Durchführung des 360-Grad-Feedbacks für die Führungskräfte; starker Fokus auf die individuelle Unterstützung und Entwicklung durch zielgerichtete Angebote aus der Führungsakademie, individuelle Coaching-Dialoge und Team-Debriefings. | Durchführung 360-Grad-Feedback 2020 |
| <p>SDG 4, 5, 8, 10 Führungsakademie</p> | Neukonzeption der Führungsakademie mit strategischer Verknüpfung zwischen den Weiterbildungsangeboten und den Führungsleitlinien; individuelle Entwicklung auf Basis des Führungskräfte-Feedbacks (360-Grad); Pflicht- und Wahlmodule für unterschiedliche Zielgruppen | Ausrollung der Führungsakademie inklusive neuen Formaten wie Key-Note-Vortragsreihe, Führung KOMPAKT als Zwei-Tages-Training für alle neuen Führungskräfte |
| <p>SDG 4, 5, 8, 10 Trainings für Führungskräfte: Durchführung von Schulungen und Seminaren für Führungskräfte im Umfang von mindestens 1.000 Personentagen</p> | Schulungen und Seminare für Führungskräfte im Ausmaß von 1.750 Personentagen wurden durchgeführt | Durchführung von Schulungen und Seminaren für Führungskräfte im Umfang von mindestens 1.000 Personentagen |
| <p>SDG 8, 11 „Ein Tag beim Kunden“: Teilnahme von mindestens 250 Führungskräften am Programm</p> | 264 Führungskräfte nahmen am Programm „Ein Tag beim Kunden“ teil | Teilnahme von mindestens 250 Führungskräften am Programm „Ein Tag beim Kunden“ |
| <p>SDG 5, 8, 10 Audit „berufundfamilie“: Weiterführung des Re-Audits und laufende Umsetzung der geplanten Maßnahmen</p> | Geplante Re-Audits und Maßnahmen wurden weitergeführt und umgesetzt und im Jahresbericht zur Zielvereinbarung festgehalten | Die geplanten Maßnahmen weiterführen bzw. laufend umsetzen |
| <p>SDG 5, 8, 10 Onboarding-Prozess für die Unternehmenszentrale</p> | Konzeption eines Onboarding-Prozesses für neue MitarbeiterInnen in der Unternehmenszentrale inklusive begleitendem E-Learning-Modul | |

T 15 Hauptziel → Auf Gesundheit und Sicherheit achten

| Ziele 2019 | Erreicht 2019 | Geplant 2020 und darüber hinaus |
|--|---|---|
| <p>SDG 3 Durchführung von 1.000 Gesundheitsberatungen und 15 Gesundheitstagen</p> | Es wurden rund 850 Gesundheitsberatungen und sieben Gesundheitstage durchgeführt | Durchführung von 950 Gesundheitsberatungen und zwölf Gesundheitstagen |
| <p>SDG 3 Erstellung von einer Broschüre und von Plakaten zur richtigen Bewegung samt Schulungsoffensive</p> | Die Schulungsoffensive wurde durch die ArbeitsmedizinerInnen umgesetzt und die Plakate wurden für die Fachbereiche Zustellung und Verteilung erstellt. Die Videos wurden auf einen eigenen Kanal online geladen um sie besser nutzbar zu machen. Die zugehörige Broschüre soll 2020 erstellt werden | Maßnahmen zum Schwerpunkt „Heben und Tragen“ wie etwa die Erstellung einer Broschüre |
| <p>SDG 3 Umsetzung des Projekts „Fit2Work“ im Briefzentrum Wien</p> | Das Projekt „Fit2Work“ wurde gestartet. Nach einer Mitarbeiterbefragung wurden Maßnahmen festgelegt, die ab 2020 umgesetzt werden sollen | Umsetzung von Maßnahmen im Rahmen des „Fit2Work“-Projektes im Briefzentrum Wien |
| <p>SDG 3, 5, 8, 10 Evaluierung psychischer Belastungen in der Unternehmenszentrale</p> | Die Evaluierung in der Unternehmenszentrale wurde vorbereitet und geplant und im vierten Quartal 2019 gestartet | Abschluss der Evaluierung psychischer Belastung in der Unternehmenszentrale und im Post-Kundenservice |
| <p>SDG 3 Ableitung von Maßnahmen zu den häufigsten Unfallursachen 2018, Erstellung von Plakaten zum Thema „Sturz und Fall“ und Maßnahmen zum Thema Verkehrssicherheit</p> | Durchführung von Fahrsicherheitstrainings für MopedfahrerInnen in ausgewählten Zustellbasen | Sichtbarkeit des Arbeitnehmerschutzes auf allen größeren Dienststellen; Ableitung von Maßnahmen zu den häufigsten Unfallursachen 2019, Erstellung von Plakaten zum Thema „Sturz und Fall“ |
| <p>SDG 3 Erstellung von Checklisten für die einzelnen Bereiche zur einfachen Handhabung und Umsetzung des Arbeitnehmerschutzes. Schulungs-/ Unterweisungsoffensive für Führungskräfte</p> | Erstellung von Checklisten für die einzelnen Bereiche zur einfachen Handhabung und Umsetzung des Arbeitnehmerschutzes. Schulungs-/ Unterweisungsoffensive für Führungskräfte | Weiterführung der Schulungsoffensive für Führungskräfte |
| <p>SDG 3 Herzratenvariabilitätsanalysen: Evaluierung der durchgeführten Maßnahmen</p> | Die bisher durchgeführten Maßnahmen wurden evaluiert und sollen 2020 fortgesetzt werden | Durchführung von Herzratenvariabilitätsanalysen und Gesundheitsworkshops in mindestens fünf Dienststellen |

Unternehmenskultur und Arbeitswelten

Wirtschaftlicher Erfolg bedeutet heute vor allem eines: Unternehmen und MitarbeiterInnen müssen sich laufend weiterentwickeln und sich ständig an neue Gegebenheiten anpassen können. Dazu ist es wichtig, die Unternehmenskultur und das Arbeitsumfeld so zu gestalten, dass sie die MitarbeiterInnen zu Kreativität und Innovation motivieren und die Umsetzung neuer Ideen unterstützen. Deshalb arbeitet die Post an einer offenen und modernen Unternehmens- und Führungskultur.

Das 2010 veröffentlichte Leitbild legte den Grundstein für einen Kulturwandel, um für die Zukunft gut aufgestellt zu sein. Die drei Wertekategorien Kundenorientierung, Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit sowie Kommunikation und Wertschätzung und je ein zentraler Leitsatz geben Klarheit und Orientierung, welche Werte das tägliche Handeln aller MitarbeiterInnen 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 MitarbeiterInnen optimal entfalten können. Ihre Aufgabe ist es auch, Potenziale zu erkennen und diese individuell zu fördern.

Seit 2012 werden die 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.

Weiterentwicklung der Führungskultur – Führungsleitlinien und Kompetenzmodell

Die Führungsleitlinien der Post bilden den Rahmen für das neue Führungskräfte-Kompetenzmodell. In einem partizipativen Prozess wurde das Rollenbild der Führungskräfte neu beschrieben und an die zukünftigen Herausforderungen angepasst. Neben Themen wie Innovation und Diversität nehmen auch eine klare Zielkommunikation, unternehmerisches Denken oder das Erkennen und Fördern der Mitarbeiterpotenziale eine wichtige Stellung ein.

Messen der Führungsqualität mit dem 360-Grad-Feedback – das neue Kompetenzmodell bildet die Grundlage für die Messung der Führungsqualitäten der Österreichischen Post AG. In einem gemeinsamen Prozess mit eingeladenen Führungskräften wurden durch

das 360-Grad-Feedback sowohl Prozessoptimierungen identifiziert als auch die Qualität des Feedbacks und die weiteren Entwicklungsangebote für die Führungskräfte verbessert.

Reverse-Mentoring-Programm – Im Jahr 2019 hat die Post AG ein Reverse-Mentoring-Programm zum Thema „Digitale Transformation“ ins Leben gerufen. Bei diesem Programm haben erfahrene Führungskräfte die Möglichkeit sich mit Jugendlichen, Digital Natives, auszutauschen. Bei diesem Rollentausch lernt Alt von Jung. Das Ergebnis sind neue Impulse und Chancen für beide Seiten und letztendlich auch für die Post.

Förderung der Willkommenskultur durch Onboarding-Prozess – Der neue Onboarding-Prozess in der Unternehmenszentrale hilft bei der fachlichen, organisatorischen aber auch kulturellen Integration von neuen MitarbeiterInnen. Eine starke Willkommenskultur fördert die rasche Bindung an das Unternehmen und unterstützt die Zufriedenheit und die Unternehmenskultur auf positive Art und Weise.

Eine starke Unternehmenskultur durch Austausch und Wertschätzung

102-43

Ein Tag beim Kunden – im Jahr 2019 hatten erneut mehr als 260 Führungskräfte die Gelegenheit, am jährlich stattfindenden „Tag beim Kunden“ Einblick in die Arbeit von KollegInnen mit direktem Kundenkontakt zu erhalten. Sie nehmen am Arbeitsalltag teil und lernen die jeweiligen Herausforderungen besser einzuschätzen. Der „Tag beim Kunden“ fördert den Austausch zwischen MitarbeiterInnen und Führungskräften, das Verständnis füreinander und unterstützt das Post-Leitbild.

Dialog mit der Belegschaft – die Post pflegt mit ihren MitarbeiterInnen einen offenen Dialog. Dieser beruht auf Respekt, Wertschätzung, Ehrlichkeit und Vertrauen. Dazu gehört auch, dass die Post zeitnah und regelmäßig über wesentliche Entwicklungen und Veränderungen im Unternehmen informiert. Den Rahmen bilden zum Beispiel Abteilungs- und Teambesprechungen oder auch Einzelgespräche.

Zusatzleistungen für MitarbeiterInnen

401-2

Die Post legt nicht nur Wert auf einheitliche Führungsleitlinien und eine offene Kommunikationskultur, um MitarbeiterInnen zu motivieren und leistungsfördernde Arbeitsbedingungen zu schaffen. Dazu gehören aus Sicht der Post auch Zusatzleistungen zum Gehalt – unabhängig von Alter, Geschlecht und Beschäftigungsart.

20



Laufveranstaltungen
unterstützte die Post
im Jahr 2019.

Markus Herzl, bank99

Beteiligung am Unternehmenserfolg – die Post beteiligt als eines von wenigen Unternehmen in Österreich ihre MitarbeiterInnen am Unternehmenserfolg, und das seit über zehn Jahren. So zahlt die Österreichische Post AG ihren vollbeschäftigten MitarbeiterInnen freiwillig eine „EBIT-Prämie“ aus. Teilbeschäftigte MitarbeiterInnen erhalten einen entsprechend aliquotierten Betrag.

post.sozial – Über den Verein post.sozial bietet die Österreichische Post allen voll- und teilzeitbeschäftigten MitarbeiterInnen maßgeschneiderte Sozialleistungen, die über die gesetzlichen Vorgaben hinausgehen. Der gemeinnützige Verein wurde 2005 gegründet und übernimmt die soziale Betreuung von aktiven MitarbeiterInnen der Post und deren Konzernunternehmen, aber auch von MitarbeiterInnen im Ruhestand sowie Angehörigen und Hinterbliebenen.

post.sozial 2019 _____

Nächtigungen
durch fair.reisen

52.475

post.sozial:
materielle Mittel
gesamt

Mio EUR
6,04

helfens.wert:
Wert der Essensbons

Mio EUR
3,83

sehens.wert:
vergünstigte Eintrittskarten

22.899

helfens.wert:
ausbezahlte Unter-
stützungsbeiträge

T EUR
635

sehens.wert:
angebotene
Veranstaltungen

204

Vielfalt und Chancengleichheit

GR1 103-1, 103-2

Die Post glaubt an das Potenzial von Vielfalt in der Belegschaft, denn sie ist ein Erfolgsfaktor und fördert die Innovationsfähigkeit sowie die Kreativität in Unternehmen. Im Rahmen ihres Diversity-Managements fördert die Post soziale Vielfalt und nutzt sie konstruktiv. Sie hilft bei der Erschließung internationaler Märkte und stärkt die Arbeitgeberattraktivität. Respekt und Chancengleichheit sind dabei die Grundlagen einer gelebten Vielfalt im Unternehmen.

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

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

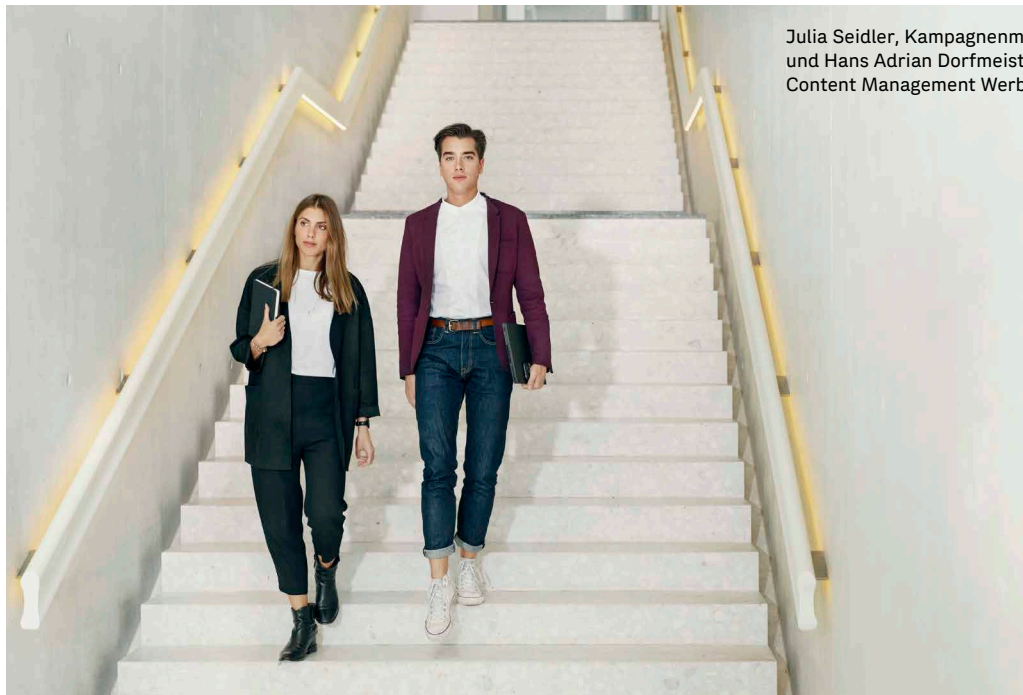
— N siehe Facts and Figures S. 102

Charta der Vielfalt

Die Österreichische Post AG legt großen Wert auf Diversität, Fairness und Toleranz, deswegen hat sie 2013 die Charta der Vielfalt unterzeichnet. Damit hat das Unternehmen ein deutliches Bekenntnis abgegeben, ein Arbeitsumfeld zu schaffen und zu fördern, das frei von Vorurteilen und Diskriminierung ist.

Gender Balance: Expedition Elly

Die Österreichische Post will Vielfalt und im Besonderen Geschlechtervielfalt fördern und bewusst nutzen. Aus diesem Grund wurde 2018 unter dem Leuchtturmprojekt „Expedition Elly“, benannt nach der Flugpionierin Elly Beinhorn, eine Strategie für Gender Balance im



Julia Seidler, Kampagnenmanagement
und Hans Adrian Dorfmeister-Pölzer,
Content Management Werbepost Cover

Chancengleichheit am Arbeitsplatz und die Gleichbehandlung von MitarbeiterInnen sind für die Österreichische Post selbstverständlich.

Diversität 2019

24,6%

der Führungskräfte
sind weiblich

31,1%

der MitarbeiterInnen
sind weiblich

Unternehmen entwickelt. Motivierte Teams aus verschiedenen Bereichen und Hierarchieebenen haben die Strategie sowie Ziele und Maßnahmen erarbeitet. So will die Post zukünftig einen ausgewogenen Geschlechteranteil erreichen und die Post als Arbeitgeber für Frauen noch attraktiver machen. 2019 wurde zudem erneut der Frauen-Karriere-Index (FKI) durchgeführt. Durch die Initiativen der „Expedition Elly“ und eine klarere Positionierung von Zielen konnte eine Steigerung von 13 Punkten erreicht werden.

Vereinbarkeit von Beruf und Familie

Die Österreichische Post nimmt ihre Rolle als familienfreundliches Unternehmen ernst und fördert die Vereinbarkeit von Beruf und Familie durch vielfältige Maßnahmen und Angebote. Im Jahr 2019 erhielt die Österreichische Post AG erneut das Zertifikat „berufundfamilie“ des österreichischen Familienministeriums. Die bestehenden Maßnahmen werden weitere drei Jahre fortgeführt und umgesetzt und weitere Ziele auf Basis von Vereinbarungen festgehalten. Das betrifft zum Beispiel die Einbindung von karenzierten MitarbeiterInnen in das interne Informationsnetz oder eine umfangreiche Informationsplattform zu Themen wie Karenz und Mutterschutz.

Zudem wurde 2017 der Frauenförderungsplan der Österreichischen Post 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. Um dieses Ziel zu erreichen, wurde unter anderem der jährliche Equality-Check auch 2019 wieder durchgeführt. Mithilfe dieses Instruments wird die Umsetzung des Frauenförderungsplans in der Österreichischen Post AG sowie in den Konzernunternehmen 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. Deswegen erfüllt sie diese Verantwortung in den vergangenen Jahren über die gesetzlichen Rahmenbedingungen hinaus. 2019 waren 1.161 MitarbeiterInnen mit Behinderung bei der Österreichischen Post AG beschäftigt.

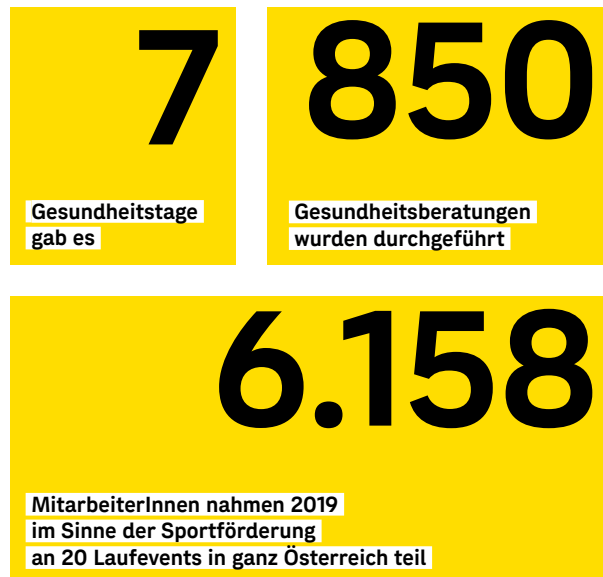
Anlaufstellen für MitarbeiterInnen – die Post bietet eine Vielzahl an Programmen und Initiativen, die MitarbeiterInnen fördern und unterstützen sowie zu einem positiven Arbeitsklima beitragen sollen. Dennoch können persönliche Themen und Anliegen die Motivation und Einsatzbereitschaft der MitarbeiterInnen beeinträchtigen. Seit 2014 können sich alle Beschäftigten 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

GR1 103-1, 103-2

Gesunde und motivierte MitarbeiterInnen sind in der Lage, bestmögliche Leistung zu erbringen, tragen aktiv zur Weiterentwicklung des Unternehmens bei und sind zufriedener mit ihrem Arbeitsplatz. Deshalb legt die Österreichische Post größten Wert darauf, ihren MitarbeiterInnen ein Arbeitsumfeld zu bieten, in dem sie bei der Ausübung ihrer Tätigkeit vor Risiken und Gefahren geschützt sind. Darüber hinaus will die Post die

Gesundheitsmanagement 2019



Gesundheit und das Wohlbefinden ihrer MitarbeiterInnen erhalten und fördern.

Alle Rahmenbedingungen für den Bereich Arbeitsschutz sind in der Richtlinie „Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz – Arbeitnehmerschutz“ geregelt. Insbesondere die Verantwortung und Kontrolle für den Arbeitnehmerschutz und ein stufenförmiges System zur Prüfpflicht bezogen auf die einzelnen Dienst- bzw. Arbeitsstätten sind hier festgelegt. In diesem sind die Kontrollpflichten jeder einzelnen Führungskraft genau definiert. Um die Führungskräfte dabei bestmöglich zu unterstützen, eine regelmäßige Kontrolle der Einhaltung zu gewährleisten, wurden mit dem jeweiligen Fachbereich Checklisten erstellt. Die Schulungskampagne für Führungskräfte wurde im Jahr 2019 weitergeführt, um das Bewusstsein zu den Verantwortlichkeiten sowie ihre Vorbildfunktion zu schärfen.

■ siehe Facts and Figures S. 103

Gesundheitsmanagement

GRI 403-6

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

Aktion „Gesundes Herz und Du“ – auch 2019 stand die Weiterentwicklung des Projekts „Gesundes Herz und Du“ zur Prävention von Herzkrankheiten im Fokus. ArbeitsmedizinerInnen der Post informierten in persönlichen Gesprächen MitarbeiterInnen über ihr individuelles Herz-Kreislauf-Risiko und erklärten vorbeugende Maßnahmen. Auf Wunsch erhielten die MitarbeiterInnen auch eine zusätzliche Grippeimpfung.

Gesundheitstage – die Gesundheitstage der Post wurden auch 2019 an unterschiedlichen Standorten angeboten. Die MitarbeiterInnen konnten ihre Lungenfunktion testen und mittels „Body Composition Analyzer“ 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 2019 hat die Österreichische Post AG die Evaluierung psychischer Belastungen am Arbeitsplatz fortgesetzt. Zusätzlich zur weiteren Begleitung der Maßnahmenumsetzungen startete die Evaluierung in der Unternehmenszentrale sowie dem Post-Kundenservice. Für unterschiedliche Tätigkeitsbereiche wurden repräsentative Mitarbeitergruppen gebildet, um die gruppenspezifischen Belastungen im Rahmen von Arbeitsbewertungsskala (ABS)-Workshops und Interviews zu erheben.

Förderung des sportlichen Engagements – laufen hält fit und ist gerade für die MitarbeiterInnen in den Büros ein guter Ausgleich zu ihrer Schreibtischarbeit. Deswegen unterstützt die Post die LäuferInnen aktiv: Die Post und post.sozial übernehmen die Anmeldegebühr für verschiedene Laufveranstaltungen und stellen eine eigene Post-Laufbekleidung zur Verfügung. Im Jahr 2019 haben an den 20 österreichweiten Lauffevents 6.158 MitarbeiterInnen teilgenommen. 2019 wurden auch zum ersten Mal Aktionen rund um das Thema Radfahren in Angriff genommen. Im Rahmen der Aktion „Die Post radelt“ haben über 200 MitarbeiterInnen fleißig Kilometer gesammelt.

Arbeitssicherheit

GRI 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5

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

Im Jahr 2019 wurden bei der Österreichischen Post AG 23 regionale Arbeitsschutzausschüsse für Arbeitsstätten mit mehr als 100 MitarbeiterInnen 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 ArbeitsmedizinerInnen – betreut.

Zum Thema Arbeitssicherheit und Unfallschutz gibt es neben den gesetzlichen Vorgaben unternehmensinterne Organisationsvorschriften, Betriebsanweisungen und Merkblätter. Um arbeitsbedingte Belastungen zu minimieren, wurden neben Schulungen und laufenden Unterweisungen zusätzlich Plakate für unterschiedliche Arbeitsvorgänge, die das Heben und Tragen betreffen, 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 ARBEITSSCHUTZSCHULUNGEN

Die Post setzt darauf, das Bewusstsein der MitarbeiterInnen für potenzielle Gefahren zu schärfen. Unterweisungen und Schulungen zu Sicherheitsrisiken und Gefährdungspotenzialen finden vor Arbeitsbeginn sowie jährlich statt, um die MitarbeiterInnen zu informieren und zu sensibilisieren. So sollen sie durch richtiges und eigenverantwortliches Verhalten Unfällen vorbeugen und damit sich und auch KollegInnen schützen. Die Unterweisungen erfolgten durch die Führungskräfte oder Einhaltung- und Durchführungsbeauftragte. Diese wurden über den Inhalt der Richtlinie 06/2018 „Sicherheit

und Gesundheit am Arbeitsplatz“ nachweislich geschult und erhielten eine vereinfachte Zusammenfassung in Form einer Broschüre. Zusätzlich werden derzeit einheitliche Schulungskriterien ausgearbeitet. Um Hindernisse wie Sprachbarrieren abzubauen und die Inhalte deutlich zu vermitteln, gibt es das Pilotprojekt „Postdeutsch“ sowie unterstützende Plakate, Videofilme, Hinweisschilder und Piktogramme. Präventivfachkräfte unterstützen bei der Umsetzung und führen stichprobenartige Kontrollen durch.

Alle MitarbeiterInnen haben die Möglichkeit, Gefahren an die Leitung des Gesundheitsmanagements bzw. eine Ombudsperson zu melden. Diese Meldungen werden generalisiert und vertraulich behandelt, sodass ein Rückschluss auf einzelne Personen nicht möglich ist.


Durch regelmäßige Begehungen und Evaluierungen werden neue Erkenntnisse und Gefahren erhoben. Bei Bedarf wird gemeinsam von Präventivfachkräften und den Führungskräften ein Maßnahmenblatt und eine Risikobewertung mit den arbeitnehmerschutzrelevanten Gefährdungen erstellt. Danach werden für die Umsetzung der Maßnahmen verantwortliche Personen und Fristen festgelegt. Findet die Umsetzung der Maßnahmen nicht statt, greift ein Kontrollsystem und die nächsthöhere Führungskraft sowie die Leitung des Gesundheitsmanagements werden informiert. Zudem findet ein quartalsmäßiges Reporting an den für den Arbeitnehmerschutz-Beauftragten der Post statt.

Krankenstands- und Unfallstatistik

GRI 403-2, 403-4, 403-7, SDG 3, 8

Im Geschäftsjahr 2019 wurden 784 Arbeitsunfälle bei der Österreichischen Post AG erfasst. Sturz und Fall, Verkehrsunfälle und die Bedienung von Arbeitsmitteln sind die Hauptunfallursachen und gleichzeitig auch Großteils die Risiken für schwere Unfälle. Witterungsbedingte Straßenverhältnisse, Gehsteigkanten und Stufen führen häufig zu Sturz und Fall und Verkehrsunfällen. Bei der Unfallursache „Bedienung von Arbeitsmitteln“ spielt die Manipulation von Rollbehältern eine große Rolle. Nach einem Unfall werden die Ursachen erhoben, die Gefahren nachevaluiert und entsprechende Gegenmaßnahmen festgelegt. Der Verunfallte erhält eine Unterweisung und bei schwereren Unfällen findet zusätzlich eine Unterweisung aller potenziell betroffenen MitarbeiterInnen statt. Die Führungskräfte erhalten quartalsmäßig Informationen über die Anzahl der Unfälle und die häufigsten Unfallursachen. Dienststellen, an denen bestimmte Unfallursachen häufig auftreten oder ansteigen, erhalten gezielte Präventionsmaßnahmen. Im Jahr 2019 wurden zum Beispiel aufgrund von Unfallanalysen und den saisonalen


Witterungsbedingungen vor Ort in ausgewählten Zustellbasen Fahrsicherheitstrainings für MopedfahrerInnen durchgeführt. Die MitarbeiterInnen wurden in die eingesetzten Fahrzeuge und die Streckenführung eingewiesen. Zudem trainierten sie Bremsabläufe und Kurvenverhalten auf rutschiger Bodenbeschaffenheit und mit unterschiedlicher Beladung. Die Zuständigkeiten und Meldeabläufe von Unfällen sind im Detail in der Richtlinie 06/2018 „Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz“ geregelt. Im Jahr 2019 ereigneten sich 39 Dienstunfälle von LeiharbeiterInnen.

—  siehe Facts and Figures S. 103

Aus- und Weiterbildung

GRI 103-1, 103-2, 404-2, SDG 8

Die gesellschaftlichen und branchenspezifischen Veränderungen fordern das Unternehmen und die Belegschaft jeden Tag aufs Neue. Das erfordert Flexibilität und Lernbereitschaft. Gut ausgebildete MitarbeiterInnen tragen entscheidend dazu bei, dass das Unternehmen erfolgreich bleibt. Deswegen bietet die Post ihren MitarbeiterInnen die Möglichkeit, sich fachlich, aber auch persönlich weiterzuentwickeln. Neben der Führungsakademie wurde 2019 auch die zielgruppen- und kompetenzorientierte Aus- und Weiterbildung der MitarbeiterInnen fortgesetzt. Sie stellt einen Schwerpunkt im Personalmanagement der Post dar. Dazu gehören Fachschulungen, Weiterbildungskurse, Coachings und Trainings. Die Post bietet zudem ein breites Ausbildungsangebot und damit die Möglichkeit für unterschiedlichste Karrierewege im Unternehmen.

—  siehe Facts and Figures S. 104

Individuelle Entwicklungsplanung

Die individuelle Förderung der MitarbeiterInnen und ihrer spezifischen Fähigkeiten und Potenziale ist der Post besonders wichtig. In regelmäßigen Mitarbeitergesprächen zwischen MitarbeiterInnen und deren Vorgesetzten können persönliche Arbeitsschwerpunkte und Ziele festgelegt sowie Maßnahmen in Form von Aus- und Weiterbildung vereinbart werden. Die Mitarbeitergespräche finden mindestens einmal jährlich statt.

Projekt Work@Post, Traineeprogramm und Lehrlingsausbildung

Im 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 laufend umgesetzt. Aufgrund der vielen durchgeführten Maßnahmen wurde das Ziel, die Drop-out-Quote zu verringern,

Aus- und Weiterbildung 2019

1.142

Seminare wurden von 6.713 MitarbeiterInnen besucht. 39% der Seminarteilnehmer waren Frauen, 61% waren Männer

erreicht. Die bestehenden Maßnahmen werden fortgesetzt und einem laufenden Monitoring unterzogen, um weitere Verbesserungspotenziale zu erkennen und zu nutzen.

Im September 2019 haben zwölf neue Trainees ihr Programm bei der Post begonnen. Sie durchlaufen nun unterschiedliche Abteilungen bei der Post, um eine umfassende Ausbildung zu erhalten.

Zudem bietet die Österreichische Post AG Jugendlichen seit neun Jahren die „Lehre mit Matura“ an. Im Jahr 2019 wurde eine Lehrlingsoffensive gestartet, zusätzlich zu den bisher angebotenen drei Lehrberufen wurde die Ausbildung bei der Post um weitere drei Lehrberufe erweitert. In der Fläche werden seit September 2019 23 Lehrlinge zum/zur Nah- und Distributionslogistiker/in ausgebildet. In der Unternehmenszentrale wurde die Ausbildung im IT-Bereich erweitert. Drei Lehrlinge werden zu IT-Systemtechnikern und ein Lehrling zum Applikationsentwickler ausgebildet.

Außerdem gab es im Jahr 2019 österreichweit 107 Lehrlinge in Ausbildung zum Einzelhandelskaufmann/-kauffrau mit Schwerpunkt Telekommunikation und in der Unternehmenszentrale zum/zur Bürokaufmann/-frau und E-Commerce-Kaufmann/-frau. Ziel dieser Offensive ist es, eigenen Nachwuchs auszubilden und junge, dynamische Kräfte an das Unternehmen zu binden.

Das zahlt sich aus: Die Österreichische Post AG hat im Jahr 2019 den HERMES-Verkehrs-Logistik-Preis in der Kategorie „Bildung“ für die Entwicklung und Einführung des Lehrberufes „Nah- und Distributionslogistiker/in“ erhalten. Diese Auszeichnung zeigt, dass das innovative und vorausschauende Wirtschaften der Österreichischen Post AG im Bereich Ausbildung nicht nur Auswirkungen auf das Unternehmen, sondern auf die gesamte Branche hat.

8,2

Stunden nahmen durchschnittlich die Mitarbeiterinnen und 6,7 Stunden die Mitarbeiter an Weiterbildungsmaßnahmen teil

135.340

Stunden hat die Österreichische Post AG ihre MitarbeiterInnen geschult



Kooperation mit Universitäten, Experienced Hires & Internship Programm

Die Österreichische Post AG bietet AkademikerInnen aus verschiedenen Bereichen spannende Tätigkeitsgebiete und vielfältige Möglichkeiten zur beruflichen Weiterentwicklung. In Kooperation mit dem Center of Excellence der Wirtschaftsuniversität Wien bietet die Post angehenden AkademikerInnen mit ausgezeichneten Studienleistungen eine Förderung über zwei Jahre an. Außerdem unterstützt die Österreichische Post AG ein hochwertiges Zusatzausbildungsprogramm der Delta Akademie der Montanuniversität Leoben, das für ausgewählte Studierende angeboten wird.

Seit 2018 bietet die Österreichische Post AG erfahrenen SpezialistInnen „Experienced Hires Trainings“ mit international anerkannten Vortragenden und Netzwerkveranstaltungen an, um attraktive Einstiegsmöglichkeiten zu schaffen. Dazu kommen der Austausch auf oberster Management-Ebene sowie Coachings.

Durch das Internship Programm haben zehn FH- und UniversitätsstudentInnen die Möglichkeit, ein Praktikum bei der Post zu absolvieren. Der Austausch mit der jüngeren Generation hilft nicht nur bei der Rekrutierung von potenziellen MitarbeiterInnen, sondern schafft auch wertvolle Innovationsbeiträge für das Unternehmen.

Post-Arbeitsmarkt

 404-2,  8

Durch den steigenden Wettbewerb sowie die dauerhaften Veränderungen des Marktes muss auch die Personalstruktur laufend angepasst werden. Die Österreichische Post AG sieht sich in der Verantwortung und

legt Wert darauf, dass diese notwendigen Veränderungen sozialverträglich durchgeführt und aktiv begleitet werden.

Sind MitarbeiterInnen von Restrukturierungsmaßnahmen betroffen, bietet die Post ihnen Möglichkeiten zur beruflichen Neuorientierung an. Die Plattform „Post-Arbeitsmarkt“ bietet zum Beispiel eine Laufbahnberatung und Berufsorientierung an, die mithilfe von persönlichen Beratungsgesprächen dabei unterstützen soll, einen neuen Arbeitsplatz innerhalb oder außerhalb des Unternehmens zu finden. Die Schulungsinitiative post.qualified bietet MitarbeiterInnen, die ihren Arbeitsplatz verloren haben, die Möglichkeit, zum Beispiel ihre IT-Fähigkeiten auf einen zertifizierten Stand zu bringen oder Englischkurse zu besuchen. Die Plattform versteht sich überdies als interne Personalberatung und Arbeitskräfteüberlassung für kurz- und mittelfristige temporäre Einsätze. Die Österreichische Post hat hierfür ein eigenes Reglement erarbeitet. Es soll sicherstellen, dass die Vergütung der überlassenen Post-MitarbeiterInnen marktkonform, also nach dem jeweils gültigen Branchenkollektivvertrag, erfolgt.

Ein Erfolgsmodell für den sozialverträglichen Umgang mit Personalüberkapazitäten ist die Initiative „Post-MitarbeiterInnen zu den Bundesministerien“: Ende 2019 waren rund 700 ehemalige PostbeamtenInnen in Bundesbehörden tätig. Die Zahl zeigt, dass die Kompetenzen von Post-MitarbeiterInnen in den Ministerien sehr gefragt sind.

Die Bank in Ihrer Nähe

Im April 2020 startet die neue Bank der Österreichischen Post. In Kooperation mit der GRAWE Bankengruppe, die für wesentliche Teile der Abwicklung des Bankgeschäftes zuständig ist, bietet das Unternehmen dann in allen rund 1.800 Geschäftsstellen Basisfinanzdienstleistungen rund um Girokonto und Zahlungsverkehr an. Bankvorstand Martin Thomas beantwortet die wichtigsten Fragen:

Es gibt nicht wenige Banken

in Österreich – mit welchem Ansatz wollen Sie Kundinnen und Kunden überzeugen?

Martin Thomas (MT): Zuerst einmal: Österreich braucht sicher keine weitere Universalbank. Davon gibt es genug. Wir konzentrieren uns auf unsere Stärken. In einem Land wie Österreich, in dem fast die Hälfte der Bevölkerung im ländlichen Raum lebt, ist unser flächendeckendes Filialnetz unser großes Plus. Wir können Kundinnen und Kunden einen Top-Service in der direkten Nachbarschaft bieten und profitieren kostenseitig von großen Synergien mit der Post, die uns erlauben, einfache und praktische Basisfinanzdienstleistungen kostendeckend zu attraktiven Preisen für unsere Kundinnen und Kunden anzubieten. Unsere Bank wird also keine Universalbank im klassischen Sinn. Wir fokussieren uns auf das Angebot rund um Girokonto und Zahlungsverkehr und bieten den Kundinnen und Kunden hier jederzeit ein gutes und einheitliches Erlebnis über alle Zugangskanäle, persönlich in der Filiale oder digital.



Dr. Martin Thomas,
Bankvorstand

DIE POST NIMMT ihre gesellschaftliche Verantwortung ernst und kommt ihr mit dem kontinuierlichen Engagement für flächendeckende Versorgung und Sicherheit ebenso nach wie mit dem Einsatz für Umwelt und soziale Projekte.

Verantwortung übernehmen und Versorgung gewährleisten





Ganz persönlich.
Die Post —
GESELLSCHAFT

Die Post ist in
Österreich verwurzelt.

DER HEI MAT VERBUNDEN



Gibt es Spezialprodukte, die aus ihrem Portfolio herausstechen?

MT: Wir haben unsere Bank nach der Devise „so klein wie möglich, so groß wie nötig“ konzipiert. Was über Basisdienstleistungen hinaus das Produktportfolio ergänzt, bieten wir über Partnerunternehmen an. Dabei liegt der Fokus zunächst auf der Auswahl von geeigneten Partnern für die Konsumenten- und Wohnbaufinanzierung sowie Versicherungen. In diesen Bereichen werden wir unseren Kundinnen und Kunden schrittweise Lebens- und Sachversicherungsangebote zur Verfügung stellen.

Es ist mir aber auch wichtig zu betonen, dass wir das Angebot an Partnerprodukten sukzessive auf- und ausbauen. Zum Marktstart konzentrieren wir uns erstmal auf die Basisfinanzdienstleistungen und darauf, dass die Kundinnen und Kunden ein positives Erlebnis bei der Eröffnung der Geschäftsbeziehung haben, denn „der erste Eindruck zählt“. Natürlich ist es auch Teil unserer Strategie Finanzdienstleistungen mit anderen Infrastrukturdienstleistungen zu kombinieren. Denken Sie zum Beispiel an E-Commerce-Lösungen, bei denen Produkt, Bezahlung und Zustellung beziehungsweise Abholung von Retouren für die Kundinnen und Kunden ein praktisches Paket sind.

Haben Sie schon ein Team für den Betrieb der Bank?

MT: Das Wiener Kernteam für Banken besteht derzeit aus rund 50 MitarbeiterInnen. Im Vertrieb sorgen etwa 150 Spezialistinnen und Spezialisten für die Betreuung der Kundinnen und Kunden und der für Bankfragen zuständigen Vertriebsmitarbeiterinnen und Vertriebsmitarbeiter in den Filialen und bei den Post Partnern. Insgesamt werden circa 5.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Bankservices in unseren Geschäftsstellen anbieten. Backoffice-Dienstleistungen haben wir weitgehend an das erfahrene Team der GRAWE Bankengruppe ausgelagert.

An dieser Stelle ist mir auch wichtig hervorzuheben, dass die Wertschöpfung in Österreich verbleibt. Dies ist und bleibt unser Heimatmarkt und unser einziger Markt. Wir konzentrieren uns auf das, wo wir für die Kundinnen und Kunden einen deutlichen Mehrwert liefern und eine klare Differenzierung gegenüber Universalbanken aufweisen. Und unser ganzer Fokus gilt Österreich.

Was halten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und Kundinnen und Kunden von der neuen Idee?

MT: Wir haben beide Gruppen sehr intensiv in die Entwicklung unserer Bank einbezogen: Bei der Definition der Kernwerte, dem Markenversprechen der bank99 und dem Konzept der neuen Bank. Alles ist im sehr umfassenden Austausch mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Kundinnen und Kunden und Partnerunternehmen entstanden. Wir haben uns auch intensiv mit Postbanken in anderen europäischen Ländern ausgetauscht. Hier gibt es einige sehr interessante Modelle, die uns praktische Anregungen mitgegeben haben und uns Sicherheit geben. Das Feedback der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beim Jahresauftakt der Österreichischen Post im Jänner 2020, wo wir auch alle Filialleiterinnen und Filialleiter der Post und alle Bankbetreuerinnen und Bankbetreuer auf den Go-live am 1. April 2020 vorbereitet haben, war sehr positiv und wir freuen uns, die Österreicherinnen und Österreicher von unserem Marktversprechen zu überzeugen.

„Die Marke Post passt perfekt zu Finanzdienstleistungen, weil sie vertrauenswürdig ist und Tradition hat.“

Martin Thomas

**PRAKTISCH AUFRICHTIG
LANGFRISTIG VERSTÄNDLICH
INKLUSIVE**

Rund 1.800

Post-Geschäftsstellen sichern die Versorgung in ganz Österreich.

Bequem und einfach –
von 0 bis 24 Uhr
Sendungen einfach
selbst abholen



Bis Ende 2019 hat die Post bereits 33 der bis Ende 2022 geplanten rund 150 neuen Poststationen an Hofer-Standorten realisiert.

Immer in der Nähe

Eine wirtschaftlich betriebene, flächendeckende Versorgung mit Dienstleistungen ist in einem Land mit der Topographie Österreichs mit vergleichsweise wenigen großen Städten und weiten Wegen für teils kleine Aufträge eine stetige Herausforderung. Die Österreichische Post sieht sich als führender Logistik- und Postdienstleister mit einem der größten Privatkundennetze des Landes in der gesellschaftlichen Verantwortung einer zuverlässigen Versorgung der gesamten Bevölkerung und Wirtschaft mit ihren Dienstleistungen. „Wir leisten einen wichtigen Beitrag zur Infrastruktur dieses Landes. Diese Verantwortung hat unsere Entscheidungen auch im Jahr 2019 maßgeblich geprägt – angefangen vom Aufbau unseres neuen flächendeckenden Finanzdienstleistungsangebots über den Ausbau von Kooperationen, wie mit Hofer, bis hin zu dem umfassenden Zukunftspaket, das wir gemeinsam mit dem Beirat der Post Partner geschnürt haben“, so Harald Kunczler, Geschäftsfeld-Leitung Filialen. Kern des Pakets sind ein neues Provisionsmodell, Verbesserungen in der IT-Ausstattung und Prozessoptimierungen im täglichen Ablauf, um insgesamt den Zeitaufwand im Annahme- und Aufgabeprozess von Sendungen zu verringern.

Das Post Partner-Konzept ist als Ergänzung zu den mehr als 400 eigenbetriebenen Filialen ein zentraler Baustein des flächendeckenden Standortnetzes der Österreichischen Post. Ein Großteil der 1.355 Post Partner sind Lebensmittelgeschäfte, Tankstellen oder Apotheken, die Verfügbarkeit der Postdienstleistung für die KundInnen auch dann sicherstellen, wenn sich keine Postfiliale in der unmittelbaren Umgebung befindet. Ergänzt wird das dichte Netz durch Selbstbedienungs-Services 24/7, über die bereits mehr als 13 Mio Transaktionen durchgeführt wurden.

DER
HEI
MAT
VERBUNDEN

POST@INSIGHT

Wir liefern Pakete
an jede Adresse.

Mehr Sicherheit im Straßenverkehr

Mit dem Beschluss, im laufenden Geschäftsjahr 2020 die gesamte LKW-Flotte mit Abbiegeassistenten auszurüsten, hat die Österreichische Post im Oktober 2019 einen wichtigen Schritt zur Erhöhung der Verkehrssicherheit auf Österreichs Straßen gesetzt. Die Umrüstung der derzeit 140 Fahrzeuge dient insbesondere dem Schutz von schwächeren VerkehrsteilnehmerInnen wie RadfahrerInnen und FußgängerInnen. Derzeit testet die Post sowohl sensorbasierte als auch sensoroptische Systeme an LKWs.



Im Oktober 2019 überreichte Birgit Sikora, Vertriebsleiterin der AfB Österreich beim CSR-Stakeholder-Roundtable 2019 der Österreichischen Post dem Konzern-IT-Team die AfB-CSR-Urkunde für sein ökologisch-soziales Engagement.

Freiwillige Umrüstung der gesamten LKW-Flotte mit Abbiegeassistenten



Robert Katzer, Geschäftsführer MAN GmbH, Toni Faber, Dompfarrer und Peter Umundum, Vorstand Paket & Logistik Österreichische Post AG

Ausgezeichnetes Engagement

Als Europas erstes gemeinnütziges IT-Unternehmen übernimmt AfB (Arbeit für Menschen mit Behinderung) seit 2004 ausgemusterte IT-Hardware von Konzernen und öffentlichen Einrichtungen. AfB bereitet die Hardware auf und verkauft sie anschließend wieder. Defekte Geräte nutzt das Unternehmen zur Ersatzteilgewinnung. Bei AfB arbeiten Menschen mit und ohne Behinderung, wirtschaftliches und umweltschonendes Handeln stehen im Zentrum der Unternehmensphilosophie.

Im Berichtsjahr startete die Österreichische Post im Rahmen ihres Engagements für Nachhaltigkeit ein Pilotprojekt mit der AfB und überließ dem Unternehmen mehr als **200 ausgemusterte Surfaces** zur professionellen Aufbereitung und Wiedervermarktung. Dank der Anzahl und Qualität der Geräte konnte die Post nicht nur Patenschaften für die Beschäftigung von Menschen mit Behinderung übernehmen, sondern auch einen wertvollen Beitrag zur Ressourcenschonung leisten: Nach der Messmethode der TU-Berlin sparte die Spende 11.820 kg Eisenäquivalent, 43.505 kWh Energie und 16.611 kg CO₂.

200

ausgemusterte Surfaces zur professionellen Aufbereitung und Wiedervermarktung.

11.820

EINSPARUNG:
Kilogramm Eisenäquivalent

+

43.505

EINSPARUNG:
Kilowattstunden Energie

16.611

EINSPARUNG:
Kilogramm Kohlenstoffdioxid

© Hitradio Ö3 Roman Pfeiffer



Robert Kratky, Radiomoderator, Georg Pözl, Generaldirektor Österreichische Post AG, Michael Landau Präsident Caritas Österreich und Sandra König, Radiomoderatorin



Mit der Ö3-Wundertüte werden aus ungenutzten Handys Spenden für den guten Zweck.

Hilfe für Kinder

Mehr als 9.500 Pakete haben die ÖsterreicherInnen vor Weihnachten 2019 direkt ans Christkind geschickt: Auch im siebenten Jahr der von der Post und dem Samariterbund ins Leben gerufenen Aktion konnte die Bevölkerung Geschenke für bedürftige Kinder mit der Adresse **#TeamChristkind** in einer Postfiliale abgeben. Die Post hat anschließend die Geschenk-Pakete durch ganz Österreich zu den Sammelstellen des Samariterbundes gebracht, von wo aus sie an die Familien verteilt wurden.

Die Österreichische Post engagiert sich weit über die Unternehmensgrenzen hinaus in unterschiedlichen sozialen Projekten für das Wohl von Kindern. Um ihre Kompetenzen sinnvoll einbringen zu können, legt die Post dabei großen Wert auf einen Bezug des sozialen Engagements zu ihrem Kerngeschäft. Neben der Aktion „Die Post macht Schule“, bei der das Unternehmen alljährlich rund 3.000 Schulboxen mit **Unterrichtsmaterialien an Volksschulen** verschickt, ist die Ö3-Wundertüte ein weiteres Beispiel für diese Mission. Diese hat die Post zwischen November 2019 und Januar 2020 bereits zum 15. Mal an alle österreichischen Haushalte geliefert. VerbraucherInnen konnten darin ihre ausgedienten Handys kostenfrei retour senden. Der Reinerlös von 600.000 Euro aus der Verwertung der Geräte wurde über den „Licht ins Dunkel“-Soforthilfefonds und die Caritas an Familien in schwierigen Lebenssituationen gespendet.

Für **SOS Kinderdorf** hat die Post von November 2019 bis Januar 2020 in der Unternehmenszentrale Container für gut erhaltene Kleidung aufgestellt. Die eingesammelten Kleidungsstücke verkauft SOS Kinderdorf über seinen Second-Hand-Online-Shop babaem.at und verschickt diese mit der Post.



Die Post ist ein verlässlicher Partner – in der Zustellung sowie für die Menschen in Österreich – und ist in der Gesellschaft verankert: Mitten im Leben.

Die Post für Österreich

1.770

Geschäftsstellen
insgesamt

9.070

ZustellerInnen

14.815

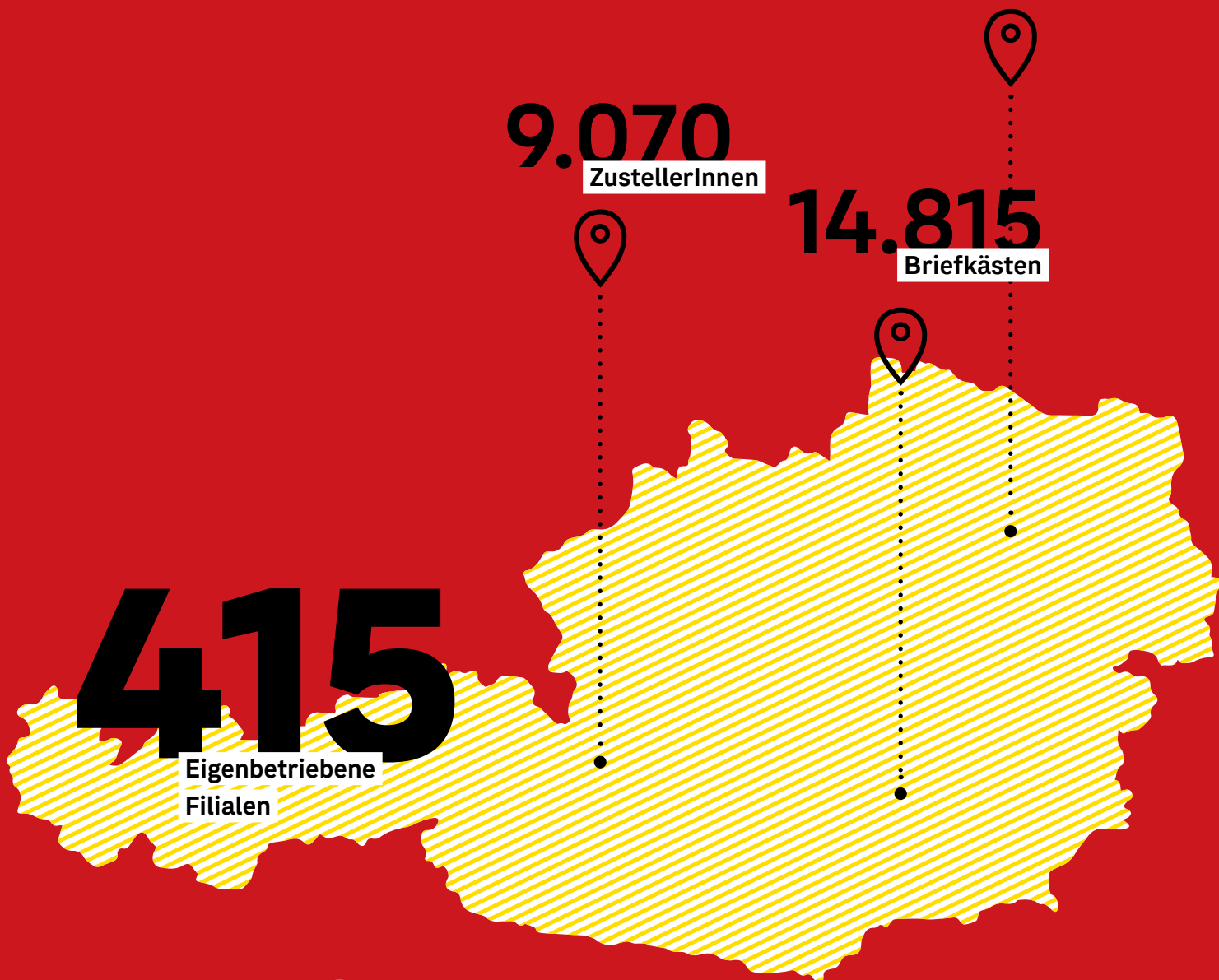
Briefkästen

415

Eigenbetriebene
Filialen

1.355

Post Partner
in ganz Österreich



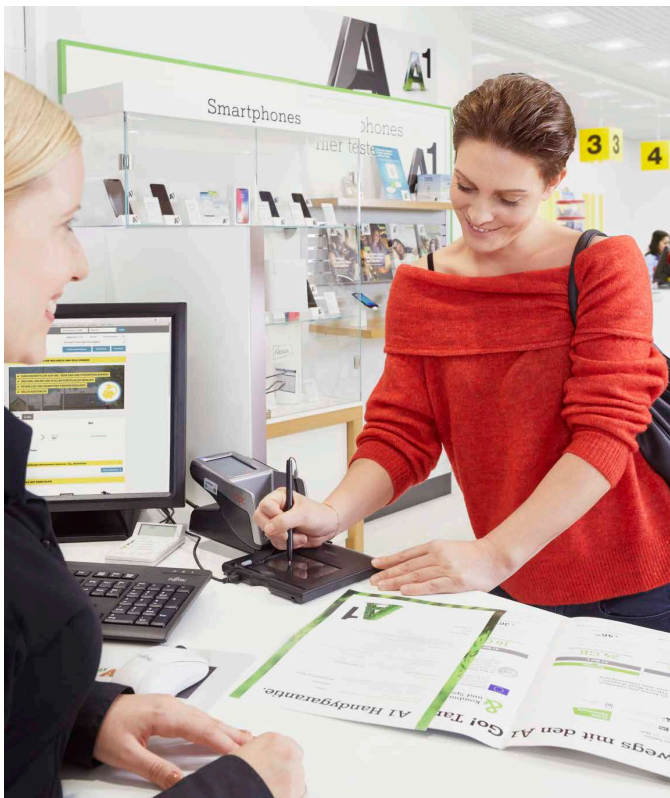
Gesellschaft

Die Post liefert jährlich 4,6 Mrd Sendungen an Haushalte in ganz Österreich. Sie sichert so zuverlässig die flächendeckende Grundversorgung der österreichischen Bevölkerung mit Postdienstleistungen – und das in höchster Qualität.

Trends und Herausforderungen

GR1 102-15, 103-2

Das Postgeschäft ist großen Veränderungen unterworfen. Die Wahrnehmung und Ausgestaltung des Versorgungsauftrags der Österreichischen Post AG wird durch verschiedene gesellschaftliche Entwicklungen beeinflusst. Die Zielgruppe wird immer komplexer und die KundInnen fordern mehr Leistungen ein – eine Aufgabe, der man sich jeden Tag aufs Neue stellen muss. Die sich wandelnden gesellschaftlichen Rahmenbedingungen



Die Post bietet ihre Services flächendeckend in ganz Österreich an.

machen kundenorientierte Anpassungen notwendig, um die Versorgung der österreichischen Bevölkerung mit Postdienstleistungen auch langfristig auf hohem Niveau zu gewährleisten.

Da der Versorgungsauftrag unmittelbar mit dem Kerngeschäft verbunden ist, sind auch die Herausforderungen im Bereich Gesellschaft eng mit wirtschaftlichen Faktoren verknüpft. Die Aufgaben resultieren im Wesentlichen aus den gesellschaftlichen Trends, die das Konsumverhalten beeinflussen. Um den Entwicklungen mit einem geeigneten Managementansatz gegenüberzutreten, beobachtet die Post diese genau und richtet ihre Leistungen daran aus.

Im gesellschaftlichen Bereich beeinflussen die Post folgende Trends:

DEMOGRAPHISCHER WANDEL

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

AUSDIFFERENZIERTER LEBENSSTILE

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

NACHHALTIGKEIT UND UMWELTBEWUSSTSEIN

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

95,2%

aller Pakete werden dem Empfänger bereits am nächsten Werktag zugestellt.

Managementansatz der Post

GRI 103-1, 103-2

Für die Österreichische Post AG hat die Sicherstellung der flächendeckenden Versorgung Österreichs mit postalischen Diensten in erstklassiger Qualität oberste Priorität. Denn damit leistet die Post 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 u. a. aus dem laufenden Dialog mit den Stakeholdern ergeben:

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

Nähere Informationen zu den wesentlichen Themen im Bereich Gesellschaft und ihrem Zusammenhang mit den SDGs finden Sie ab Seite 28.

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

Kapitel bezieht sich deshalb mehrheitlich auf die Österreichische Post AG.

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

Dem aktuellen Trend zu mehr Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein begegnet die Österreichische Post AG mit ihrer Initiative „CO₂ 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 liegt ein großer Wert darauf, dass das soziale Engagement einen Bezug zum Kerngeschäft der Post hat und die Kernkompetenz zur Unterstützung Benachteiligter sinnvoll eingebracht werden kann.

Erreichtes 2019 und Ziele 2020

GRI 103-3

Die Post hat sich zum Ziel gesetzt, die Versorgungssicherheit zu gewährleisten und die dazugehörigen Rahmenbedingungen sicherzustellen. Darüber hinaus will sie das gesellschaftliche Engagement weiter fördern. 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

T 16 Hauptziel → Versorgungssicherheit gewährleisten und Rahmenbedingungen gestalten

| Ziele 2019 | Erreicht 2019 | Geplant 2020 und darüber hinaus |
|---|---|--|
| <p>SDG 11, 16 Gewährleistung einer jederzeit zuverlässigen Zustellung und Übererfüllung der gesetzlichen Vorgaben durch die Österreichische Post AG</p> | <p>95,4% der Briefe wurden durch die Österreichische Post AG am ersten Werktag nach Einlieferung zugestellt</p> | <p>Gewährleistung einer jederzeit zuverlässigen Zustellung und Übererfüllung der gesetzlichen Vorgaben durch die Österreichische Post AG</p> |
| <p>SDG 11, 16 Sicherstellung eines österreichweiten Geschäftsstellennetzes über den gesetzlichen Versorgungsauftrag hinaus durch die Österreichische Post AG</p> | <p>Die Österreichische Post AG übertrifft die Vorgaben: Insgesamt 1.770 Standorte umfasste das Geschäftsstellennetz Ende 2019</p> | <p>Sicherstellung eines österreichweiten Geschäftsstellennetzes über den gesetzlichen Versorgungsauftrag hinaus</p> |

T17 Hauptziel → Gesellschaftliches Engagement fördern

| Ziele 2019 | Erreicht 2019 | Geplant 2020 und darüber hinaus |
|--|---|--|
| <p>SDG 11, 16 Fortführung der Unterstützung von sozialen Projekten durch die Logistikkompetenz der Post</p> | <p>Insgesamt wurden 412.000 Handys für die Ö3-Wundertüte gesammelt. 9.500 Kinder erhielten Pakete vom #TeamChristkind und 3.200 Schulboxen wurden durch die Österreichische Post AG landesweit verschickt</p> | <p>Fortführung der Unterstützung von sozialen Projekten durch die Logistikkompetenz der Post</p> |

Regionale Infrastruktur und Versorgungssicherheit

GRI 103-1, 103-2, 203-1, 102-7

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 diese Leistungen sicherzustellen, wird das flächendeckende Standortnetz kontinuierlich weiterentwickelt. Mit 9.070 Zustellern, 415 eigenbetriebenen Filialen und 1.355 Post Partnern bietet die Österreichische Post AG ihre Leistungen überall in Österreich an und ist damit ein verlässlicher Partner für ihre KundInnen. Mit einem breiten Angebot an Dienstleistungen – online wie offline – berücksichtigt das Unternehmen die Kundenbedürfnisse und bietet alltagsnahe Lösungen.

Dem demographischen Wandel und den ausdifferenzierten Lebensstilen begegnen

Im Rahmen der Versorgungssicherheit spielen die beiden gesellschaftlichen Megatrends „Demographischer Wandel“ und „Ausdifferenzierte Lebensstile“ eine wichtige Rolle für die Post. Mit dem demographischen Wandel geht eine Veränderung der Bedürfnisse der KundInnen einher. Die Österreichische Post AG will diese auch zukünftig zielgruppengerecht bedienen. Mit der zunehmenden Digitalisierung verändern sich Lebensstile und entsprechend auch die Ansprüche: Die KundInnen wollen jederzeit und von überall auf die Leistungen zugreifen können und ihre Geschäfte möglichst komfortabel, aber dennoch sicher erledigen.



Die Bedürfnisse der KundInnen ändern sich – eine individuelle und flexible Zustellung wird immer wichtiger.

Deshalb bietet die Österreichische Post AG zeitgemäße Produkte und Dienstleistungen an, die zielgenau auf die Bedürfnisse der verschiedenen Kundengruppen zugeschnitten sind. Diese verbinden die physischen und digitalen Kommunikationswelten. Um den neuen Lebensstilen entgegenzukommen, arbeitet das Unternehmen laufend an innovativen Produkten und Services, die die aktuellen Kundenbedürfnisse bestmöglich erfüllen. So möchten die KundInnen heute ihre Postgeschäfte flexibel von überall und zu unterschiedlichen Zeiten erledigen – genau das macht die Österreichische Post AG mit ihren neuen 24/7-Konzepten möglich, online wie offline. Einen Beitrag zur Erfüllung der Kundenbedürfnisse leisten auch die Wohlfühlfilialen. Das Ziel ist, den Aufenthalt in den Filialen für die KundInnen so angenehm wie möglich zu gestalten und auch die menschliche Begegnung zu fördern. Denn neben der Zweckmäßigkeit und Effizienz der angebotenen Dienstleistungen spielen auch das Erleben, das „Sich-Wohlfühlen“ und die gesamte Atmosphäre eines Ortes eine große Rolle. Insgesamt 39 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.

412.000

Handys wurden für die Ö3-Wundertüte gesammelt.

Übererfüllung der Anforderungen des Universaldienstes

Die Österreichische Post AG ist für eine schnelle, sichere und zuverlässige Versorgung der KundInnen verantwortlich. Diesen Anspruch erfüllt sie mit sechs Brief- und neun Paket-Verteilzentren sowie 242 Brief- und 30 Paket-Zustellbasen in ausgezeichneter Qualität: 2019 wurden 95,4% der Briefe bereits am nächsten Werktag und 96,1% der aufgegebenen Pakete an Privatpersonen 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 – erreicht die Österreichische Post AG wie im Vorjahr gute Werte: Im Jahr 2019 konnten 91,3% der Pakete beim ersten Versuch erfolgreich zugestellt werden.

102-7

Um die optimale Versorgung der KundInnen zu gewährleisten, stellt der Universaldienst eine weitere Anforderung: ein flächendeckendes Standortnetz mit mindestens 1.650 Geschäftsstellen. Auch hier übertrifft die Österreichische Post AG die Verpflichtungen deutlich. Mit 1.770 Geschäftsstellen, davon 415 eigenbetriebene Postfilialen und 1.355 Post Partner, ist das Unternehmen flächendeckend im ganzen Land vertreten. Das Geschäftsstellennetz zählt zu den größten Privatkundennetzen Österreichs und bietet den KundInnen damit eine sehr gute Erreichbarkeit.

Triple-win-Situation: Das Post Partner-Konzept

Die Post versorgt das gesamte Bundesgebiet zuverlässig. Dabei spielt das Post Partner-Konzept eine entscheidende Rolle: Die PartnerInnen der Post ergänzen das Standortnetz und stellen die Verfügbarkeit der Postdienstleistung für die KundInnen auch dann sicher, wenn keine Postfiliale in der Nähe ist. So sorgen sie für mehr Service, kürzere Wege und kundenfreundliche Öffnungszeiten.

Gleichzeitig stärkt das Post Partner-Konzept die nachhaltige Versorgung der Bevölkerung und bestehende wirtschaftliche Strukturen im ländlichen Raum. Denn: Ein Großteil der PartnerInnen sind Lebensmittelgeschäfte, Tankstellen oder Apotheken, die zusätzlich Postdienstleistungen neben ihrem eigenen Waren- und Dienstleistungsangebot anbieten. Das Post Partner-Konzept hat also Vorteile für alle drei Parteien: für die KundInnen, die PartnerInnen und auch die Österreichische Post AG selbst.

Gesellschaftliches Engagement 2019



Es gibt auch Kooperationen mit PartnerInnen aus dem Sozialbereich, 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 MitarbeiterInnen der Organisationen beim Wiedereinstieg in den Arbeitsmarkt.

Um zur Inklusion in Österreich beizutragen, unterstützt die Post zukünftige PartnerInnen, bei den baulichen Veränderungen ihrer Betriebe auch rechtzeitig an Anforderung der barrierefreien Gestaltung zu denken. Dafür stellt zum Beispiel das Post Partner-Management in der Region Ost Unternehmern, die an einer Post Partnerschaft interessiert sind, Informationsfolder zu einer barrierefreien Bauweise zur Verfügung.

Gesellschaftliches Engagement

GR1 103-1, 103-2

Die Österreichische Post ist eines der Leitunternehmen in Österreich und stark in der Gesellschaft verwurzelt. Sie sieht es als 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 ihrer Kernkompetenz: Sie nutzt die flächendeckende Zustellung von Sendungen und ihr österreichweites Vertriebsnetz für soziale Zwecke.

Engagement für Benachteiligte

Die Österreichische Post AG engagiert sich schon seit vielen Jahren für Benachteiligte. Ein Beispiel dafür ist die Ö3-Wundertüte, die auch in diesem Jahr in Form eines roten Papiersackerls direkt an alle Haushalte im ganzen Land geliefert wurde, um ausgediente Handys zu sammeln. VerbraucherInnen konnten so ihr altes Gerät spenden 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 gesammelt und damit Menschen in schwierigen Lebenssituationen unterstützt werden.

Gemeinsam mit dem Samariterbund hat die Post mit der Aktion #TeamChristkind auch 2019 dafür gesorgt, dass möglichst kein bedürftiges Kind in Österreich zu Weihnachten auf ein Geschenk verzichten musste. Pakete, die mit #TeamChristkind gekennzeichnet wurden, konnten im Vorfeld mit Geschenken befüllt und gratis an Sammelstellen des Samariterbundes geschickt werden. Haupt- und ehrenamtliche Samariter haben die Pakete persönlich an Kinder in sozialen Einrichtungen und benachteiligten Familien überbracht. Österreichweit sind dabei 2019 rund 9.500 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 mit ihrer Kernkompetenz.

Am Wiener Töchterttag beispielsweise können elf- bis 16-jährigen Mädchen in verschiedene Berufe schnuppern. Ziel ist, Mädchen vor der Berufswahl zu motivieren, neue und für sie teilweise auch ungewöhnliche Ausbildungswege einzuschlagen. 15 Teilnehmerinnen haben den zwölften Wiener Töchterttag Ende April 2019 im Briefzentrum, im Paketzentrum sowie bei der Transportlogistik in Inzersdorf verbracht und so einen Einblick in den Berufsalltag bei der Post erhalten.

Unter dem Titel „Die Post macht Schule“ werden jährlich rund 3.000 Schulboxen an Volksschulen in ganz Österreich verschickt. Die Boxen enthalten ansprechend gestaltete Unterrichtsunterlagen, die zum Lesen und Schreiben anregen und den SchülerInnen gleichzeitig das Postwesen näherbringen sollen.

Engagement für die Kultur

Die Österreichische Post fördert zudem sieben Post-Musikkapellen und zwei Post-Chöre mit rund 400 Mitgliedern, die sogenannten „Post-Kulturvereine“. Viele der Mitglieder sind MitarbeiterInnen der Post, aber auch andere Musikbegeisterte können mitmachen. Denn gemeinsames Musizieren sorgt für gute Stimmung und stärkt das Gemeinschaftsgefühl – nicht nur unter ArbeitskollegInnen. Gemeinsam mit dem Verein „post.sozial“ werden die Post-Kulturvereine finanziell, etwa bei der Anschaffung von Instrumenten und Uniformen, unterstützt.

Post- Kulturvereine

Die Post schafft ein starkes
Gemeinschaftsgefühl für alle
Menschen in Österreich.

Weitere Informationen _____

- 97** Über diesen Bericht
- 99** Facts & Figures
- 111** GRI-Index
- 122** Bericht über die unabhängige Prüfung
- 124** Kontakt und Impressum



Die Entwicklung der Kennzahlen in einem Drei-Jahres-Zeitraum finden Sie **ab Seite 99**



Alle berichteten GRI-Standardangaben sowie SDG-Verweise finden Sie **ab Seite 111**

Über diesen Bericht

GRI 102-46

Der Nachhaltigkeitsbericht zeigt, wie die Post ihre Verantwortung gegenüber der Umwelt, den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie der Gesellschaft wahrnimmt und in das Kerngeschäft integriert – ohne dabei die wirtschaftlichen Kriterien aus den Augen zu verlieren.

GRI 102-50, 102-52, 102-54

Der Nachhaltigkeitsbericht der Österreichischen Post wird jährlich veröffentlicht. Der vorliegende Bericht bezieht sich auf das Geschäftsjahr 2019 und schließt damit lückenlos an den Nachhaltigkeitsbericht 2018 an, der im Jahr 2019 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 Geschäftsberichterstattung 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 2019 ist im Geschäftsbericht 2019 zu finden.

GRI 102-45, 102-49

Der hier vorliegende Nachhaltigkeitsbericht bezieht sich 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 Konzernunternehmen im Vergleich als nicht wesentlich eingestuft. Die Datenbasis und -qualität der Konzernunternehmen wird kontinuierlich ausgeweitet und verbessert.

GRI 102-48

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

GRI 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.

Berichtsgrenze, Berechnungs- und Umrechnungsmethode sowie Umrechnungsfaktoren der Treibhausgasemissionen

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

Die Berichtsgrenze umfasst die Österreichische Post AG sowie ihre vollkonsolidierten Konzernunternehmen. Eine Auflistung aller im Bericht inkludierten Konzernunternehmen findet sich im Nichtfinanziellen Bericht des Geschäftsberichts 2019. Für die Berichterstattung nach GRI erfolgt keine Aufteilung nach Regionen, da der Hauptmarkt in Österreich liegt.

Die Berichterstattung der Post im Bereich der Treibhausgasemissionen bezieht sich auf CO₂-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 CO₂-Äquivalente ab.

Innerhalb Österreichs gibt es keine Flugpost. Die Emissionen aus dem nationalen Bahnverkehr werden jährlich neu evaluiert. Im Jahr 2019 sind diese aber aufgrund des eingestellten Bahntransports auf null gesunken. Die CO₂-Emissionen der Österreichischen Post AG sowie jene der Konzernunternehmen feibra, Post Systemlogistik, Post Wertlogistik, ACL, Brüll Kallmus, EMD, E-Commerce, Scanpoint und sendhybrid im Straßentransport werden in der Organisationseinheit Konzernfuhrpark in Kooperation mit der Abteilung CSR & Umweltmanagement 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 Transportlogistik 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 CO₂-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 Konzernunternehmen werden direkt bei den jeweiligen Konzernunternehmen abgefragt. Die Umweltkennzahlen der nationalen Konzernunternehmen werden in Kooperation mit den Konzernunternehmen und der Abteilung CSR & Umweltmanagement, unterstützt von Konzernimmobilien, ermittelt. Die anschließende Plausibilisierung und Konsolidierung der Kennzahlen aller Konzernunternehmen erfolgt durch die Abteilung CSR & Umweltmanagement. Bei unplausiblen oder fehlenden Kennzahlen erfolgt eine Hochrechnung auf Basis der Durchschnittswerte der Österreichischen Post AG.

Die CO₂-Emissionsfaktoren für die Österreichische Post AG und nationalen Konzernunternehmen 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 2019 zur Berechnung der CO₂-Emissionen herangezogen. Bei allen Emissionsfaktoren handelt es sich um CO₂-Äquivalente. Daher werden neben CO₂ auch weitere Klimagase berücksichtigt. An dieser Stelle wird zudem darauf hingewiesen, dass im gesamten Bericht der Begriff „CO₂“ mit CO₂-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 CO₂-Äquivalente zur Anwendung.

Für die internationalen Konzernunternehmen 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 CO₂-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 2019 ist geprägt von sinkendem Brief- (-3 %) und steigendem Paketumsatz (+18 %). 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 MitarbeiterInnen, Gesellschaft und Umwelt.

Die Datenerfassung im Konsolidierungskreis des Konzerns wurde 2019 ausgeweitet. Deshalb sind die nicht-finanziellen 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 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

GRI 102-8, 102-41, SDC 8

Die Belegschaft der Österreichischen Post AG bestand im Jahr 2019 aus durchschnittlich 17.205 Personen (Jahresmittelwert; Vollzeitäquivalente). Von diesen waren im Berichtsjahr 5.410 beamtet, 11.628 in einem Angestellten-dienstverhältnis und 168 als Aushilfs- bzw. Urlaubersatzkräfte gemäß ABGB tätig.

Alle MitarbeiterInnen (99%) bis auf die Aushilfs- bzw. Urlaubersatzkräfte gemäß ABGB (1%) unterliegen einem österreichischen Kollektivvertrag. Die Aushilfs- bzw. Urlaubersatzkräfte unterliegen gemäß Poststrukturgesetz (§ 19 Abs. 5 PTSG) den Bestimmungen des Allgemeinen Bürgerlichen Gesetzbuches (ABGB).

| | Österreichische Post AG | | | Post-Konzern ¹ | | |
|--|-------------------------|--------|--------|---------------------------|--------|--------|
| | 2017 | 2018 | 2019 | 2017 | 2018 | 2019 |
| MITARBEITER/-INNEN GESAMT (VZK²) | 17.225 | 17.406 | 17.205 | 19.956 | 20.545 | 20.338 |
| davon Frauen | 5.027 | 5.264 | 5.347 | 5.996 | 6.481 | 6.517 |
| davon Frauen (VZK in %) | 29,2 | 30,2 | 31,1 | 30,0 | 31,5 | 32,0 |
| davon Männer | 12.198 | 12.142 | 11.859 | 13.960 | 14.064 | 13.821 |
| davon Männer (VZK in %) | 70,8 | 69,8 | 68,9 | 70,0 | 68,5 | 68,0 |

| | Österreichische Post AG | | | Post-Konzern ¹ | | |
|---|-------------------------|---------------|---------------|---------------------------|---------------|---------------|
| | 2017 | 2018 | 2019 | 2017 | 2018 | 2019 |
| BEAMTETE MITARBEITER/-INNEN (VZK)² | 7.056 | 6.315 | 5.410 | n. a. | n. a. | n. a. |
| davon Frauen | 1.037 | 921 | 760 | n. a. | n. a. | n. a. |
| davon Männer | 6.019 | 5.394 | 4.650 | n. a. | n. a. | n. a. |
| MITARBEITER/-INNEN IM ANGESTELLTEN DIENSTVERHÄLTNIS (VZK) | 9.991 | 10.914 | 11.628 | n. a. | n. a. | n. a. |
| davon Frauen | 3.913 | 4.265 | 4.517 | n. a. | n. a. | n. a. |
| davon Männer | 6.078 | 6.649 | 7.111 | n. a. | n. a. | n. a. |
| MITARBEITER/-INNEN NACH ABGB (VZK)^{3, 4} | 179 | 178 | 168 | n. a. | n. a. | n. a. |
| davon Frauen | 77 | 78 | 70 | n. a. | n. a. | n. a. |
| davon Männer | 102 | 99 | 98 | n. a. | n. a. | n. a. |
| MITARBEITER/-INNEN VOLLZEIT (PERSONEN) | 15.256 | 15.324 | 15.139 | n. a. | 18.228 | 18.029 |
| davon Frauen | 3.589 | 3.753 | 3.861 | n. a. | n. a. | n. a. |
| davon Frauen (in %) | 23,5 | 24,5 | 25,5 | n. a. | n. a. | n. a. |
| davon Männer | 11.668 | 11.571 | 11.278 | n. a. | n. a. | n. a. |
| davon Männer (in %) | 76,5 | 75,5 | 74,5 | n. a. | n. a. | n. a. |
| MITARBEITER/-INNEN TEILZEIT (PERSONEN) | 3.474 | 3.600 | 3.615 | n. a. | 3.951 | 3.934 |
| davon Frauen | 2.585 | 2.652 | 2.626 | n. a. | n. a. | n. a. |
| davon Frauen (in %) | 74,4 | 73,7 | 72,6 | n. a. | n. a. | n. a. |
| davon Männer | 889 | 948 | 989 | n. a. | n. a. | n. a. |
| davon Männer (in %) | 25,6 | 26,3 | 27,4 | n. a. | n. a. | n. a. |
| DURCHSCHNITTLICHE BETRIEBSZUGEHÖRIGKEIT BEAMTETE MITARBEITER/-INNEN (JAHRE) | 33 | 34 | 34 | n. a. | n. a. | n. a. |
| DURCHSCHNITTLICHE BETRIEBSZUGEHÖRIGKEIT MITARBEITER/-INNEN IM ANGESTELLTEN- DIENSTVERHÄLTNIS (JAHRE) | 10 | 10 | 9 | n. a. | n. a. | n. a. |
| Leiharbeitskräfte (VZK)⁵ | 326 | 389 | 575 | n. a. | n. a. | n. a. |

¹ **Post-Konzern 2017:** Darin enthalten sind die Österreichische Post AG und die Konzernunternehmen 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&B Express OOD, Overseas Trade Co Ltd d.o.o. und Express One d.o.o. Sarajevo. Die hier dargestellte Kennzahl „MitarbeiterInnen gesamt VZK“ entspricht daher nicht der Anzahl der „MitarbeiterInnen gesamt (VZK)“, wie im Finanzbericht auf S. 45 angeführt.

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

Post-Konzern 2019: Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern berücksichtigt.

² VZK = Vollzeitkräfte

³ Alle beamteten MitarbeiterInnen sind unbefristet angestellt. MitarbeiterInnen im angestellten Dienstverhältnis sind überwiegend unbefristet tätig. 2019 waren davon 241 VZK befristet (inkludiert MitarbeiterInnen, die sich in der Probezeit befinden und danach in ein unbefristetes Arbeitsverhältnis übergehen). MitarbeiterInnen nach ABGB sind grundsätzlich befristet tätig.

⁴ Sie unterliegen aufgrund einer Bestimmung im Poststrukturgesetz (§19 Abs. 5 PTSG) nicht dem Kollektivvertrag.

⁵ Die Anzahl der Leiharbeitskräfte hat sich vor allem aufgrund der Mengensteigerung von Paketen (auch in Zusammenhang mit der Kooperation mit der Deutsche Post DHL Group) von 389 Vollzeitkräften (VZK) in 2018 auf 575 VZK in 2019 erhöht.

Fluktuation

GRI 401-1

Die Fluktuation in der Österreichischen Post AG liegt 2019 bei 15,5%. Die steigende Tendenz spiegelt einerseits die Situation am Arbeitsmarkt wider, ist aber auch bedingt durch die spezifische Mitarbeiterstruktur

der Österreichischen Post. Die strukturelle Veränderung – stetiger Abgang von MitarbeiterInnen im Beamtendienstverhältnis und Neuaufnahme von MitarbeiterInnen im neuen Kollektivvertrag – bedingt eine erhöhte Fluktuation.

| | Österreichische Post AG | | | Post-Konzern ¹ | | |
|--|-------------------------|--------------|--------------------------|---------------------------|--------------|--------------|
| | 2017 | 2018 | 2019 | 2017 | 2018 | 2019 |
| FLUKTUATION (ABGÄNGE ABSOLUT)² | 2.309 | 2.548 | 2.910 | n. a. | 3.280 | 3.652 |
| davon Frauen | 885 | 918 | 1.081 | n. a. | 1.211 | 1.320 |
| davon Männer | 1.424 | 1.630 | 1.829 | n. a. | 2.069 | 2.332 |
| nach Altersgruppen | | | | | | |
| unter 30 Jahren | 651 | 735 | 855 | n. a. | 969 | 1.123 |
| 30–50 Jahre | 764 | 789 | 922 | n. a. | 1.130 | 1.317 |
| ab 51 Jahren | 894 | 1.024 | 1.133 | n. a. | 1.181 | 1.212 |
| FLUKTUATION (ABGÄNGE IN %)^{2,3} | 12,3 | 13,6 | 15,5 | n. a. | 14,8 | 16,6 |
| davon Frauen | 38,3 | 36,0 | 37,1 | n. a. | 36,9 | 36,1 |
| davon Männer | 61,7 | 64,0 | 62,9 | n. a. | 63,1 | 63,9 |
| nach Altersgruppen | | | | | | |
| unter 30 Jahren | 28,2 | 28,8 | 29,4 | n. a. | 29,5 | 30,8 |
| 30–50 Jahre | 33,1 | 31,0 | 31,7 | n. a. | 34,5 | 36,1 |
| ab 51 Jahren | 38,7 | 40,2 | 38,9 | n. a. | 36,0 | 33,2 |
| ZUGÄNGE (ABSOLUT)² | 2.442 | 2.698 | n. a.⁴ | n. a. | n. a. | n. a. |
| davon Frauen | 1.050 | 1.199 | n. a. ⁴ | n. a. | n. a. | n. a. |
| davon Männer | 1.392 | 1.499 | n. a. ⁴ | n. a. | n. a. | n. a. |
| nach Altersgruppen | | | | | | |
| unter 30 Jahren | 1.346 | 1.468 | n. a. ⁴ | n. a. | n. a. | n. a. |
| 30–50 Jahre | 1.017 | 1.140 | n. a. ⁴ | n. a. | n. a. | n. a. |
| ab 51 Jahren | 79 | 90 | n. a. ⁴ | n. a. | n. a. | n. a. |
| ZUGÄNGE (IN %)^{2,3} | 13,2 | 14,4 | n. a.⁴ | n. a. | n. a. | n. a. |
| davon Frauen | 43,0 | 44,4 | n. a. ⁴ | n. a. | n. a. | n. a. |
| davon Männer | 57,0 | 55,6 | n. a. ⁴ | n. a. | n. a. | n. a. |
| nach Altersgruppen | | | | | | |
| unter 30 Jahren | 55,1 | 54,4 | n. a. ⁴ | n. a. | n. a. | n. a. |
| 30–50 Jahre | 41,6 | 42,3 | n. a. ⁴ | n. a. | n. a. | n. a. |
| ab 51 Jahren | 3,2 | 3,3 | n. a. ⁴ | n. a. | n. a. | n. a. |

¹ Post-Konzern 2017: Darin enthalten sind die Österreichische Post AG und die Konzernunternehmen 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&B 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.

Post-Konzern 2019: Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern berücksichtigt.

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

³ Abgänge/Zugänge in Relation zu Periodendurchschnitt MitarbeiterInnen (Personen).

⁴ 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.

Diversität

GRI 405-1

Die Kennzahl „Frauen in leitenden Positionen“ verzeichnet im Berichtsjahr erneut einen leichten Anstieg des Frauenanteils. Es wurden bereits zahlreiche Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie ergriffen und entsprechende Karrieremöglichkeiten geschaffen.

Mit der Expedition Elly wird Vielfalt im Unternehmen nun noch gezielter gefördert, um in den nächsten Jahren sukzessive ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis auf allen Hierarchieebenen zu erreichen.

| | Österreichische Post AG | | | Post-Konzern ¹ | | |
|---|-------------------------|--------|--------|---------------------------|--------|--------|
| | 2017 | 2018 | 2019 | 2017 | 2018 | 2019 |
| MitarbeiterInnen mit Behinderung (Anzahl Personen am Stichtag 31.12.) | 1.243 | 1.207 | 1.161 | n. a. | n. a. | n. a. |
| MITARBEITER/-INNEN (VZK²) NACH ALTERSKLASSEN | 17.225 | 17.406 | 17.205 | 19.956 | 20.545 | 20.338 |
| unter 30 Jahren | 2.317 | 2.731 | 2.956 | 2.799 | 3.396 | 3.667 |
| 30–50 Jahre | 7.690 | 7.535 | 7.437 | 9.325 | 9.377 | 9.247 |
| ab 51 Jahren | 7.218 | 7.139 | 6.813 | 7.832 | 7.772 | 7.424 |
| MITARBEITER/-INNEN NACH ALTERSKLASSEN IN % | | | | | | |
| unter 30 Jahren | 13,5 | 15,7 | 17,2 | 14,0 | 16,5 | 18,0 |
| 30–50 Jahre | 44,6 | 43,3 | 43,2 | 46,7 | 45,6 | 45,5 |
| ab 51 Jahren | 41,9 | 41,0 | 39,6 | 39,2 | 37,8 | 36,5 |
| MITARBEITER/-INNEN IN LEITENDEN POSITIONEN (VZK)³ | 887 | 778 | 725 | 993 | 972 | 916 |
| davon Frauen | 202 | 186 | 178 | 224 | 245 | 234 |
| davon Männer | 685 | 591 | 546 | 769 | 727 | 682 |
| nach Altersgruppen | | | | | | |
| unter 30 Jahren | 14 | 19 | 20 | n. a. | 24 | 33 |
| 30–50 Jahre | 438 | 363 | 341 | n. a. | 513 | 490 |
| ab 51 Jahren | 435 | 395 | 364 | n. a. | 435 | 393 |
| MITARBEITER/-INNEN IN LEITENDEN POSITIONEN IN %³ | 5,1 | 4,5 | 4,2 | 5,0 | 4,7 | 4,5 |
| davon Frauen | 22,8 | 24,0 | 24,6 | 22,6 | 25,2 | 25,6 |
| davon Männer | 77,2 | 76,0 | 75,4 | 77,4 | 74,8 | 74,4 |
| nach Altersgruppen | | | | | | |
| unter 30 Jahren | 1,6 | 2,5 | 2,7 | n. a. | 2,5 | 3,5 |
| 30–50 Jahre | 49,3 | 46,7 | 47,1 | n. a. | 52,8 | 53,5 |
| ab 51 Jahren | 49,0 | 50,9 | 50,2 | n. a. | 44,8 | 42,9 |

¹ Post-Konzern 2017: Darin enthalten sind die Österreichische Post AG und die Konzernunternehmen 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.

² Post-Konzern 2018: Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern berücksichtigt.

³ Post-Konzern 2019: Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern berücksichtigt.

² VZK = Vollzeitkräfte

³ Vorstände, Führungskreis („Direct Reports“ der Vorstände), erweiterter Führungskreis („Direct Reports“ des Führungskreises oder Schlüsselkräfte) und Führungskonferenz (Mitarbeiter der BE zwei bis fünf, die mindestens drei MitarbeiterInnen führen) sowie alle weiteren leitenden MitarbeiterInnen, die mindestens drei MitarbeiterInnen führen.

Krankenstand und Unfälle

GRI 403-9, SDG 3, 8

Die Krankenstandsquote ist trotz gestiegener Paketmengen gesunken, ebenso wie die Ausfalltage pro Krankenstand. Die Anzahl der Arbeitsunfälle hat sich von 2018 auf 2019 erhöht. Im Geschäftsjahr 2019 wurden

784 Arbeitsunfälle bei der Österreichischen Post AG erfasst. Sturz und Fall, Verkehrsunfälle sowie die Bedienung von Arbeitsmitteln zählen zu den Hauptunfallursachen.

| | Österreichische Post AG | | | Post-Konzern ¹ | | |
|---|-------------------------|-------------|------------|---------------------------|--------------|--------------|
| | 2017 | 2018 | 2019 | 2017 | 2018 | 2019 |
| KRANKENSTANDSQUOTE MITARBEITER/-INNEN (VZK² IN %) | 10,1 | 10,6 | 9,0 | n. a. | 9,7 | 8,5 |
| davon Frauen (in %) | 26,6 | 27,3 | 30,2 | n. a. | n. a. | n. a. |
| davon Männer (in %) | 73,4 | 72,7 | 69,8 | n. a. | n. a. | n. a. |
| AUSFALLTAGE PRO KRANKENSTAND (ARBEITSTAGE) | 11,3 | 11,6 | 9,7 | n. a. | n. a. | n. a. |
| davon Frauen | 8,8 | 9,0 | 8,0 | n. a. | n. a. | n. a. |
| davon Männer | 12,9 | 13,2 | 10,7 | n. a. | n. a. | n. a. |
| ANZAHL DER ARBEITSUNFÄLLE³ | 617 | 718 | 784 | 676 | 809 | 851 |
| davon Frauen | 236 | 292 | 310 | n. a. | n. a. | n. a. |
| davon Männer | 381 | 426 | 474 | n. a. | n. a. | n. a. |
| davon schwere Unfälle ⁴ | 11 | 8 | 14 | n. a. | n. a. | n. a. |
| davon Frauen | 1 | 2 | 2 | n. a. | n. a. | n. a. |
| davon Männer | 10 | 6 | 12 | n. a. | n. a. | n. a. |
| davon tödliche Unfälle | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 |
| davon Frauen | 0 | 0 | 0 | n. a. | n. a. | n. a. |
| davon Männer | 0 | 0 | 0 | n. a. | n. a. | n. a. |
| UNFALLHÄUFIGKEIT^{3, 5, 6} | 22 | 26 | 28 | n. a. | n. a. | n. a. |
| UNFALLHÄUFIGKEIT FÜR SCHWERE UNFÄLLE^{3, 4, 5} | 0,4 | 0,3 | 0,5 | n. a. | n. a. | n. a. |

¹ **Post-Konzern 2017:** Darin enthalten sind die Österreichische Post AG und die Konzernunternehmen 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&B 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.

Post-Konzern 2019: Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern berücksichtigt.

² VZK = Vollzeitkräfte

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

⁴ Unfälle mit sechs Monaten oder mehr Ausfalltagen. Nur tatsächliche Abwesenheitszeiten werden berichtet, erwartete Abwesenheitszeiten werden nicht berücksichtigt.

⁵ 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.

⁶ Die Unfallhäufigkeit für 2018 wurde aufgrund einer Änderung der Berechnungsweise rückwirkend angepasst.

Aus- und Weiterbildung

GRI 404-1, SDG 4, 5

Gut ausgebildete MitarbeiterInnen tragen entscheidend dazu bei, dass das Unternehmen erfolgreich bleibt. Deswegen bietet die Post ihren MitarbeiterInnen die Möglichkeit, sich fachlich, aber auch persönlich weiterzuentwickeln und setzt auf zielgruppen- und

kompetenzorientierte Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen. Im Vergleich zum Vorjahr hat sich die Anzahl der Seminare, der SeminarteilnehmerInnen sowie die Anzahl der Personenstunden erhöht.

| | Österreichische Post AG | | | Post-Konzern ¹ | | |
|--|-------------------------|---------|---------|---------------------------|---------|---------|
| | 2017 | 2018 | 2019 | 2017 | 2018 | 2019 |
| ANZAHL DER SEMINARE² | 1.066 | 1.062 | 1.142 | 1.133 | 1.259 | 1.296 |
| ANZAHL DER TEILNEHMER/-INNEN | 6.092 | 6.473 | 6.713 | 6.326 | 6.868 | 7.379 |
| davon Frauen (in %) | 34,3 | 39,2 | 39,2 | n. a. | n. a. | n. a. |
| davon Männer (in %) | 65,7 | 60,8 | 60,8 | n. a. | n. a. | n. a. |
| PERSONENSTUNDEN | 131.894 | 118.415 | 135.340 | n. a. | 123.496 | 142.708 |
| DURCHSCHNITTLICHE PERSONENSTUNDEN FRAUEN PRO JAHR | 8,6 | 7,7 | 8,2 | n. a. | n. a. | n. a. |
| DURCHSCHNITTLICHE PERSONENSTUNDEN MÄNNER PRO JAHR | 6,3 | 5,5 | 6,7 | n. a. | n. a. | n. a. |

¹ **Post-Konzern 2017:** Darin enthalten sind die Österreichische Post AG und die Konzernunternehmen 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&B 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.

Post-Konzern 2019: Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern berücksichtigt.

² E-Learnings nicht enthalten.

Kennzahlen aus dem Bereich Umwelt

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass alle Kennzahlen sowohl auf Echtdaten als auch auf Hochrechnungen basieren. Hochrechnungen sind notwendig, da aufgrund des Zeitpunkts der Erhebung die Verfügbarkeit an Echtdaten eingeschränkt ist. Die Vorgehensweise bei der Hochrechnung wird kontinuierlich evaluiert und weiter verbessert.

Vor dem Hintergrund eines starken Wachstums im Paketbereich 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. Eine Vergleichbarkeit auf Konzernebene mit dem Vorjahr ist daher nicht direkt möglich.

Ergänzend werden Entwicklungen der jeweiligen Kennzahlen daher nur für die Österreichische Post AG erläutert.

Energie im Überblick

GRI 302-1, SDG 7, 12, 13

Der gesamte Energieverbrauch für Immobilien und Fuhrpark der Österreichischen Post AG ist im Vergleich zum Vorjahr um 6% auf rund 376 Mio kWh gestiegen. Im Bereich Immobilien stieg der Energieverbrauch um 1% auf rund 122 Mio kWh. Im Bereich Fuhrpark stieg der Energieverbrauch um 9% auf rund 254 Mio kWh. Haupteinflussgröße ist in beiden Fällen das starke Mengenwachstum im Paketbereich (+ 18%), getragen durch die Partnerschaft der Österreichischen Post mit der Deutsche Post DHL Group. Die Österreichische Post hat

seit August 2019 die Zustellung der Privatkundenpakete der Deutsche Post DHL Group in Österreich in das eigene bestehende Logistiknetzwerk übernommen. Diese Integration und Mengensteigerung erforderte eine Kapazitätsausweitung sowohl in den Logistikzentren als auch in den Transport- und Fahrzeugkapazitäten. Gesamtheitlich betrachtet ergibt sich durch den Wegfall des DHL-eigenen Zustellnetzwerkes eine Effizienzsteigerung in der Zustellung in ganz Österreich und somit eine Verbesserung der Energie- und Umweltbilanz.

| | Einheit | Österreichische Post AG | | | Post-Konzern ¹ | | |
|---|---------|-------------------------|-------------------|-------|---------------------------|-------------------|-------|
| | | 2017 ² | 2018 ² | 2019 | 2017 ² | 2018 ² | 2019 |
| ENERGIEVERBRAUCH IMMOBILIEN UND FUHRPARK | Mio kWh | 344,1 | 354,0 | 375,9 | 421,8 | 433,1 | 486,3 |
| Energieverbrauch Immobilien gesamt ³ | Mio kWh | 125,5 | 121,6 | 122,3 | 144,4 | 139,8 | 145,5 |
| Energieverbrauch Fuhrpark gesamt ⁴ | Mio kWh | 218,6 | 232,4 | 253,6 | 277,4 | 293,3 | 340,8 |

¹ **Post-Konzern 2017:** Darin enthalten sind die Österreichische Post AG und die Konzernunternehmen 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&B 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 Konzernunternehmen Express One Hungary berücksichtigt.

Post-Konzern 2019: Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern abgebildet.

² Im Zuge des Audits wurden die Kennzahlen des Fuhrparks und der Immobilien aus dem Jahr 2017 und 2018 nach unten revidiert, da die ursprüngliche Berechnung korrigiert wurde.

³ Die Energiekennzahlen der Immobilien für das Jahr 2019 beziehen sich auf sämtliche Flächen der Post (Büro, Zustellbasen, Logistikzentren, Filialen). Die Kennzahlen der Österreichischen Post AG basieren auf Echtdaten, die bis zum Stichtag 14.01.2020 verfügbar waren. Der verbleibende Anteil basiert auf Hochrechnungswerten. Kennzahlen der Konzernunternehmen basieren auf Daten, die bis zum Stichtag 24.01.2020 von diesen zur Verfügung gestellt wurden. Teilweise wurden Hochrechnungen vorgenommen.

⁴ Die Energiekennzahlen des Fuhrparks für das Jahr 2019 beziehen sich auf alle motorisierten Fahrzeuge der Post. Für die Österreichische Post AG handelt es sich dabei um Echtdaten. Die Kennzahlen der Konzernunternehmen basieren auf Daten, die bis zum Stichtag 24.01.2020 von diesen zur Verfügung gestellt wurden. Teilweise wurden Hochrechnungen vorgenommen.

Energie Immobilien

GRI 302-1, 302-4, SDG 7, 8, 12, 13

Die Österreichische Post AG verwaltet über 1 Mio m² an Gebäudenutzflächen. Die Flächenanzahl in m² ist im Vergleich zum Jahr 2018 um 5% gestiegen. Der gesamte Energieverbrauch im Bereich Immobilien

erhöhte sich nur um 1% auf rund 122 Mio kWh. Betrachtet man die spezifischen CO₂e-Emissionen in Tonnen pro m² kam es im Vergleich zum Vorjahr zu einer Reduktion um 2,6%.

| | Einheit | Österreichische Post AG | | | Post-Konzern ¹ | | |
|---|--------------------|-------------------------|-----------|-----------|---------------------------|-------------------|-----------|
| | | 2017 | 2018 | 2019 | 2017 ² | 2018 ² | 2019 |
| GEBÄUDENUTZFLÄCHEN (m²) | m ² | 1.048.295 | 1.055.669 | 1.112.936 | 1.185.294 | 1.209.874 | 1.319.093 |
| ENERGIEVERBRAUCH IMMOBILIEN GESAMT³ | Mio kWh | 125,5 | 121,6 | 122,3 | 144,4 | 139,8 | 145,5 |
| Erdgas | Mio kWh | 32,3 | 32,7 | 32,0 | 38,9 | 38,9 | 41,3 |
| Heizöl | Mio kWh | 3,1 | 2,0 | 2,4 | 3,3 | 2,1 | 2,5 |
| Fernwärme | Mio kWh | 34,5 | 30,3 | 31,1 | 36,9 | 33,0 | 33,0 |
| Strom gesamt | Mio kWh | 55,6 | 56,6 | 56,8 | 65,3 | 65,8 | 68,7 |
| davon Strom aus erneuerbaren Energien | Mio kWh | 52,4 | 55,4 | 55,4 | 55,4 | 59,0 | 59,2 |
| davon Strom aus eigenen Photovoltaikanlagen | Mio kWh | 1,5 | 1,4 | 1,3 | 1,5 | 1,6 | 1,3 |
| davon Strom aus unbekanntem Quellen | Mio kWh | 3,1 | 1,2 | 1,4 | 9,9 | 6,8 | 9,4 |
| ENERGIEVERBRAUCH IMMOBILIEN PRO m² | kWh/m ² | 120 | 115 | 110 | 122 | 116 | 110 |

¹ **Post-Konzern 2017:** Darin enthalten sind die Österreichische Post AG und die Konzernunternehmen 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&B 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 Konzernunternehmen Express One Hungary berücksichtigt.

Post-Konzern 2019: Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern abgebildet.

² Im Zuge des Audits wurden die Kennzahlen der Immobilien aus dem Jahr 2017 und 2018 nach unten bzw. ein Wert (Gebäudenutzflächen) nach oben revidiert, da die ursprüngliche Berechnung korrigiert wurde.

³ Die Energiekennzahlen der Immobilien für das Jahr 2019 beziehen sich auf sämtliche Flächen der Post (Büro, Zustellbasen, Logistikzentren, Filialen). Die Kennzahlen der Österreichischen Post AG basieren auf Echtwerten, die bis zum Stichtag 14.01.2020 verfügbar waren. Der verbleibende Anteil basiert auf Hochrechnungswerten. Kennzahlen der Konzernunternehmen basieren auf Daten, die bis zum Stichtag 24.01.2020 von diesen zur Verfügung gestellt wurden. Teilweise wurden Hochrechnungen vorgenommen.

Energie Fuhrpark

GRI 302-1, SDG 7, 12, 13

Im Jahr 2019 legte die Österreichische Post AG für die Erbringung ihrer Dienstleistungen insgesamt 186 Mio km zurück. Im Vergleich zum Vorjahr stieg die Kilometerleistung um 9%. Haupteinflussgröße ist das starke Mengenwachstum im Paketbereich (+ 18%), getragen durch die Partnerschaft der Österreichischen Post mit der Deutsche Post DHL Group. Daher stieg auch der Treibstoffverbrauch um 9% auf 254 Mio kWh, spezifisch (pro km) reduzierte sich der Treibstoffverbrauch um 0,4%.

Die Österreichische Post hat seit August 2019 die Zustellung der Privatkundenpakete der Deutsche Post DHL Group in Österreich in das eigene bestehende Logistiknetzwerk übernommen. Diese Integration und

Mengensteigerung erforderte eine Kapazitätsausweitung in den Transport- und Fahrzeugkapazitäten. Gesamtheitlich betrachtet ergibt sich durch den Wegfall des DHL-eigenen Zustellnetzwerkes eine Effizienzsteigerung in der Zustelleistung in ganz Österreich und somit eine Verbesserung der Energie- und Umweltbilanz.

Zur weiteren Verbesserung der Umweltleistung setzt die Österreichische Post AG sehr viele Maßnahmen im Eigenfuhrpark (Ausbau E-Mobilität, moderne und energieeffiziente Fahrzeugflotte). Die direkte Beeinflussbarkeit des Energieverbrauchs ist beim Fremdfuhrpark nicht gegeben.

| | Einheit | Österreichische Post AG | | | Post-Konzern ¹ | | |
|---|------------|-------------------------|-------------------|-------|---------------------------|-------------------|-------|
| | | 2017 ² | 2018 ² | 2019 | 2017 ² | 2018 ² | 2019 |
| KILOMETERLEISTUNG³ | Mio km | 162,2 | 170,1 | 185,8 | 218,5 | 229,4 | 266,8 |
| ENERGIEVERBRAUCH FUHRPARK GESAMT³ | Mio kWh | 218,6 | 232,4 | 253,6 | 277,4 | 293,3 | 340,8 |
| davon Eigenfuhrpark | Mio kWh | 141,6 | 146,5 | 151,0 | 169,6 | 178,6 | 207,0 |
| davon Stromverbrauch E-Mobilität | Mio kWh | 1,1 | 1,2 | 1,5 | 1,1 | 1,2 | 1,5 |
| davon Fremdfuhrpark | Mio kWh | 77,0 | 85,9 | 102,6 | 107,8 | 114,7 | 133,8 |
| ENERGIEVERBRAUCH FUHRPARK PRO KM | kWh/100 km | 134,8 | 136,6 | 136,5 | 127,0 | 127,9 | 127,7 |

¹ **Post-Konzern 2017:** Darin enthalten sind die Österreichische Post AG und die Konzernunternehmen 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 Konzernunternehmen Express One Hungary berücksichtigt.

Post-Konzern 2019: Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern abgebildet.

² Im Zuge des Audits wurden die Kennzahlen des Fuhrparks aus dem Jahr 2017 und 2018 nach unten revidiert, da die ursprüngliche Berechnung korrigiert wurde.

³ Die Kennzahlen des Fuhrparks für das Jahr 2019 beziehen sich auf alle motorisierten Fahrzeuge der Post. Für die Österreichische Post AG handelt es sich dabei um Echt Daten. Die Kennzahlen der Konzernunternehmen basieren auf Daten, die bis zum Stichtag 24.01.2020 von diesen zur Verfügung gestellt wurden. Teilweise wurden Hochrechnungen vorgenommen.

Emissionen

GRI 305-1, 305-2, 305-3, SDG 3, 12, 13

Die CO₂e-Emissionen (Scope 1–3) der Österreichischen Post AG sind im Vergleich zum Vorjahr um 8 % auf 76.946 Tonnen gestiegen. Die CO₂e-Emissionen im Bereich Immobilien (Scope 1 und Scope 2) der Österreichischen Post AG sind um 3 % auf 12.701 Tonnen gestiegen. Der Anstieg der CO₂e-Emissionen (Scope 1 und Scope 3) im Fuhrpark beträgt 9 % (auf 64.245 Tonnen).

Haupteinflussgröße ist in beiden Fällen das starke Mengenwachstum im Paketbereich (+ 18 %), getragen durch die Partnerschaft der Österreichischen Post mit der Deutsche Post DHL Group. Die Österreichische Post

hat seit August 2019 die Zustellung der Privatkundenpakete der Deutsche Post DHL Group in Österreich in das eigene bestehendes Logistiknetzwerk übernommen. Diese Integration und Mengensteigerung erforderte eine Kapazitätsausweitung sowohl in den Logistikzentren als auch in den Transport- und Fahrzeugkapazitäten. Gesamtheitlich betrachtet ergibt sich durch den Wegfall des DHL eigenen Zustellnetzwerkes eine Effizienzsteigerung in der Zustelleistung in ganz Österreich und somit eine Verbesserung der Energie- und Umweltbilanz.

| | Einheit | Österreichische Post AG | | | Post-Konzern ¹ | | |
|---|--------------------------------|-------------------------|--------|--------|---------------------------|--------|---------|
| | | 2017 | 2018 | 2019 | 2017 | 2018 | 2019 |
| CO₂e-EMISSIONEN (SCOPE 1–3)² NACH GREENHOUSE GAS PROTOCOL GESAMT | t CO ₂ e | 68.982 | 71.389 | 76.946 | 88.886 | 92.361 | 105.546 |
| CO₂e-EMISSIONEN IMMOBILIEN | t CO ₂ e | 13.649 | 12.365 | 12.701 | 18.661 | 17.575 | 19.155 |
| CO ₂ e Scope 1 – Gebäude | t CO ₂ e | 7.312 | 7.078 | 7.238 | 9.063 | 8.819 | 9.122 |
| Erdgas | t CO ₂ e | 6.462 | 6.541 | 6.400 | 8.175 | 8.251 | 8.265 |
| Flüssiggas | t CO ₂ e | 0 | 0 | 179 | 0 | 0 | 179 |
| Heizöl | t CO ₂ e | 850 | 537 | 659 | 888 | 567 | 678 |
| CO ₂ e Scope 2 – Gebäude ³ | t CO ₂ e | 6.337 | 5.287 | 5.462 | 9.598 | 8.756 | 10.033 |
| Fernwärme | t CO ₂ e | 5.401 | 4.991 | 5.105 | 5.858 | 5.543 | 5.500 |
| Strom | t CO ₂ e | 936 | 296 | 358 | 3.740 | 3.213 | 4.533 |
| CO₂e-EMISSIONEN FUHRPARK | t CO ₂ e | 55.333 | 59.024 | 64.245 | 70.225 | 74.786 | 86.391 |
| CO ₂ e Scope 1 – Eigenfuhrpark | t CO ₂ e | 35.713 | 37.065 | 38.063 | 42.804 | 45.213 | 52.285 |
| CO ₂ e Scope 3 – Fremdfuhrpark | t CO ₂ e | 19.620 | 21.959 | 26.182 | 27.421 | 29.573 | 34.106 |
| CO₂e-EMISSIONEN GESAMT PRO KM | t CO ₂ e/ Mio km | 425,3 | 419,7 | 414,1 | 406,8 | 402,6 | 395,6 |

¹ Post-Konzern 2017: Darin enthalten sind die Österreichische Post AG und die Konzernunternehmen 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 Konzernunternehmen Express One Hungary berücksichtigt.

Post-Konzern 2019: Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern abgebildet.

² 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 CO₂e-Emissionen der Österreichischen Post AG für das Basisjahr 2013 wie folgt angegeben: CO₂e Scope 1 – Straßentransport (Eigentransport): 35.199 t; CO₂e Scope 1 – Gebäude: 8.887 t; CO₂e Scope 2 – Gebäude: 6.346 t; CO₂e Scope 3 – Partnerunternehmen: 19.951 t. Diese Zahlen beziehen sich ausschließlich auf die Österreichische Post AG. Die Differenz zu früher publizierten CO₂e-Emissionskennzahlen für das Jahr 2013 ergibt sich daher aus der Nichtberücksichtigung der Post Wertlogistik GmbH.

³ 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 2019 CO₂e-Emissionen in der Höhe von 20.625 t. Daraus wird ersichtlich, welchen Einfluss der Bezug von Strom aus erneuerbaren Energien hat. Die Berechnung der Scope-2-Emissionen (Strom, Fernwärme) der nationalen Konzernunternehmen erfolgt nach der Market Based Method. Das heißt, soweit vorhanden werden lieferantenspezifische Emissionsfaktoren verwendet. Die Berechnung der Scope-2-Emissionen (Strom) der internationalen Konzernunternehmen erfolgt nach der Location Based Method.

Relative Emissionen

GRI 302-1, SDG 7, 12, 13

Aufgrund der Mengenveränderungen im Brief und Paketgeschäft ist es sinnvoll, die relativen CO₂e-Emissionen für verschiedene Bezugsgrößen auszuweisen. Erstmals werden die relativen gesamten CO₂e-Emissionen bezogen auf die gesamte Kilometerleistung sowie auf den Umsatz ausgewiesen.

Die relativen CO₂e-Emissionen der Immobilien gingen im Vergleich zum Vorjahr um 2,6% auf 11,4 Tonnen pro Tsd. m² zurück.

Die relativen CO₂e-Emissionen des Fuhrparks gingen im Vergleich zum Vorjahr um 0,4% auf 345,7 Tonnen pro Mio. km zurück.

Bezogen auf den Umsatz stiegen die relativen CO₂e-Emissionen im Vergleich zum Vorjahr um 4,6% auf 41,4 Tonnen pro Mio. EUR an.

Bezogen auf die Gesamtkilometerleistung gingen die relativen CO₂e-Emissionen im Vergleich zum Vorjahr um 1,3% auf 414,1 Tonnen pro Mio. km zurück.

| Relative Kennzahlen | Einheit | Österreichische Post AG | | | Post-Konzern ¹ | | |
|--|--|-------------------------|-------|-------|---------------------------|-------|-------|
| | | 2017 | 2018 | 2019 | 2017 | 2018 | 2019 |
| CO₂e-EMISSIONEN ZU UMSATZ | t CO ₂ e/Mio EUR | 38,7 | 39,6 | 41,4 | 45,8 | 47,2 | 52,2 |
| CO₂e-EMISSIONEN GESAMT PRO KM | t CO ₂ e/Mio km | 425,3 | 419,7 | 414,1 | 406,8 | 402,6 | 395,6 |
| CO₂e-EMISSIONEN IMMOBILIEN PRO m² | t CO ₂ e/1.000 m ² | 13,0 | 11,7 | 11,4 | 15,7 | 14,5 | 14,5 |
| CO₂e-EMISSIONEN FUHRPARK PRO KM | t CO ₂ e/Mio km | 341,1 | 347,0 | 345,7 | 321,5 | 326,0 | 323,8 |

¹ **Post-Konzern 2017:** Darin enthalten sind die Österreichische Post AG und die Konzernunternehmen 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 Konzernunternehmen Express One Hungary berücksichtigt.

Post-Konzern 2019: Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern abgebildet.

Fahrzeuge

Der Bestand an E-Fahrzeugen erhöhte sich bei der Österreichischen Post AG im Jahr 2019 um 10 % auf 1.750 Stück. Der Gesamtbestand an Fahrzeugen ist im Vergleich zum Vorjahr um 3 % auf 9.510 Fahrzeuge angestiegen.

| | Österreichische Post AG | | | Post-Konzern ¹ | | |
|----------------------------------|-------------------------|--------------|--------------|---------------------------|---------------|---------------|
| | 2017 | 2018 | 2019 | 2017 | 2018 | 2019 |
| FAHRZEUGE GESAMT | 8.680 | 9.257 | 9.510 | 9.952 | 10.473 | 11.239 |
| Fahrräder | 714 | 719 | 734 | 715 | 758 | 773 |
| davon Elektrofahrräder | 613 | 620 | 649 | 613 | 621 | 650 |
| Mopeds | 809 | 921 | 977 | 944 | 970 | 1.025 |
| davon Elektromopeds | 369 | 416 | 428 | 370 | 417 | 428 |
| Fahrzeuge bis 3,5 t | 6.996 | 7.467 | 7.636 | 8.066 | 8.529 | 9.168 |
| davon Erdgasfahrzeuge bis 3,5 t | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 1 |
| davon Elektrofahrzeuge bis 3,5 t | 441 | 556 | 673 | 443 | 560 | 684 |
| Fahrzeuge über 3,5 t | 161 | 150 | 163 | 227 | 216 | 273 |

¹ **Post-Konzern 2017:** Darin enthalten sind die Österreichische Post AG und die Konzernunternehmen 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 Konzernunternehmen Express One Hungary berücksichtigt.

Post-Konzern 2019: Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern abgebildet.

Papier

GRI 301-1, SDG 8, 12

Der Papierverbrauch der Österreichischen Post AG ist aufgrund verschiedener Maßnahmen (Druckereinstellung, Sensibilisierungsmaßnahmen etc.) um 424 Tonnen niedriger. Der Anteil an Papier aus nachhaltigen Quellen (FSC bzw. PEFC) beträgt rund 85%.

| | Einheit | Österreichische Post AG | | | Post-Konzern ¹ | | |
|--|---------|-------------------------|--------------|--------------|---------------------------|--------------|--------------|
| | | 2017 | 2018 | 2019 | 2017 | 2018 | 2019 |
| PAPIERVERBRAUCH GESAMT | t | 5.539 | 5.469 | 5.045 | 5.755 | 5.697 | 5.374 |
| davon nachhaltig produziert (PEFC- und FSC-Papier) | t | 5.372 | 5.195 | 4.324 | 5.415 | 5.243 | 4.384 |

¹ **Post-Konzern 2017:** Darin enthalten sind die Österreichische Post AG und die Konzernunternehmen 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 Konzernunternehmen Express One Hungary berücksichtigt.

Post-Konzern 2019: Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern abgebildet.

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 auf ein SDG einzahlt, ist dies an entsprechender Stelle aufgeführt.

| GRI-Standard-Nummer | GRI-Standard-Titel | Angabe Nummer | Angabe Titel Individuelle Punkte der Angaben (a', b', c', etc.) werden nicht gelistet | SDGs | Informationen zu Angaben bzw. Verweis | Auslassungsgründe / Anmerkungen |
|---|--------------------|---------------|--|--|---|---------------------------------|
| UNIVERSELLE STANDARDS | | | | | | |
| GRI 101: GRUNDLAGEN 2016 | | | | | | |
| GRI 102: ALLGEMEINE ANGABEN 2016 | | | | | | |
| ORGANISATIONSPROFIL | | | | | | |
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-1 | Name der Organisation | | Österreichische Post AG | |
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-2 | Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen | | S. 14f Geschäftsbericht 2019: S. 04f | |
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-3 | Hauptsitz der Organisation | | Rochusplatz 1, A-1030 Wien | |
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-4 | Betriebsstätten | | S. 15 Geschäftsbericht 2019: S. 04f | |
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-5 | Eigentumsverhältnisse und Rechtsform | | S. 14 Geschäftsbericht 2019: S. 79ff | |
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-6 | Belieferte Märkte | | S. 15 Geschäftsbericht 2019: S. 05 | |
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-7 | Größe der Organisation | | S. 14f, 91f Geschäftsbericht 2019: S. 04f, 79ff, 210f | |
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-8 | Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeitern | SDG 8: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum | S. 99 | |
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-12 | Externe Initiativen | | S. 18f | |
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-13 | Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen | | post.at/mitgliedschaften | |
| SUSTAINABLE CORPORATE GOVERNANCE | | | | | | |
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-11 | Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip | | S. 21f Geschäftsbericht 2019: S. 48, 51, 55, 59, 68, 73, 99ff | |
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-14 | Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers | | S. 10ff | |
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-15 | Wichtige Auswirkungen, Risiken und Chancen | | S. 39, 53f, 71f, 89 Geschäftsbericht 2019: S. 44, 48, 51, 55, 59, 66, 71 | |

| GRI-Standard-Nummer | GRI-Standard-Titel | Angabe Nummer | Angabe Titel Individuelle Punkte der Angaben ('a', 'b', 'c', etc.) werden nicht gelistet | SDGs | Informationen zu Angaben bzw. Verweis | Auslassungsgründe / Anmerkungen |
|--------------------------------------|--------------------|---------------|---|--|--|--|
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-16 | Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen | SDG 16: Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen | S. 20 Geschäftsbericht 2019: S. 49ff | |
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-17 | Verfahren zu Beratung und Bedenken in Bezug auf die Ethik | SDG 16: Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen | Geschäftsbericht 2019: S. 49ff | |
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-18 | Führungsstruktur | | Geschäftsbericht 2019: S. 22ff | |
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-19 | Delegation von Befugnissen | | Geschäftsbericht 2019: S. 22ff | |
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-20 | Zuständigkeit auf Vorstandsebene für ökonomische, ökologische und soziale Themen | | S. 20f Geschäftsbericht 2019: S. 42 | |
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-21 | Dialog mit Stakeholdern zu ökonomischen, ökologischen und sozialen Themen | SDG 16: Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen | S. 24f Geschäftsbericht 2019: S. 43 | |
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-22 | Zusammensetzung des höchsten Kontrollorgans und seiner Gremien | SDG 16: Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen | Geschäftsbericht 2019: S. 23f | |
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-23 | Vorsitzender des höchsten Kontrollorgans | SDG 16: Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen | Geschäftsbericht 2019: S. 23f | |
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-24 | Nominierung und Wahl des höchsten Kontrollorgans | SDG 5: Geschlechtergleichheit SDG 16: Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen | Geschäftsbericht 2019: S. 23f | |
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-25 | Interessenkonflikte | SDG 16: Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen | Geschäftsbericht 2019: S. 26f | Die Berichterstattung zu dieser Angabe erfolgt freiwillig und daher nur teilweise. |
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-35 | Vergütungspolitik | | Geschäftsbericht 2019: S. 29ff | |
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-41 | Tarifverträge | SDG 8: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum | S. 99f | |
| STAKEHOLDER MANAGEMENT | | | | | | |
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-40 | Liste der Stakeholder-Gruppen | | S. 25 | |
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-42 | Ermittlung und Auswahl der Stakeholder | | S. 24 | |
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-43 | Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern | | S. 24f, 45, 74 | |
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-44 | Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen | | S. 24, 45 | |
| ANGABEN ZUR BERICHTERSTATTUNG | | | | | | |
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-45 | Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten | | S. 14, 97 Geschäftsbericht 2019: S. 124, 210f | |
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-46 | Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen | | S. 14, 28ff, 97f | |

| GRI-Standard-Nummer | GRI-Standard-Titel | Angabe Nummer | Angabe Titel Individuelle Punkte der Angaben (a', b', c', etc.) werden nicht gelistet | SDGs | Informationen zu Angaben bzw. Verweis | Auslassungsgründe/Anmerkungen |
|---------------------|--------------------|---------------|--|------|---------------------------------------|-------------------------------|
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-47 | Liste der wesentlichen Themen | | S. 28ff | |
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-48 | Neudarstellung von Informationen | | S. 97 | |
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-49 | Änderungen bei der Berichterstattung | | S. 97 | |
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-50 | Berichtszeitraum | | S. 97 | |
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-51 | Datum des letzten Berichts | | 13. März 2019 | |
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-52 | Berichtszyklus | | S. 97 | |
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-53 | Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht | | S. 124 | |
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-54 | Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards | | S. 97 | |
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-55 | GRI-Inhaltsindex | | S. 111 | |
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-56 | Externe Prüfung | | S. 97, 122 | |

WESENTLICHES THEMA: WACHSTUM UND WERTSCHÖPFUNG

GRI 103: MANAGEMENTANSATZ 2016

| | | | | | | |
|---------|------------------|-------|--|--|-------------|--|
| GRI 103 | Managementansatz | 103-1 | Erläuterung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzungen | | S. 28ff, 40 | |
| GRI 103 | Managementansatz | 103-2 | Der Managementansatz und seine Bestandteile | | S. 40 | |
| GRI 103 | Managementansatz | 103-3 | Beurteilung des Managementansatzes | | S. 40f | |

GRI 201: WIRTSCHAFTLICHE LEISTUNG 2016

| | | | | | | |
|---------|--------------------------|-------|--|---|---|---|
| GRI 201 | Wirtschaftliche Leistung | 201-1 | Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert | SDG 2: Kein Hunger SDG 5: Geschlechtergleichheit SDG 7: Bezahlbare und saubere Energie SDG 8: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum SDG 9: Industrie, Innovation und Infrastruktur | S. 41ff Geschäftsbericht 2019: S. 55 | Nicht zutreffend: Weitere Informationen zu dieser Angabe sind nicht zutreffend. |
| GRI 201 | Wirtschaftliche Leistung | 201-2 | Finanzielle Folgen des Klimawandels für die Organisation und andere mit dem Klimawandel verbundene Risiken und Chancen | SDG 13: Maßnahmen zum Klimaschutz | S. 43, 54 | Vertraulichkeitseinschränkungen: Kosten sowie finanzielle Risiken oder Chancen werden aus Vertraulichkeitsgründen nicht veröffentlicht. |

GRI 203: INDIREKTE ÖKONOMISCHE AUSWIRKUNGEN 2016

| | | | | | | |
|---------|------------------------------------|-------|--|--|-------------|---|
| GRI 203 | Indirekte ökonomische Auswirkungen | 203-1 | Infrastrukturinvestitionen und geförderte Dienstleistungen | SDG 2: Kein Hunger SDG 5: Geschlechtergleichheit SDG 7: Bezahlbare und saubere Energie SDG 9: Industrie, Innovation und Infrastruktur SDG 11: Nachhaltige Städte und Gemeinden | S. 43f, 91f | Es handelt sich in diesem Fall um kommerzielle Investitionen. |
|---------|------------------------------------|-------|--|--|-------------|---|

| GRI-Standard-Nummer | GRI-Standard-Titel | Angabe Nummer | Angabe Titel Individuelle Punkte der Angaben ('a', 'b', 'c', etc.) werden nicht gelistet | SDGs | Informationen zu Angaben bzw. Verweis | Auslassungsgründe/Anmerkungen |
|---|-------------------------------|---------------|--|--|---|--|
| WESENTLICHES THEMA: UNTERNEHMENSKULTUR UND ARBEITSWELTEN | | | | | | |
| GRI 103: MANAGEMENTANSATZ 2016 | | | | | | |
| GRI 103 | Managementansatz | 103-1 | Erläuterung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzungen | | S. 28ff, 72, 76 Geschäftsbericht 2019: S. 46ff, 49ff | |
| GRI 103 | Managementansatz | 103-2 | Der Managementansatz und seine Bestandteile | | S. 71f, 76 Geschäftsbericht 2019: S. 46ff, 49ff | |
| GRI 103 | Managementansatz | 103-3 | Beurteilung des Managementansatzes | | S. 72f Geschäftsbericht 2019: S. 46ff, 49ff | |
| GRI 205: KORRUPTIONSBEKÄMPFUNG 2016 | | | | | | |
| GRI 205 | Korruptionsbekämpfung | 205-1 | Betriebsstätten, die auf Korruptionsrisiken geprüft wurden | SDG 16: Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen | Geschäftsbericht 2019: S. 49ff | |
| GRI 205 | Korruptionsbekämpfung | 205-2 | Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung | SDG 16: Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen | Geschäftsbericht 2019: S. 49ff | Die genaue Schulungsquote konnte aufgrund interner Umstrukturierungen im Jahr 2019 nicht erfasst werden. Im Jahr 2020 soll die Zahl wieder berichtet werden. |
| GRI 205 | Korruptionsbekämpfung | 205-3 | Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen | SDG 16: Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen | Geschäftsbericht 2019: S. 49ff | Im Berichtszeitraum gab es keine Korruptionsfälle. |
| GRI 206: WETTBEWERBSWIDRIGES VERHALTEN 2016 | | | | | | |
| GRI 206 | Wettbewerbswidriges Verhalten | 206-1 | Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung | SDG 16: Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen | Im Jahr 2019 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 Post wurde im Juni 2019 beim Kartellgericht ein Antrag auf Abstellung bzw. Feststellung des Missbrauchs marktbeherrschender Stellung eingebracht. Die Vorwürfe betreffen vor allem eine angebliche Diskriminierung der Antragsteller durch Gewährung nachteiliger Preiskonditionen, Behinderung im Wettbewerb sowie Unzulässigkeit der vertraglich vereinbarten Geheimhaltungsklauseln und unrichtige Anwendung von Umsatzsteuerregelungen. Das Verfahren ist noch in erster Instanz anhängig. |
| GRI 401: BESCHÄFTIGUNG 2016 | | | | | | |
| GRI 401 | Beschäftigung | 401-1 | Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation | | S. 101 | Nicht anwendbar: Gemäß Post-interner Definition wird zur Berechnung der Zugänge und Abgänge der Jahresdurchschnitt herangezogen. |
| GRI 401 | Beschäftigung | 401-2 | Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmern oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden | | S. 74 | |

| GRI-Standard-Nummer | GRI-Standard-Titel | Angabe Nummer | Angabe Titel Individuelle Punkte der Angaben (a', b', c', etc.) werden nicht gelistet | SDGs | Informationen zu Angaben bzw. Verweis | Ausschlussgründe/Anmerkungen |
|--|-------------------------------------|---------------|--|--|--|--|
| GRI 402: ARBEITNEHMER-ARBEITGEBER-VERHÄLTNIS 2016 | | | | | | |
| GRI 402 | Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis | 402-1 | Mindestmitteilungsfrist für betriebliche Veränderungen | SDG 8: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum | 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. | |
| GRI 405: DIVERSITÄT UND CHANCENGLEICHHEIT 2016 | | | | | | |
| GRI 405 | Diversität und Chancengleichheit | 405-1 | Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten | SDG 5: Geschlechtergleichheit SDG 8: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum | S. 102 Geschäftsbericht S. 25f | |
| GRI 419: SOZIOÖKONOMISCHE COMPLIANCE 2016 | | | | | | |
| GRI 419 | Sozioökonomische Compliance | 419-1 | Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich | SDG 16: Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen | Im Jahr 2019 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 2019 keine wesentlichen Klagen, Sanktionen oder Geldbußen wegen der Verletzung von Gesetzen oder Vorschriften im sozialen Bereich. | Gegen die Post wurde im Juni 2019 beim Kartellgericht ein Antrag auf Abstellung bzw. Feststellung des Missbrauchs marktbeherrschender Stellung eingebracht. Die Vorwürfe betreffen vor allem eine angebliche Diskriminierung der Antragsteller durch Gewährung nachteiliger Preiskonditionen, Behinderung im Wettbewerb sowie Unzulässigkeit der vertraglich vereinbarten Geheimhaltungsklauseln und unrichtige Anwendung von Umsatzsteuerregelungen. Das Verfahren ist noch in erster Instanz anhängig. |

| GRI-Standard-Nummer | GRI-Standard-Titel | Angabe Nummer | Angabe Titel Individuelle Punkte der Angaben ('a', 'b', 'c', etc.) werden nicht gelistet | SDGs | Informationen zu Angaben bzw. Verweis | Auslassungsgründe/Anmerkungen |
|---------------------|--------------------|---------------|---|------|---------------------------------------|-------------------------------|
|---------------------|--------------------|---------------|---|------|---------------------------------------|-------------------------------|

WESENTLICHES THEMA: RESSOURCENEFFIZIENZ

GRI 103: MANAGEMENTANSATZ 2016

| | | | | | | |
|---------|------------------|-------|--|--|-------------|--|
| GRI 103 | Managementansatz | 103-1 | Erläuterung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzungen | | S. 28ff, 54 | |
| GRI 103 | Managementansatz | 103-2 | Der Managementansatz und seine Bestandteile | | S. 54, 61 | |
| GRI 103 | Managementansatz | 103-3 | Beurteilung des Managementansatzes | | S. 54ff | |

GRI 301: MATERIALIEN 2016

| | | | | | | |
|---------|-------------|-------|---|---|--------|--|
| GRI 301 | Materialien | 301-1 | Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen | SDG 8: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum SDG 12: Nachhaltiger Konsum und Produktion | S. 110 | |
|---------|-------------|-------|---|---|--------|--|

GRI 301: ABWASSER UND ABFALL 2016

| | | | | | | |
|---------|---------------------|-------|--|---|-------|--|
| GRI 306 | Abwasser und Abfall | 306-2 | Abfall nach Art und Entsorgungsmethode | SDG 3: Gesundheit und Wohlergehen SDG 12: Nachhaltiger Konsum und Produktion | S. 61 | 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. |
|---------|---------------------|-------|--|---|-------|--|

WESENTLICHES THEMA: KLIMASCHUTZ UND ENERGIE

GRI 103: MANAGEMENTANSATZ 2016

| | | | | | | |
|---------|------------------|-------|--|--|-------------|--|
| GRI 103 | Managementansatz | 103-1 | Erläuterung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzungen | | S. 28ff, 54 | |
| GRI 103 | Managementansatz | 103-2 | Der Managementansatz und seine Bestandteile | | S. 54, 56 | |
| GRI 103 | Managementansatz | 103-3 | Beurteilung des Managementansatzes | | S. 54ff | |

GRI 302: ENERGIE 2016

| | | | | | | |
|---------|---------|-------|---|--|--------------------|--|
| GRI 302 | Energie | 302-1 | Energieverbrauch innerhalb der Organisation | SDG 7: Bezahlbare und saubere Energie SDG 12: Nachhaltiger Konsum und Produktion SDG 13: Maßnahmen zum Klimaschutz | S. 97f, 105ff, 109 | |
|---------|---------|-------|---|--|--------------------|--|

| GRI-Standard-Nummer | GRI-Standard-Titel | Angabe Nummer | Angabe Titel Individuelle Punkte der Angaben (a', b', ,c', etc.) werden nicht gelistet | SDGs | Informationen zu Angaben bzw. Verweis | Ausschlussgründe/Anmerkungen |
|---|---------------------------------|---------------|---|---|--|---|
| | | | | SDG 7: Bezahlbare und saubere Energie SDG 8: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum SDG 12: Nachhaltiger Konsum und Produktion SDG 13: Maßnahmen zum Klimaschutz | | |
| GRI 302 | Energie | 302-4 | Verringerung des Energieverbrauchs | | S. 60f, 106ff | |
| GRI 305: EMISSIONEN 2016 | | | | | | |
| | | | | SDG 3: Gesundheit und Wohlergehen SDG 12: Nachhaltiger Konsum und Produktion SDG 13: Maßnahmen zum Klimaschutz | | |
| GRI 305 | Emissionen | 305-1 | Direkte THG-Emissionen (Scope 1) | | S. 97f, 108 | |
| | | | | SDG 3: Gesundheit und Wohlergehen SDG 12: Nachhaltiger Konsum und Produktion SDG 13: Maßnahmen zum Klimaschutz | | |
| GRI 305 | Emissionen | 305-2 | Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2) | | S. 97f, 108 | |
| | | | | SDG 3: Gesundheit und Wohlergehen SDG 12: Nachhaltiger Konsum und Produktion SDG 13: Maßnahmen zum Klimaschutz | | |
| GRI 305 | Emissionen | 305-3 | Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3) | | S. 97f, 108 | |
| WESENTLICHES THEMA: VERANTWORTUNGSVOLLER EINKAUF | | | | | | |
| GRI 103: MANAGEMENTANSATZ 2016 | | | | | | |
| | | | | | S. 28ff, 54 Geschäftsbericht 2019: S. 46ff | |
| GRI 103 | Managementansatz | 103-1 | Erläuterung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzungen | | | |
| | | | | | S. 54, 63 Geschäftsbericht 2019: S. 46ff | |
| GRI 103 | Managementansatz | 103-2 | Der Managementansatz und seine Bestandteile | | | |
| | | | | | Geschäftsbericht 2019: S. 46ff | |
| GRI 103 | Managementansatz | 103-3 | Beurteilung des Managementansatzes | | | |
| GRI 102: ALLGEMEINE ANGABEN 2016 | | | | | | |
| | | | | SDG 8: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum | Geschäftsbericht 2019: S. 46ff | |
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-9 | Lieferkette | | | |
| | | | | | S. 14 Geschäftsbericht 2019: S. 46ff | |
| GRI 102 | Allgemeine Angaben | 102-10 | Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette | | | |
| GRI 204: BESCHAFFUNGSPRAKTIKEN 2016 | | | | | | |
| | | | | SDG 12: Nachhaltiger Konsum und Produktion | S. 63 | Der Begriff lokale Lieferanten bezieht sich auf Lieferanten aus Österreich. |
| GRI 204 | Beschaffungspraktiken | 204-1 | Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten | | | |
| GRI 308: UMWELTBEWERTUNG DER LIEFERANTEN 2016 | | | | | | |
| | | | | | Geschäftsbericht 2019: S. 46ff | |
| GRI 308 | Umweltbewertung der Lieferanten | 308-2 | Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen | | | |

| GRI-Standard-Nummer | GRI-Standard-Titel | Angabe Nummer | Angabe Titel Individuelle Punkte der Angaben ('a', 'b', 'c', etc.) werden nicht gelistet | SDGs | Informationen zu Angaben bzw. Verweis | Auslassungsgründe/Anmerkungen |
|--|-----------------------------------|---------------|---|---|---------------------------------------|-------------------------------|
| GRI 414: SOZIALE BEWERTUNG DER LIEFERANTEN 2016 | | | | | | |
| GRI 414 | Soziale Bewertung der Lieferanten | 414-2 | Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen | SDG 5: Geschlechtergleichheit SDG 8: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum SDG 16: Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen | Geschäftsbericht 2019: S. 46ff | |

WESENTLICHES THEMA: ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEITSSCHUTZ

GRI 103: MANAGEMENTANSATZ 2018

| | | | | | | |
|---------|------------------|-------|--|--|-------------|--|
| GRI 103 | Managementansatz | 103-1 | Erläuterung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzungen | | S. 28ff, 77 | |
| GRI 103 | Managementansatz | 103-2 | Der Managementansatz und seine Bestandteile | | S. 77ff | |
| GRI 103 | Managementansatz | 103-3 | Beurteilung des Managementansatzes | | S. 72f | |

GRI 403: ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEITSSCHUTZ 2018

| | | | | | | |
|---------|---|-------|---|--|--------------|--|
| GRI 403 | Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz | 403-1 | Managementsystem für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz | SDG 8: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum | S. 28ff, 79f | |
| GRI 403 | Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz | 403-2 | Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen | SDG 3: Gesundheit und Wohlergehen SDG 8: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum | S. 79f | |
| GRI 403 | Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz | 403-3 | Arbeitsmedizinische Dienste | SDG 3: Gesundheit und Wohlergehen | S. 79 | |
| GRI 403 | Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz | 403-4 | Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz | SDG 8: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum | S. 79f | |
| GRI 403 | Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz | 403-5 | Mitarbeiterschulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz | SDG 3: Gesundheit und Wohlergehen SDG 8: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum | S. 79 | |
| GRI 403 | Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz | 403-6 | Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter | SDG 3: Gesundheit und Wohlergehen | S. 78 | |
| GRI 403 | Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz | 403-7 | Vermeidung und Abmilderung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz | SDG 3: Gesundheit und Wohlergehen SDG 8: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum | S. 79f | |

| GRI-Standard-Nummer | GRI-Standard-Titel | Angabe Nummer | Angabe Titel Individuelle Punkte der Angaben (a', b', c', etc.) werden nicht gelistet | SDGs | Informationen zu Angaben bzw. Verweis | Auslassungsgründe/Anmerkungen |
|---------------------|---|---------------|--|--|---------------------------------------|---|
| | | | | | | Produktivstunden werden aus Vertraulichkeitsgründen nicht veröffentlicht. |
| | | | | | | Im Jahr 2019 wurde evaluiert, ob eine Darstellung der Unfallhäufigkeit für Leiharbeitskräfte erfolgen kann. Da die Produktivstunden der Leiharbeiter nicht zur Verfügung stehen, kann aktuell keine Berichterstattung erfolgen. |
| GRI 403 | Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz | 403-9 | Arbeitsbedingte Verletzungen | SDG 3: Gesundheit und Wohlergehen SDG 8: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum | S. 103 | Information nicht verfügbar: Darstellung der Leiharbeiter nach Geschlecht |

WESENTLICHES THEMA: AUS- UND WEITERBILDUNG

GRI 103: MANAGEMENTANSATZ 2016

| | | | | | | |
|---------|------------------|-------|--|--|--------------|--|
| GRI 103 | Managementansatz | 103-1 | Erläuterung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzungen | | S. 28ff, 80f | |
| GRI 103 | Managementansatz | 103-2 | Der Managementansatz und seine Bestandteile | | S. 80f | |
| GRI 103 | Managementansatz | 103-3 | Beurteilung des Managementansatzes | | S. 72f | |

GRI 404: AUS- UND WEITERBILDUNG 2016

| | | | | | | |
|---------|------------------------|-------|--|---|--------|---|
| GRI 404 | Aus- und Weiterbildung | 404-1 | Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten | SDG 4: Hochwertige Bildung SDG 5: Geschlechtergleichheit | S. 104 | Information nicht verfügbar: Gemäß den in der Ausbildungsdatenbank hinterlegten Personendaten ist keine Auswertung nach Führungsebene oder sonstiger Funktion möglich (keine Systemschnittstellen). |
| GRI 404 | Aus- und Weiterbildung | 404-2 | Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe | SDG 8: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum | S. 80f | |

WESENTLICHES THEMA: DATENSCHUTZ UND DATENSICHERHEIT

GRI 103: MANAGEMENTANSATZ 2016

| | | | | | | |
|---------|------------------|-------|--|--|--------------------------------------|--|
| GRI 103 | Managementansatz | 103-1 | Erläuterung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzungen | | Geschäftsbericht 2019: S. 28ff, 69ff | |
| GRI 103 | Managementansatz | 103-2 | Der Managementansatz und seine Bestandteile | | Geschäftsbericht 2019: S. 69ff | |
| GRI 103 | Managementansatz | 103-3 | Beurteilung des Managementansatzes | | Geschäftsbericht 2019: S. 69ff | |

| GRI-Standard-Nummer | GRI-Standard-Titel | Angabe Nummer | Angabe Titel Individuelle Punkte der Angaben (a', b', c', etc.) werden nicht gelistet | SDGs | Informationen zu Angaben bzw. Verweis | Auslassungsgründe/Anmerkungen |
|---|-------------------------------|---------------|---|--|---------------------------------------|--|
| GRI 418: SCHUTZ DER KUNDENDATEN 2016 | | | | | | |
| GRI 418 | Schutz der Kundendaten | 418-1 | Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes und den Verlust von Kundendaten | SDG 16: Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen | | Im Jahr 2019 gab es ein amtswegig eingeleitetes Prüfverfahren, drei Einzelbeschwerdeverfahren sowie ein Verwaltungsstrafverfahren in Bezug auf die Hochrechnung der Partei-affinitäten u. a., welche seitens der Datenschutzbehörde entschieden wurden, jedoch nicht rechtskräftig sind. Außerdem gab es ein Prüfverfahren hinsichtlich Offline-Retargeting, das von der Behörde eingestellt wurde. Ferner entschied die Datenschutzbehörde in Sachen eines stehengelassenen Postdepotbeutels gegen die Post, die dagegen Beschwerde erhoben hat. In einem Verfahren, in welchem die Post selbst keine Partei war, hat die Post der Behörde mit Verweis auf das Postgeheimnis keine Auskunft über Postsendungen erteilt und wurde dafür mit einer Verwaltungsstrafe von EUR 600 bestraft. Die Post hat diese Strafe bezahlt. |

WEITERE WESENTLICHE THEMEN OHNE GRI ENTSPRECHUNG

WESENTLICHES THEMA: INNOVATION UND ZUKUNFTSTECHNOLOGIEN

GRI 103: MANAGEMENTANSATZ 2016

| | | | | | | |
|----------------|-------------------------|--------------|--|--|--------------|--|
| GRI 103 | Managementansatz | 103-1 | Erläuterung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzungen | | S. 28ff, 43f | |
| GRI 103 | Managementansatz | 103-2 | Der Managementansatz und seine Bestandteile | | S. 43f | |
| GRI 103 | Managementansatz | 103-3 | Beurteilung des Managementansatzes | | S. 40f | Interne Steuerungsgröße ist derzeit in Evaluierung |

WESENTLICHES THEMA: SERVICE UND KUNDENORIENTIERUNG

GRI 103: MANAGEMENTANSATZ 2016

| | | | | | | |
|----------------|-------------------------|--------------|--|--|--------------|---|
| GRI 103 | Managementansatz | 103-1 | Erläuterung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzungen | | S. 28ff, 44f | |
| GRI 103 | Managementansatz | 103-2 | Der Managementansatz und seine Bestandteile | | S. 44f | Interne Steuerungsgrößen sind die Ergebnisse der Kundenzufriedenheitsanalyse (CSI). |
| GRI 103 | Managementansatz | 103-3 | Beurteilung des Managementansatzes | | S. 40f | |

| GRI-Standard-Nummer | GRI-Standard-Titel | Angabe Nummer | Angabe Titel Individuelle Punkte der Angaben (a', b', c', etc.) werden nicht gelistet | SDGs | Informationen zu Angaben bzw. Verweis | Ausschlussgründe/Anmerkungen |
|---------------------|--------------------|---------------|--|------|---------------------------------------|------------------------------|
|---------------------|--------------------|---------------|--|------|---------------------------------------|------------------------------|

WESENTLICHES THEMA: GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

GRI 103: MANAGEMENTANSATZ 2016

| | | | | | | |
|---------|------------------|-------|--|--|--------------|--|
| GRI 103 | Managementansatz | 103-1 | Erläuterung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzungen | | S. 28ff, 93f | |
| GRI 103 | Managementansatz | 103-2 | Der Managementansatz und seine Bestandteile | | S. 93f | Interne Steuerungsgröße: Gesamtausgaben der Sponsorings und Spenden-aufträge |
| GRI 103 | Managementansatz | 103-3 | Beurteilung des Managementansatzes | | S. 90f | |

WESENTLICHES THEMA: KUNDENNÄHE

GRI 103: MANAGEMENTANSATZ 2016

| | | | | | | |
|---------|------------------|-------|--|--|--------------|--|
| GRI 103 | Managementansatz | 103-1 | Erläuterung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzungen | | S. 28ff, 44f | |
| GRI 103 | Managementansatz | 103-2 | Der Managementansatz und seine Bestandteile | | S. 44f | Interne Steuerungsgrößen sind die Ergebnisse der Kundenzufriedenheits-analyse (CSI). |
| GRI 103 | Managementansatz | 103-3 | Beurteilung des Managementansatzes | | S. 40f | |

WESENTLICHES THEMA: REGIONALE INFRASTRUKTUR UND VERSORGUNGSSICHERHEIT

GRI 103: MANAGEMENTANSATZ 2016

| | | | | | | |
|---------|------------------|-------|--|--|---------------|--|
| GRI 103 | Managementansatz | 103-1 | Erläuterung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzungen | | S. 28ff, 91ff | |
| GRI 103 | Managementansatz | 103-2 | Der Managementansatz und seine Bestandteile | | S. 91ff | |
| GRI 103 | Managementansatz | 103-3 | Beurteilung des Managementansatzes | | S. 90 | |

Wien, am 21. Februar 2020

Der Vorstand



DI DR. GEORG PÖLZL
Generaldirektor
Vorstandsvorsitzender



DI WALTER OBLIN
Generaldirektor-Stellvertreter
Vorstand Brief & Finanzen



DI PETER UMUNDUM
Mitglied des Vorstands
Vorstand Paket & Logistik

Bericht über die unabhängige Prüfung der nichtfinanziellen Berichterstattung

GRI 102-56

An den Vorstand der Österreichische Post Aktiengesellschaft

Wir haben die unabhängige Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit der Angaben und Kennzahlen zur Nachhaltigkeitsleistung für das Geschäftsjahr 2019 im Nachhaltigkeitsbericht 2019 (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 verlassen, 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 umfasst 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;
- Risikoeinschätzung, einschließlich 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 ausgewählte 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 virtuellen Standortbesuchs bei einer internationalen Tochtergesellschaft (City Express d.o.o.) zur Einschätzung 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 Gesamtdarstellung der Angaben sowie kritisches Lesen der sogenannten Magazin-Textabschnitte;
- Einschätzung der Konsistenz der GRI Standards Option „Kern“ mit den Angaben und Kennzahlen im Nachhaltigkeitsbericht;

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, Aussagen aus externen Dokumentationsquellen und Expertenmeinungen sowie Verweise auf weiterführende Berichterstattungsformate der Gesellschaft 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 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 28. Februar 2020



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 Design

Berichtsmanufaktur GmbH, Hamburg

Projektleitung, Redaktion, Organisation/ Koordination

Österreichische Post AG
CSR und Umweltmanagement
Investor Relations;
Berichtsmanufaktur GmbH, Hamburg

Fotografie

Ian Ehm, Wien
Österreichische Post AG

Druck

Print Alliance HAV Produktions GmbH, Bad Vöslau

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.

Informationen zum Datenschutz siehe post.at/datenschutz.

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

Redaktionsschluss: 11. März 2020

**Die Post ist ein
verlässlicher Partner –
in der Zustellung sowie
für die Menschen
in Österreich – und fest
in der Gesellschaft
verankert.**

**Die Post – Ihr
verlässlicher**

Partner

Ganz
persönlich.
Die Post —



post.at/csr