

Gemeinsam

ZUK

UNFT

DENK

EN

ÖSTERREICHISCHE POST

Nachhaltigkeitsbericht 2020



#immereinelösungliefern



DER VORSTAND – von links nach rechts:

DI Walter Oblin (Generaldirektor-Stellvertreter, Vorstand Brief & Finanzen),
DI Dr. Georg Pölzl (Generaldirektor, Vorstandsvorsitzender),
DI Peter Umundum (Mitglied des Vorstands, Vorstand Paket & Logistik)

**#
IMMER
EINE
LÖSUNG
LIEFERN**

**Unsere integrierte
Unternehmens- und
Nachhaltigkeitsstrategie**

In diesem Bericht
ab Seite 14

IHRE BEGLEITERIN IM ALLTAG – DIE ÖSTERREICHISCHE POST ALS KONSTANTE LIEBE LESER*INNEN,

DAS JAHR 2020 war für uns alle ein sehr besonderes Jahr. Die Geschehnisse haben uns alle in erheblichem Maße gefordert, unser aller Leben stark beeinflusst.

GRI 102-14

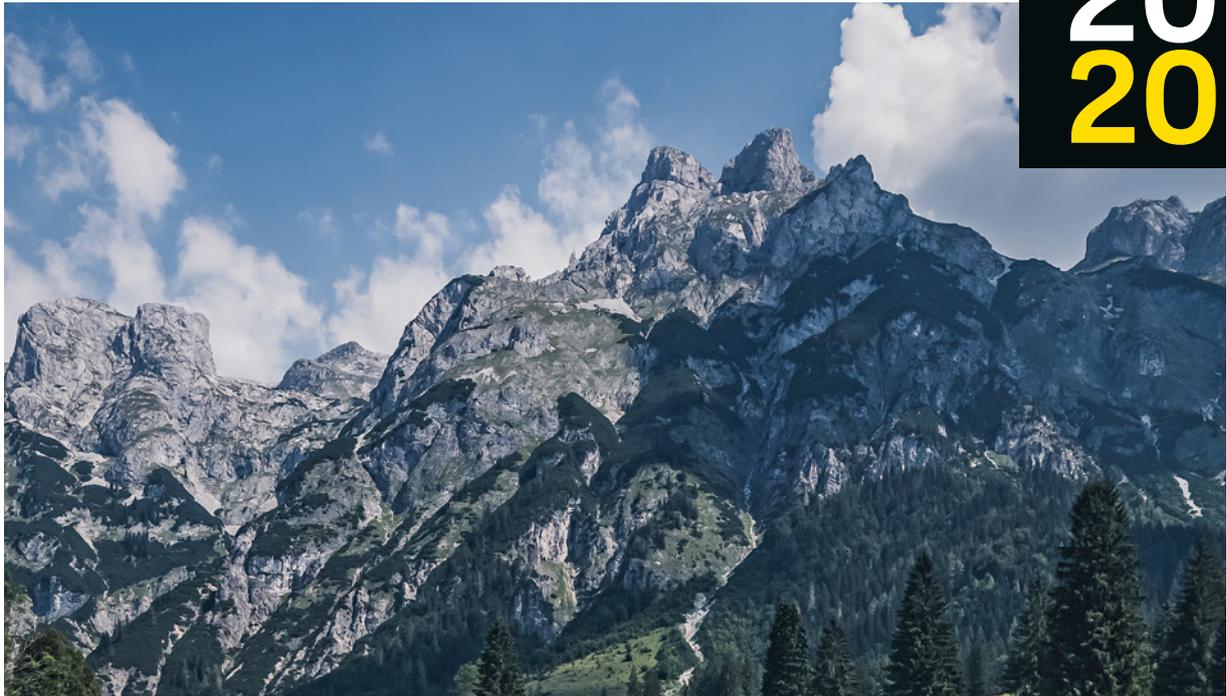
WIR, DIE POST, sehen uns mitten in diesem Leben, für Menschen. Das war unsere Normalität vor Beginn der Pandemie. An diesem Selbstverständnis hat sich nichts geändert. Die Post setzt ihren Weg auch in dieser ungewöhnlichen Zeit fort. Wir passen unsere Strategie an, rücken die Nachhaltigkeit in den Fokus unseres Tuns und bewegen uns auf Wachstumskurs. Mit dem übergeordneten Unternehmenszweck „Wir liefern immer eine Lösung“ stellen wir unser Selbstverständnis als Dienstleisterin in den Mittelpunkt, unsere Arbeit für Menschen. Das prägt uns auch in Zukunft.

UNSERE NEUE STRATEGIE zeigt, wie wir unsere wirtschaftlichen Ziele mit unserer sozialen und ökologischen Verantwortung verknüpfen. Dazu wollen wir uns als Unternehmen neu fokussieren: Einerseits werden wir uns auf jene Märkte konzentrieren, wo wir die größten Erfolge erwarten – andererseits wollen wir Nachhaltigkeit, Diversität und Kund*innenorientierung in alle unsere Aktivitäten einfließen lassen.

MIT DEM MASTERPLAN NACHHALTIGKEIT 2030 legen wir offen, welche Themen im Bereich Nachhaltigkeit für uns Priorität haben und welche ambitionierten Ziele wir uns in unseren Handlungsfeldern Wirtschaft & Kund*in, Klima & Umwelt sowie Mensch & Soziales setzen. Wir sind schon seit 2007 Mitglied beim UN Global Compact und bekennen uns ausdrücklich zu den Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen. So gewährleisten wir einen international gültigen Handlungsrahmen. In unserem aktuellen Nachhaltigkeitsbericht zeigen wir, welche Erfolge wir im vergangenen Jahr in Sachen Nachhaltigkeit erreicht haben und vor allem, wohin wir noch wollen. **Wir wünschen Ihnen eine inspirierende Lektüre.**

INHALT

20
20



Informationen zu CORONA

IM BERICHTSJAHR 2020

hat die COVID-19 Pandemie die Menschen und die Wirtschaft weltweit empfindlich getroffen. Auch die Österreichische Post spürt die Auswirkungen. Mit dem übergeordneten Unternehmenszweck „Wir liefern immer eine Lösung“ stellen wir auch in diesen ungewöhnlichen Zeiten unser Selbstverständnis als Dienstleisterin in den Mittelpunkt und denken lösungsorientiert. Als Unternehmen, das sich mitten im Leben der Menschen bewegt, tragen wir eine besondere Verantwortung.



Durch die COVID-19 Pandemie stehen wir neuen Herausforderungen gegenüber. Im Jahr 2020 ist die Paketmenge um 30% gestiegen. Trotzdem versorgen wir weiterhin die Bevölkerung in Österreich und garantieren die Zustellung auch in Quarantäne- und Risikogebieten. Zu den wirtschaftlichen Effekten finden Sie weitere Informationen im Kapitel → **WIRTSCHAFT & KUND*IN**. Mehr Pakete bedeuten auch längere Strecken und damit mehr Emissionen. Die Lieferungen im Einklang mit unserer Nachhaltigkeitsstrategie zu bewältigen, ist eine weitere Herausforderung aus der Pandemie. Dazu informieren wir im Kapitel → **UMWELT & KLIMA**. Eine zentrale Aufgabe ist zudem der Schutz der Beschäftigten: Das Arbeiten im operativen Betrieb findet unter strengen Hygienemaßnahmen statt. Bei der Etablierung der Maßnahmen tauschen wir uns eng mit der Gesundheitsbehörde aus. Mehr zum Schutz unserer Mitarbeiter*innen lesen Sie im Kapitel → **MENSCH & SOZIALES**.

LESEFÜHRUNG Unsere Piktogramme verweisen auf andere Berichtsstellen sowie weiterführende Informationen.

Gemeinsam Zukunft denken

WER AN SICH SELBST DEN ANSPRUCH STELLT, immer eine Lösung zu bieten, der fragt nicht, **OB** etwas geht, sondern **WIE** es funktionieren kann. Dafür sind Impulse von außen wichtig. Für eine erweiterte Perspektive arbeiten wir eng mit Expert*innen für Wirtschaft, Umwelt und Soziales zusammen. So handeln wir zukunftsorientiert und sichern unseren langfristigen Erfolg. In diesem Bericht wollen wir sie zu Wort kommen lassen.

04 **#immer eine Lösung liefern**

04 – Vorstandsinterview

08 – Im Dialog mit Zukunftsexpert*innen

12 **Unternehmen & Verantwortung**

12 – Die Post im Überblick

14 – Integrierte Unternehmens- & Nachhaltigkeitsstrategie

23 – Wesentliche Themen

28 – Nachhaltige Governance & Compliance

34 – Nachhaltigkeits- & Klimarisikomanagement

44 – Stakeholder Management

48 **Wirtschaft & Kund*in**

48 – Paketwachstum von Wien bis Istanbul

56 – Wachstumsschritte der Post

Wesentliche Themen

60 – Nachhaltige Präsenz & Privat-kund*innenangebote

63 – Nachhaltige Brief- & Paketprodukte

66 – Nachhaltige Beschaffung

69 – Stakeholder Value

72 **Umwelt & Klima**

72 – So wird Nachhaltigkeit ein Programm für alle

80 – Grüne und effiziente Lösungen

Wesentliche Themen

87 – Grüne & effiziente Mobilität

90 – Grüne & effiziente Immobilien

91 – Ressourceneffiziente Prozesse

93 – Kreislaufwirtschaft

94 **Mensch & Soziales**

94 – Wissen, was in Corona-Zeiten zählt: Sicher geht's weiter

98 – Verantwortungsbewusst handeln

Wesentliche Themen

107 – Unternehmens- & Arbeitskultur

111 – Integriertes Diversitätsmanagement

113 – Arbeits- & Gesundheitsschutz

117 – Digitale Verantwortung

119 – Gesellschaftlicher Dialog & Kooperationen

121 **Weitere Informationen**

123 – Prinzipien der Berichterstattung

125 – Facts & Figures

137 – GRI-Index

149 – Glossar

150 – Bericht über die unabhängige Prüfung

152 – Kontakt & Impressum

#

IMMER
EINE
LÖSUNG
LIEFERN



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 erfolgreich auf Kurs zu halten sowie fit für die Zukunft zu machen.

AUSSERGEWÖHNLICHE ZEITEN, AUSSERGEWÖHNLICHE LEISTUNG

GRI 102-14

DIE WELT STAND 2020 IM ZEICHEN VON CORONA. WAS BEDEUTETE DAS FÜR DIE ÖSTERREICHISCHE POST?

Georg Pözl_ **Eine ganz besondere Verantwortung** und Herausforderung: Als systemkritisches Unternehmen mussten wir nicht nur die postalische Versorgung des Landes und seiner Bevölkerung sicherstellen, sondern gleichzeitig dem Schutz unserer Mitarbeiter*innen oberste Priorität einräumen.

Um unter erschwerten Bedingungen extreme Mengen zu bearbeiten, die tägliche Zustellung auch in Quarantänegebieten sicherzustellen und unsere Filialen offen zu halten, haben alle Mitarbeiter*innen an einem Strang gezogen und Großes geleistet.

Walter Oblin_ **Im Hinblick auf die Stabilität** der Versorgung, die Sicherheit von Belegschaft und Kund*innen und im verantwortungsvollen Umgang mit der Pandemie haben wir als Unternehmen keine Kosten und Mühen gescheut. Das ist durchaus wörtlich zu verstehen: Hohe Mehrkosten durch Schutz- und Gesundheitsmaßnahmen haben sich negativ auf unser Ergebnis ausgewirkt. Dass wir es in diesem Kontext geschafft haben, unseren Aktienkurs stabil zu halten, betrachten wir als Erfolg und externes Zeichen des Vertrauens in unser Unternehmen.

HABEN DIE DURCH DIE AUSWIRKUNGEN DER PANDEMIE ENORM GESTIEGENEN PAKETMENGEN NICHT FÜR MEHR UMSATZ UND GEWINN GESORGT?

Peter Umundum_ **Betrachtet man nur den Paketbereich**, stimmt das: Die Pandemie hat dem E-Commerce einen erheblichen Schub verliehen. Wir haben über Wochen mehr als 700.000 Pakete zugestellt – Rekordmengen, die wir sonst nur von Weihnachten kennen. **Der absolute Spitzenwert wurde am 7. Dezember mit 1,3 Mio transportierten Paketen erreicht. Allerdings generiert die Division Brief & Werbepost nach wie vor mehr als die Hälfte des Umsatzes der Post.** Und das Briefgeschäft hat die Corona-Krise mit einem Umsatzrückgang von rund 7% hart getroffen. Geschlossene Behörden und Unternehmen verschicken keine Briefe. Auch unser Werbeumsatz ging um mehr als 11% zurück: Als der stationäre Handel geschlossen war, wurden auch keine Flugblätter oder adressierten Werbebriefe an Kund*innen verschickt. Um diese Entwicklungen und die Zusatzkosten für Sicherheitsmaßnahmen vollständig auszugleichen, reichte das Paket-Hoch nicht aus.

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

Walter Oblin ist seit 1. Juli 2012 Finanzvorstand der Österreichischen Post. Mit Jänner 2019 wurde er zum Generaldirektor-Stellvertreter ernannt und übernahm zusätzlich zu seiner Tätigkeit als Finanzvorstand auch die Ergebnisverantwortung für das Geschäftsfeld Brief.

**„Wir haben keine
Kosten und
Mühen gescheut.“**

Walter Oblin



Pözl_ Der Paketboom mit einer Steigerung von mehr als 30% gegenüber dem Vorjahr und hoher Volatilität bestätigt unseren bereits 2017 begonnenen Weg eines massiven Ausbaus unserer Kapazitäten, mit dem wir bis 2030 die Mengenverarbeitung in unseren Logistikzentren mehr als verdoppeln und damit unsere gute Stellung im Paketmarkt Österreich festigen. Dass die Teams während der laufenden Kapazitätserweiterung an Spitzentagen bereits bis zu 1,3 Mio Sendungen bearbeitet haben, ist eine enorme Leistung.

**IM NOVEMBER HAT DIE POST IHRE NEUE STRATEGIE
VERÖFFENTLICHT. DABEI RÄUMEN SIE DER NACHHALTIGKEIT
EINE BESONDERE ROLLE EIN ...**

Pözl_ Das Thema war für uns auch in der Vergangenheit wichtig. Das belegt unsere Pionierrolle etwa bei der CO₂-neutralen Zustellung oder der Teilnahme am Frauen-Karriere-Index. In unsere aktualisierte Strategie haben wir Nachhaltigkeit, Diversität und Kund*innenorientierung als zentrale Leitlinien integriert. Künftig überprüfen wir jede strategische Maßnahme und jedes Projekt auf den Beitrag zu diesen Themen.

Darüber hinaus haben wir einen umfassenden Masterplan zur Nachhaltigkeit erarbeitet, den wir bis 2030 abarbeiten werden. Dafür haben wir uns übergeordnete Ziele in drei Dimensionen der Nachhaltigkeit gesetzt: In der Dimension Wirtschaft & Kund*in geht es dabei um die Steigerung der Kund*innenzufriedenheit sowie nachhaltige und ökoeffiziente Produkt- und Servicegestaltung. Im Bereich Umwelt & Klima ist unser Ziel die Dekarbonisierung der Logistik. 2030 wollen wir eine 100% CO₂-freie Zustellung in Österreich. In der Dimension Mensch & Soziales forcieren wir Diversität und Wertschätzung.

**IN DER STRATEGIE SIND DAS WACHSTUM IN NEUEN
MÄRKTEN UND DER AUSBAU DES FILIAL- UND DIGITALANGEBOTS
ENTHALTEN. KÖNNEN SIE KONKRETE BEISPIELE FÜR DIE
UMSETZUNG DIESER ZIELE NENNEN?**

Umendum_ Im Berichtsjahr haben wir unsere Anteile an der Paketdienstleisterin **Aras Kargo auf 80% erhöht.** Das Unternehmen ist die Nummer eins im B2C-Versand in der **Türkei.** Mit der Beteiligung verbreitern wir unseren Zugang zu einem attraktiven, dynamischen und stark wachsenden Markt.

„In der Dimension Mensch & Soziales forcieren wir Diversität und Wertschätzung.“

Georg Pözl

100

Prozent CO₂-freie Zustellung in Österreich bis 2030.

IMMER EINE LÖSUNG LIEFERN

**NACHHALTIGKEIT, DIVERSITÄT UND
KUND*INNENORIENTIERUNG
ALS LEITLINIE FÜR ALLE AKTIVITÄTEN**

1



**Verteidigung der Marktführerschaft
und Profitabilität im Kerngeschäft**

2



**Profitables Wachstum
in nahen Märkten**

3



**Ausbau des Filial- und Digital-
angebots für Privatkund*innen
und KMUs**

Mehr zu unserer integrierten
Unternehmens- und Nachhaltigkeits-
strategie ab Seite 14.

„Im Berichtsjahr haben wir unsere Anteile an der Paket- dienstleisterin Aras Kargo auf 80% erhöht.“

Peter Umundum

Oblin_ **Mit dem Start der bank99** sind wir 2020 einen mutigen und erfolgreichen Schritt im Filial- und Digitalgeschäft für Privatkund*innen gegangen. Der Erfolg gibt uns recht: **Bislang haben sich bereits mehr als 60.000 Kund*innen für das stetig wachsende Leistungsangebot unseres Bankangebots mit rund 1.800 Geschäftsstellen entschieden.**

ZUM SCHLUSS EIN KURZER AUSBLICK: WELCHE NACHHALTIGKEITSZIELE HABEN SIE SICH FÜR DAS JAHR 2021 GESETZT?

Oblin_ **Im Bereich Wirtschaft & Kund*in** haben wir uns die Durchführung von Öko- und Sozialbilanzierungen vorgenommen. Wir prüfen die Produkte „Brief“, „Paket“, „Werbesendungen“ und ausgewählte Dienstleistungen sowie unsere Selbstbedienungslösungen systematisch auf ihre Auswirkungen auf die Umwelt und die Gesellschaft. Auf dieser Basis wollen wir unsere Produkte nachhaltig verbessern.

Umundum_ **In der Dimension Umwelt & Klima** werden wir die E-Flotte weiter ausbauen und 2021 weitere 600 E-Fahrzeuge anschaffen. Das zählt auf unser großes Ziel einer vollständig emissionsfreien Zustellung aller Briefe und Pakete bis 2030 ein.

Pözl_ **Bei der Dimension Mensch & Soziales** geht es um das Wichtigste, was eine Logistikdienstleisterin hat: die Mitarbeiter*innen. Deren Gesundheit und Zufriedenheit hat deshalb für uns oberste Priorität. **2021 wollen wir alles tun, um ein wertschätzendes und sicheres Arbeitsumfeld zu gewährleisten.** Und nach dem in bislang unbekannter Dimension herausfordernden Jahr 2020 wollen wir uns bei den Kolleg*innen auch an dieser Stelle nochmals herzlich für ihren außergewöhnlichen Einsatz bedanken.

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

Peter Umundum ist seit 1. April 2011 Vorstand Paket & Logistik der Österreichischen Post. Seine Verantwortungsbereiche umfassen das Paketgeschäft Österreich und Tochterunternehmen in acht weiteren Ländern mit Schwerpunkt CEE/SEE und Türkei. Darüber hinaus trägt er die Gesamtverantwortung für die Brief- und Paketlogistik Österreich mit rund 13.000 Mitarbeitenden.

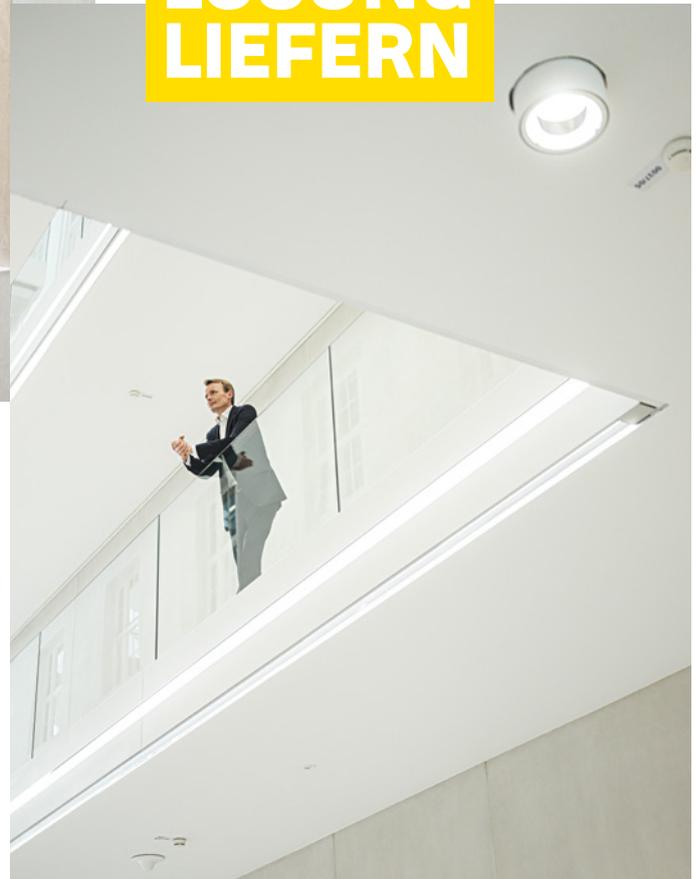


**IM DIALOG
MIT**

**ZUK
UNFTS
EXPERT
*INNEN**



**IMMER
EINE
LÖSUNG
LIEFERN**



**STEFAN HEIGLAUER, LEITUNG PAKET ÖSTERREICH,
UND CARSTEN WALLMANN, LEITUNG CEE PAKET & TÜRKEI**

**NÄCHSTE SCHRITTE IN ISTANBUL:
WARUM DER TREND ZUM PAKET GRENZENLOS IST**
„Aras Kargo“ heißt unsere größte Tochter, die im dynamischen Markt der Türkei zuhause ist und genau wie wir einen echten Paket-Boom erlebt. Wir sprechen mit unseren Experten darüber, warum es sich lohnt, über die Ländergrenzen zu schauen, und welche Rolle die Nachhaltigkeit im Wachstum spielt.

Mehr dazu im Interview auf Seite 48

Wer gleich in mehreren Dimensionen denkt, muss im Nachgang weniger korrigieren.

SIGRID STAGL, AUFSICHTSRÄTIN DER ÖSTERREICHISCHEN POST
und Universitätsprofessorin an der Wirtschaftsuniversität Wien



**#
IMMER
EINE
LÖSUNG
LIEFERN**

UMWELTSCHUTZ UND WIRTSCHAFTLICHKEIT: (K)EIN WIDERSPRUCH?
Die jüngste Teildisziplin der Wirtschaftswissenschaften nennt sich „Ökologische Ökonomie“ und hat wichtige Antworten auf die Fragen, wie Nachhaltigkeit ein Programm für alle werden kann. Sigrid Stagl erklärt, warum grüne Verpackungen und Uniformen auch betriebswirtschaftlich Sinn machen.

Mehr dazu im Interview auf Seite 72

DIE POST & CORONA: WIE MACHT MAN JEDEN EINZELNEN HANDGRIFF SICHER?

Verantwortung übernehmen im großen Stil:

Wir erfahren, was neben Desinfektionsmittel, Handschuhen und Plexiglasscheiben der wirksamste Schutz vor einer COVID-19 Ansteckung ist und wie auch das Schwarze Brett hier einen wertvollen Beitrag leisten kann.

Mehr dazu im Interview auf Seite 94

IMMER
EINE
LÖSUNG
LIEFERN



URSULA BACHMAIR, LEITUNG GESUNDHEITSMANAGEMENT,
UND FRANZ NIGL, LEITUNG PERSONALMANAGEMENT

DIE POST IM ÜBERBLICK

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

Der Österreichische Post-Konzern – im Folgenden Österreichische Post, Konzern bzw. Post genannt – ist mit rund 23.000 Mitarbeiter*innen und einem jährlichen Umsatz von über zwei Mrd EUR führender Logistik- und Postdienstleister des Landes. Als Teil der kritischen Infrastruktur gewährleistet die Österreichische Post die Versorgungssicherheit des Landes. Das Kerngeschäft bilden die Beförderung von Briefen, Werbesendungen, Printmedien, Paketen sowie verschiedene Logistik- und Mehrwertdienstleistungen. Im flächen-deckendsten Filialnetz Österreichs werden neben Services zu Post und Telekommunikation auch Finanzdienstleistungen angeboten.

Unternehmensstruktur und Geschäftsfelder

GRI 102-2, 102-5, 102-7, 102-10

Mehrheitsaktionärin des Konzerns ist die Österreichische Beteiligungs AG – ÖBAG. Detaillierte Informationen zum Unternehmen sowie zur Post-Aktie und zur Aktionärsstruktur finden Sie im Geschäftsbericht 2020.

Zu unseren Hauptgeschäftsbereichen zählen die Beförderung von Briefen, Werbesendungen, Printmedien und Paketen. Die Geschäftsaktivitäten werden in drei Divisionen unterteilt; Brief & Werbepost, Paket & Logistik und Filiale & Bank.

Die Division Brief & Werbepost nimmt Briefe, Postkarten, adressierte und unadressierte Werbesendungen sowie Zeitungen an, sortiert diese und stellt sie zu. Ergänzt wird das Angebot durch neue Dienstleistungen für Geschäfts- und Werbepost wie Adress- und Datenmanagement, Poststellenmanagement, intelligentes Scanning und Response-Management.

Die Division Filiale & Bank bietet Post- und Telekommunikationsprodukte sowie Finanzdienstleistungen an. Das neue Bankangebot der Post, die bank99, ist am 1. April 2020 erfolgreich gestartet. Ergänzend zu den genannten Bereichen stellen wir auch Energieservices zur Verfügung.

Das Kerngeschäft der Division Paket & Logistik ist die Beförderung von Paketen und Post Express-Sendungen (ehemals EMS) für Privat- und Geschäftskund*innen. Sie umfasst auch unsere ausländischen Tochterunternehmen und ist damit in neun weiteren

Ländern vertreten. Im Berichtszeitraum erhöhte die Post ihre Anteile an der Aras Kargo, sie hält nun 80% an der türkischen Paketdienstleisterin. Neben der Expresszustellung werden auch vielfältige Mehrwertdienstleistungen angeboten. Dazu gehören Fulfillment-Lösungen wie Lagerung, Kommissionierung, Retouren-Management, Geld- und Werttransporte, Webshop-Logistik sowie Webshop-Infrastrukturen.

Division Brief & Werbepost

643 Mio

Briefe

313 Mio

Printmedien und
336 Mio Regionalmedien

412 Mio

adressierte Werbe-
sendungen und 2,9 Mrd
unadressierte Werbe-
sendungen

95,6%

der bei der Post aufge-
gebenen Briefe erreichen
ihre Empfänger*innen
schon am nächsten Werktag

Der Bereich Corporate ergänzt die operativen Divisionen und beschäftigt sich vor allem mit Dienstleistungen im Bereich der Konzernverwaltung, dem Innovationsmanagement und der Entwicklung neuer Geschäftsmodelle.

— siehe Geschäftsbericht 2020 S. 10f, 99ff, 103ff



Präsenz der Österreichischen Post

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

Die Post ist mit ihren Konzernunternehmen in zehn Ländern aktiv, jedoch werden 86% 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 1.765 Geschäftsstellen, davon 403 eigenen und 1.362 Post Partnern, bietet die Österreichische Post AG ihre Leistungen flächendeckend in Österreich an. Das Geschäftsstellennetz der Österreichischen Post AG zählt zu den größten für Privatkund*innen des Landes.

— siehe Geschäftsbericht 2020 S. 10f, 99ff, 103ff

Division Paket & Logistik

166^{Mio}

Pakete und Post Express-Sendungen

92,8%

aller Pakete werden innerhalb von zwei Werktagen zugestellt

93,4%

aller Pakete werden den Empfänger*innen bereits am nächsten Werktag zugestellt

Internationale Märkte

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

Flächendeckende Infrastruktur

1.765
Geschäftsstellen

6
Brief- und

10
Paketlogistikzentren

14.633
Briefkästen

8.976
Zusteller*innen
(Vollzeitkräfte)

Deutschland

Österreich

Slowakei

Ungarn

Kroatien

Bosnien und Herzegowina

Serbien

Montenegro

Bulgarien

Türkei

INTEGRIERTE UNTERNEHMENS- & NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE

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

GR 102-16, 102-18

Als führende Logistikdienstleisterin hat die Österreichische Post ihre erfolgreiche Position in den letzten Jahren stetig ausgebaut und weiterentwickelt. Möglich gemacht hat das nicht zuletzt die bewährte Unternehmensstrategie, mit der wir immer schnell und treffsicher auf veränderte Marktanforderungen reagieren konnten.

C Die Digitalisierung verändert seit Jahren konsequent den Post- und Logistikmarkt und wurde durch COVID-19 auch nochmals in vielen Bereichen beschleunigt. Mit dem Trend zur E-Substitution geht zwar ein Rückgang im Briefgeschäft einher, der E-Commerce-Boom bietet uns aber im Paketbereich neue Chancen. Eine weitere Stärkung unseres Paketgeschäfts ist wichtig, muss jedoch vom Aufbau anderer Geschäftsfelder begleitet werden, um auch in Zukunft unsere Ertragskraft zu gewährleisten.

Darüber hinaus wollen wir nachhaltig agieren – bei allen unseren unternehmerischen Aktivitäten. Das ist nicht nur unserem Selbstverständnis als moderne Postgesellschaft geschuldet, unsere Mitarbeiter*innen, Kund*innen und Stakeholder erwarten nachhaltiges Handeln von uns. Vor diesem Hintergrund haben wir unsere Unternehmensstrategie überarbeitet.

Stark in der Vergangenheit – Vorwärts in die Zukunft

Die ersten Analysen für unser Strategie-Update haben Ende 2019 begonnen. Es folgte ein intensiver Austausch mit externen Expert*innen, unseren Kund*innen und mit unserem Aufsichtsrat. In verschiedenen Strategieklausuren haben wir neue Handlungsfelder definiert, Einzelstrategien erarbeitet und in Diskussion mit unseren Stakeholdern konkretisiert. Unsere neue Strategie wurde im November 2020 beschlossen.

Wir gehen **Vorwärts in die Zukunft** – mit unserer neuen integrierten Unternehmens- und Nachhaltigkeitsstrategie. Was das für uns im Detail bedeutet, beschreiben wir in den nächsten Punkten:

Unser Leitbild: Was uns antreibt und wohin wir uns entwickeln wollen

Unsere erfolgreich umgesetzten Projekte zeigen auf eine sehr beeindruckende Weise, wie vielseitig die Post aufgestellt ist. Wir wollen das Gute nun noch besser machen und haben daher unsere Haltung, wie wir uns diesen Herausforderungen stellen wollen und mit welchem Anspruch wir an diese Aufgaben herangehen, umfassend überarbeitet und den aktuellen Rahmenbedingungen angepasst. Im Rahmen unserer Strategieentwicklung haben wir deswegen unseren **Purpose** definiert: **Wir liefern immer eine Lösung.**

Dazu wollen wir uns als Unternehmen neu fokussieren, einerseits werden wir uns auf jene Märkte konzentrieren, wo wir die größten Erfolge erwarten – andererseits wollen wir Nachhaltigkeit, Diversität und Kund*innenorientierung in alle unsere Aktivitäten einfließen lassen.

Und wir haben eine Vision – Wir sind mehr als Post

Als Vorreiterin verbinden wir Menschen und Märkte erfolgreich mit dem Morgen. Wir haben uns daher genau angesehen, in welchen Märkten die Post auch abseits des klassischen Kerngeschäfts tätig sein soll und was unsere Kund*innen von uns erwarten. Mit unserer neuen Strategie tragen wir diesen Anforderungen Rechnung und sind für die Zukunft bestens gerüstet.

Auch unsere Mission ist klar: näher an den Menschen ist niemand

Durch unser flächendeckendes Filialnetz, die bank99, unser bewährtes Post Partnersystem und unsere Zusteller*innen sind wir in ganz Österreich präsent und oft auch persönlich in Kontakt. Wir wollen nah an unseren Kund*innen sein – so schaffen wir täglich Verbindungen und laufend Verbesserungen. Die Post steht dabei für Zuverlässigkeit und Vertrauen. Ob digital oder persönlich, immer praktisch und nachhaltig.

Und die Grundlage unseres Tuns? Unsere Werte

Gelebte Werte in einem Unternehmen sind ein entscheidender Faktor, sowohl für den wirtschaftlichen Erfolg, eine intakte Unternehmenskultur, als auch für die Strahlkraft am Arbeitsmarkt. Darüber hinaus sind starke Werte auch eine wichtige Basis für Managemententscheidungen. Mit den drei von uns definierten Werten und dazugehörigen Leitlinien spannen wir den Bogen von traditionellen, bewährten Unternehmenswerten bis hin zu modernen, visionären und zukunftstauglichen Grundsätzen.

Dazu wollen wir als Unternehmen die Themen Nachhaltigkeit, Diversität und Kund*innenorientierung in alle unsere Aktivitäten einfließen lassen. Sie gelten damit als Grundlage für unser Tun.

Drei große Stoßrichtungen sollen unser Handeln in Zukunft leiten: _____

1. — Verteidigung der Marktführerschaft und Profitabilität im Kerngeschäft

Wir wollen unsere Position im Brief-, Werbepost- und Paketgeschäft halten, wir wollen auch weiterhin effizient und wirtschaftlich agieren und so unsere Marktführerschaft profitabel verteidigen.

2. — Profitables Wachstum in nahen Märkten

Wir wollen in Märkten wachsen, die uns regional und geographisch nah sind, aber auch in Märkten, die unserem Geschäftsmodell nahe sind.

3. — Ausbau des Filial- und Digitalangebots für Privat- kund*innen und KMUs

Wir wollen unser flächendeckendes Filialangebot zusammen mit unserer Präsenz bei Privatkund*innen und KMUs nutzen, um neue (digitale) Geschäftsmodelle zu entwickeln.

_____  siehe Geschäftsbericht 2020 S. 12ff

IMMER EINE LÖSUNG LIEFERN

Integrierte Strategie

Vorwärts in die Zukunft – mit unserer neuen integrierten Unternehmens- und Nachhaltigkeitsstrategie. Eine Leitlinie steht dabei im Fokus und gilt als Maßstab für alle unsere Aktivitäten: Wir handeln nachhaltig und kund*innenorientiert, wir leben Diversität.

 Mehr zur Strategie siehe S. 14ff

1



Verteidigung der Marktführerschaft und Profitabilität im Kerngeschäft



Nachhaltigkeit, Diversität und Kund*innenorientierung als Leitlinie für alle Aktivitäten

2



Profitables Wachstum in nahen Märkten

3



Ausbau des Filial- und Digitalangebots für Privatkund*innen und KMUs



WIRTSCHAFT & KUND*IN

Wirtschaftlicher Erfolg durch nachhaltige und kund*innen-orientierte Leistungen



UMWELT & KLIMA

Dekarbonisierung der Logistik durch Ökoeffizienz entlang der Wertschöpfungskette



MENSCH & SOZIALES

Toparbeitgeberin durch ein sicheres und wertschätzendes Arbeitsumfeld mit gesellschaftlicher Verantwortung

Purpose

WIR LIEFERN IMMER EINE LÖSUNG.

Vision

- **Wir sind mehr als Post.**
Als Vorreiterin verbinden wir Menschen und Märkte erfolgreich mit dem Morgen.
-

Mission

- **Näher ist niemand.**
So schaffen wir täglich Verbindungen und laufend Verbesserungen. Ob digital oder persönlich, immer praktisch und nachhaltig.
-

Werte

- Wir sind gelb.
- Wir sind grün.
- Wir sind bunt.



 Mehr zum Leitbild der Post
siehe S. 28

Masterplan Nachhaltigkeit 2030



Nachhaltigkeit,
Diversität und Kund*in-
nenorientierung
als Leitlinie für
alle Aktivi-
täten

WIRTSCHAFT & KUND*IN

Nachhaltige und kund*in-
nenorientierte Produkte
und Dienstleistungen

UMWELT & KLIMA

Ökologische, energie-
effiziente Logistikprozesse
und betriebliche Abläufe

MENSCH & SOZIALES

Toparbeitgeberin mit
vielfältigen Mitarbeiter*in-
nen und gesellschaft-
licher Verantwortung

Wesentliche Themen

- 1 Nachhaltige Präsenz & Privatkund*innenangebote**
Steigerung der Kund*innenzufriedenheit, Stärkung des Post-Universums in der Außenwahrnehmung und durchgängige Customer Experience
- 2 Nachhaltige Brief- & Paketprodukte**
Produkte und Dienstleistungen nach ökologischen und sozialen Aspekten weiterentwickeln
- 3 Nachhaltige Beschaffung**
Best Practice bei nachhaltiger Beschaffung unter den ATX-Unternehmen
- 4 Nachhaltige Governance & Compliance**
Best Practice bei nachhaltiger Governance & Compliance unter den ATX-Unternehmen
- 5 Stakeholder Value**
Kurz-, mittel- und langfristig Werte für unsere Stakeholder schaffen

- 6 Grüne & effiziente Mobilität**
Mobilität auf Basis erneuerbarer und CO₂-armer Energie
- 7 Grüne & effiziente Immobilien**
Immobilien ökoeffizient entwickeln und betreiben
- 8 Ressourceneffiziente Prozesse**
Prozesse ressourceneffizient gestalten
- 9 Kreislaufwirtschaft**
Zur Schaffung einer Kreislaufwirtschaft beitragen

- 10 Unternehmens- & Arbeitskultur**
Unternehmens- und Führungskultur weiterentwickeln
- 11 Integriertes Diversitätsmanagement**
Diversität und Chancengleichheit forcieren
- 12 Arbeits- & Gesundheitsschutz**
Auf Gesundheit und Sicherheit achten
- 13 Digitale Verantwortung**
Kund*innenerwartungen erfüllen, Risiken minimieren und Rechtssicherheit im Bereich Datenschutz sicherstellen
- 14 Gesellschaftlicher Dialog & Kooperationen**
Durch Dialoge und Kooperationen positive Wirkung für die Gesellschaft erzielen

SDGs



Unsere Fokusbereiche

Als breit aufgestellter, risikodiversifizierter Konzern konzentriert sich die Österreichische Post auf sechs Märkte. Als Plattform bietet der Konzern Synergien zwischen den Aktivitäten in den verschiedenen Märkten. Die strategischen Ziele als Vorgabe für Initiativen und Maßnahmen sind auf diese Märkte heruntergebrochen:

- Brief und Geschäftsprozesslösungen
- Digitale und analoge Werbung
- Paket, E-Commerce- und Logistik-Lösungen
- Digitaler und analoger Handel/Privatkund*innenangebot
- Finanzdienstleistungen
- Immobilien

Geschäftskund*innen-getrieben

Privatkund*innen-getrieben

I Brief & Geschäftsprozesslösungen	II Digitale & analoge Werbung	III Paket, E-Commerce- & Logistik-Lösungen	IV Digitaler & analoger Handel/Privatkund*innenangebot	V Finanzdienstleistungen	VI Immobilien
1 			3 		
Verteidigung Kerngeschäft <ul style="list-style-type: none"> — Anbieterin analoger und hybrider Kommunikation — Relevanzsicherung des bestehenden Werbeportfolios — Profitables Wachstum im nationalen Paketgeschäft 			Ausbau des Filial- und Digitalangebots <ul style="list-style-type: none"> — „Hybrides“ Filialangebot (digital/filial) — Aufbau Retailbank in Österreich — Etablierung shopping 		
2  Wachstum in nahen Märkten <ul style="list-style-type: none"> — Marktführerin bei postnahen Geschäftsprozesslösungen — Ausbau der digitalen Werbekompetenz — Profitables Wachstum im internationalen Paketgeschäft — Erhöhung Integrationstiefe im E-Commerce 					


Nachhaltigkeit, Diversität & Kund*innenorientierung als Leitlinie für alle Aktivitäten

Nachhaltigkeit bei der Post

Schon in der Vergangenheit war das Thema für unser Unternehmen sehr wichtig. So waren wir etwa die erste Post-Gesellschaft, die ihren Kund*innen eine CO₂-neutrale Zustellung garantiert – und das bereits seit dem Jahr 2011. Auch sind wir eines der wenigen Unternehmen in Österreich, das den Frauen-Karriere-Index – ein unabhängiges Messinstrument, mit dem der Verlauf von Frauenkarrieren untersucht wird – als Mittel zur Frauenförderung anwendet. Nun war es an der Zeit, alle diese Initiativen und Bemühungen auf die Ebene der Strategie zu heben. Wir werden damit künftig jede strategische Maßnahme, jedes Projekt auf den Beitrag zur Nachhaltigkeit, Diversität und Kund*innenorientierung überprüfen. Hier definiert unser umfassender Masterplan Nachhaltigkeit 2030 in den Bereichen Wirtschaft & Kund*in, Umwelt & Klima sowie Mensch & Soziales, welche ambitionierten Ziele und Maßnahmen wir uns für die nächsten zehn Jahre gesetzt haben.

Masterplan Nachhaltigkeit 2030

Im Zuge des Strategie-Updates wurde auf Basis der 14 wesentlichen Themen der Masterplan Nachhaltigkeit 2030 entworfen. Analog zum Strategieprozess wurden der Gesamtvorstand sowie alle Bereichsleiter*innen in die Erstellung eingebunden. Aufbauend auf den strategischen Stoßrichtungen und Fokusbereichen, wurde der Masterplan Nachhaltigkeit 2030 als strategisches Programm in drei Dimensionen entwickelt. Die definierten Dimensionen werden ganzheitlich und integrativ gesteuert, damit alle Nachhaltigkeitsthemen miteinander und nicht losgelöst und unabhängig voneinander betrachtet werden. Die 14 wesentlichen Themen gliedern sich unter die drei Dimensionen des Masterplans und werden jeweils im Zuge strategischer Projekte bearbeitet.

Eine eigene Programmorganisation sorgt für die strategische Steuerung und Umsetzung des Masterplans Nachhaltigkeit 2030. Durch diese Struktur können Verantwortlichkeiten präzise festgelegt und eine Erfolgskontrolle sichergestellt werden. Die Programmleitung liegt bei der Abteilung CSR & Umweltmanagement. Die operative Umsetzung der Maßnahmen erfolgt durch die jeweiligen Fachbereiche.

 Nähere Informationen zur Governance-Struktur im Bereich Nachhaltigkeit finden Sie auf S. 29



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 200 Kund*innen nutzen das Logo in ihrer Kommunikation.

Umwelt- und Klimastrategie

Aufgrund unserer Geschäftstätigkeit kommt es zu Auswirkungen auf die Umwelt. Wir wollen diese jedoch weitestgehend minimieren. Seit 2011 sind wir deshalb mit der Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT in Österreich Vorreiterin in Sachen unternehmerischer Umwelt- und Klimaschutz. Weitere wichtige Eckpfeiler sind unser bestehendes Science-based Targets CO₂-Ziel für die Post AG (-14% bis 2025, Basisjahr 2013), die Umstellung unserer Zustellflotte auf E-Fahrzeuge bis 2030 und der konsequente Ausbau unserer ISO-14001-zertifizierten Umweltmanagementsysteme.

Die integrierte Unternehmens- und Nachhaltigkeitsstrategie sowie der Masterplan Nachhaltigkeit 2030 beinhalten auch das Thema Umwelt & Klima. Durch diese Verknüpfung können wir sicherstellen, dass Ziele und

Maßnahmen zum Umwelt- und Klimaschutz mit allen Unternehmensaktivitäten abgestimmt werden. Für die vier wesentlichen Themen (Grüne & effiziente Mobilität, Grüne & effiziente Immobilien, Ressourceneffiziente Prozesse und Kreislaufwirtschaft) gibt es deshalb Ziele, Maßnahmen und eine Messung über Leistungsindikatoren.

Klimaszenarioanalyse gemäß TCFD

Wichtig für die integrierte Unternehmens- und Nachhaltigkeitsstrategie, sowie die davon abgeleitete Umwelt- & Klimastrategie, sind Klimaszenarienanalysen gemäß TCFD. Unsere erste diesbezügliche Analyse finden Sie im Kapitel Nachhaltigkeits- & Klimarisikomanagement.

—  siehe Nachhaltigkeits- & Klimarisikomanagement S. 34ff

T 01 Umwelt- & Klimastrategie: CO₂-Ziele

Unser Anspruch

→ Dekarbonisierung der Logistik durch Ökoeffizienz entlang der Wertschöpfungskette

Ziele	Maßnahmen	Status
 13.1, 13.2, 13.3 Ambitionierte Zielsetzung im Bereich CO ₂ -Reduktion	Berechnung eines neuen Science-based Targets zur Reduktion der Emissionen in der Größenordnung von -40% im Zeitraum 2020 und 2030 Definition eines relativen CO ₂ -Emissionsziels in der Größenordnung von -70% im Zeitraum 2010 bis 2030	Mit der Berechnung eines neuen Science-based Targets zum Beitrag einer 1,5-°C-Wirtschaft wurde im Zuge eines unternehmensübergreifenden Projekts unter der Leitung des WWF (gefördert mit Mitteln des Klima- und Energiefonds) begonnen. Das neue Ziel wird im Jahr 2021 bei der Science Based Targets Initiative (SBTi) eingereicht
 7.2, 7.3, 13.1, 13.2, 13.3, 13.3b Science-based Target CO ₂ -Reduktionsziel: Reduktion der CO ₂ -Emissionen um 14% bis 2025 (Basisjahr 2013)	Weiterführung der Initiative CO ₂ NEUTRAL ZUGESTELLT – Maßnahmen im Zuge der wesentlichen Themen Grüne & effiziente Mobilität, Grüne & effiziente Immobilien und Ressourceneffiziente Prozesse	Anstieg der CO ₂ -Emissionen der Österreichischen Post AG um 23,5% (Basisjahr 2013) aufgrund der wachsenden Paketmengen um 138% im Zeitraum von 2013–2020

—  Weitere Maßnahmen und Zielsetzungen in der Dimension Umwelt & Klima finden Sie ab S. 80

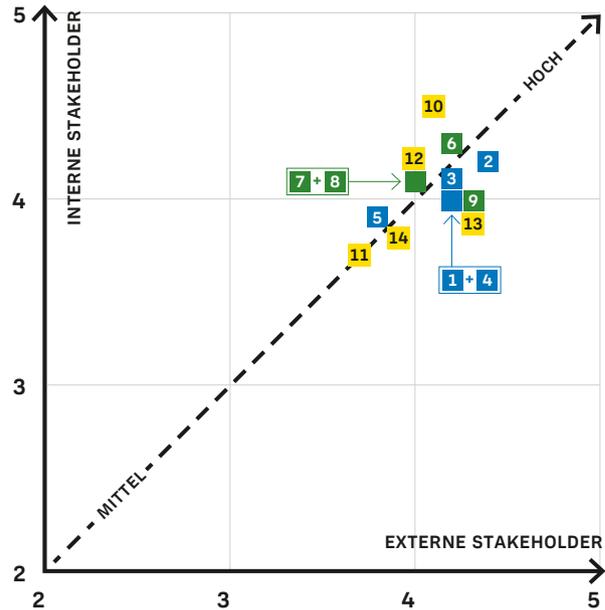
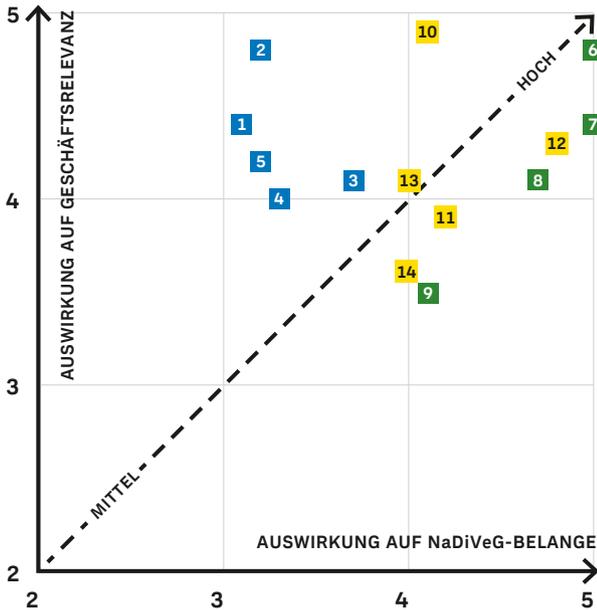
WESENTLICHE THEMEN

Die Wesentlichkeitsanalyse ist ein wichtiges Instrument, um zu definieren, welche Handlungsfelder im Bereich Nachhaltigkeit für die Post und ihre Stakeholder relevant sind. Im Rahmen des Strategie-Updates haben wir unsere Wesentlichkeitsmatrix im Berichtsjahr aktualisiert.

GRI 102-46, 102-47

G 01 Auswirkungen auf Geschäftsrelevanz und Belange des Nachhaltigkeits- und Diversitätsverbesserungsgesetzes (NaDiVeG)

G 02 Einfluss auf Entscheidung und Beurteilung der Stakeholder



Wirtschaft & Kund*in

- 1 Nachhaltige Präsenz & Privatkund*innenangebote
- 2 Nachhaltige Brief- & Paketprodukte
- 3 Nachhaltige Beschaffung
- 4 Nachhaltige Governance & Compliance
- 5 Stakeholder Value

Umwelt & Klima

- 6 Grüne & effiziente Mobilität
- 7 Grüne & effiziente Immobilien
- 8 Ressourceneffiziente Prozesse
- 9 Kreislaufwirtschaft

Mensch & Soziales

- 10 Unternehmens- & Arbeitskultur
- 11 Integriertes Diversitätsmanagement
- 12 Arbeits- & Gesundheitsschutz
- 13 Digitale Verantwortung
- 14 Gesellschaftlicher Dialog & Kooperationen

Die grundlegende Voraussetzung für ein systematisches und gezieltes Nachhaltigkeitsmanagement ist die Ermittlung der wesentlichen Themen. Die Post hat im Rahmen eines konzernweiten Strategieprozesses zur integrierten Unternehmens- und Nachhaltigkeitsstrategie ihre Wesentlichkeitsbefragung einem Review unterzogen. Dabei wurden zuerst die wesentlichen Themen identifiziert und mit internen und externen Expert*innen diskutiert und anschließend beschlossen.

Die Wesentlichkeitsbefragung fand anschließend in drei Schritten statt:

- Zuerst beurteilte das Topmanagement die Geschäftsrelevanz der 14 wesentlichen Themen.
- Im zweiten Schritt wurden interne und externe Stakeholder befragt, welchen Einfluss die wesentlichen Themen auf ihre Beurteilung und Entscheidungen gegenüber der Post haben.
- Zum Abschluss wurden ausgewählte interne und externe Expert*innen gebeten, die Auswirkungen der wesentlichen Themen auf die Umwelt-, Arbeitnehmer*innen- und Sozialbelange, Korruption & Bestechung sowie Menschenrechte gemäß dem Nachhaltigkeits- und Diversitätsverbesserungsgesetz (NaDiVeG) zu bewerten. Als Methode wurde eine Online-Befragung gewählt.

Interpretation zur Geschäftsrelevanz und zu den Auswirkungen der wesentlichen Themen

In der Dimension Wirtschaft & Kund*in dominieren die Themen Nachhaltige Brief- & Paketprodukte sowie Nachhaltige Präsenz & Privatkund*innenangebote bei der Bedeutung für die wirtschaftliche Entwicklung. Hinsichtlich der Auswirkungen auf die Belange des NaDiVeG überwiegen die Themen Nachhaltige Beschaffung und Nachhaltige Governance & Compliance. Das Thema Stakeholder Value hat eine etwas geringere Auswirkung auf den wirtschaftlichen Erfolg und die Belange des NaDiVeG.

Bei Umwelt & Klima haben die Themen Grüne & effiziente Mobilität, Grüne & effiziente Immobilien sowie Ressourceneffiziente Prozesse hinsichtlich des wirtschaftlichen Erfolgs und des Umweltbelangs die höchsten Auswirkungen. Dem Thema Kreislaufwirtschaft wird hier weniger Bedeutung beigemessen.

In der Dimension Mensch & Soziales stehen die Themen Arbeits- & Unternehmenskultur sowie Arbeits- & Gesundheitsschutz im Vordergrund. Integriertes Diversitätsmanagement, Digitale Verantwortung sowie Gesellschaftlicher Dialog und Kooperationen sind weitere relevante Themen mit vergleichbaren Auswirkungen hinsichtlich des wirtschaftlichen Erfolgs und der Belange.

Wie die Post darauf basierend 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 drei Schwerpunktkapiteln dieses Berichts erläutert.

Interpretation zum Einfluss der wesentlichen Themen auf Beurteilung und Entscheidung der Stakeholder

In der Dimension Wirtschaft & Kund*in stimmen externe und interne Stakeholder bei der Reihung ihrer Prioritäten überein: Für beide Gruppen stehen Nachhaltige Brief- & Paketprodukte ganz oben auf der Rangliste, gefolgt von Nachhaltiger Beschaffung und Nachhaltiger Governance & Compliance. Etwas weniger wichtig ist den Befragten der Punkt Stakeholder Value.

Bei Umwelt & Klima legen die externen Stakeholder am meisten Wert auf Kreislaufwirtschaft, gefolgt von Grüner & effizienter Mobilität. Letzteres ist für die Mitarbeiter*innen der allerwichtigste Punkt in diesem Bereich.

In der Dimension Mensch & Soziales rangiert für die Post-Mitarbeiter*innen die Unternehmens- & Arbeitskultur mit Abstand auf Platz eins der Prioritätenliste, gefolgt von Arbeits- & Gesundheitsschutz. Diese beiden Punkte sind auch für die externen Stakeholder wichtig – noch relevanter ist für sie allerdings die Digitale Verantwortung inkl. Datenschutz und Datensicherheit. Für beide Gruppen hat das Integrierte Diversitätsmanagement eine geringere Priorität.

Dimensionsübergreifend sind für die externen Stakeholder nachhaltige Brief- & Paketprodukte am allerwichtigsten, gefolgt von Kreislaufwirtschaft und Digitaler Verantwortung. Bei den Mitarbeiter*innen sind die Top drei der Wichtigkeit Unternehmens- & Arbeitskultur, Grüne & effiziente Mobilität sowie der Arbeits- & Gesundheitsschutz.

Wesentliche Themen der Österreichischen Post

GR1 103-1, 102-46, 102-47

T 02 Wirtschaft & Kund*in

Wesentliches Thema	Beschreibung	NaDiVeG – Belange
1 Nachhaltige Präsenz & Privatkund*innenangebote	Im Fokus aller Aktivitäten steht die Entwicklung von nachhaltigen und kund*innenorientierten Produkten und Dienstleistungen. Unter diesem Thema bündeln wir die Aktivitäten mit einem direkten Bezug zu Endkund*innen.	<ul style="list-style-type: none"> — Sozial- und Arbeitnehmer*innenbelange — Umweltbelange
2 Nachhaltige Brief- & Paketprodukte	Hier steht die Produktpalette Briefe, Werbesendungen und Pakete mit Bezug zu Geschäftskund*innen im Mittelpunkt. Alle Produkte sollen so gestaltet werden, dass der Kund*innennutzen sowie die positive Wirkung auf Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft gleichermaßen berücksichtigt werden.	<ul style="list-style-type: none"> — Sozial- und Arbeitnehmer*innenbelange — Umweltbelange
3 Nachhaltige Beschaffung	Bei diesem Thema geht es um die Ausrichtung der Beschaffung nach Nachhaltigkeitskriterien und -prinzipien. Das umfasst unter anderem eine Bewertung der Lieferant*innen und die Festlegung eines Leitfadens. Ein besonderes Anliegen ist hier die regionale Orientierung, um negative Auswirkungen auf die Post, Menschen und Umwelt zu verringern und Regionalität zu fördern.	<ul style="list-style-type: none"> — Achtung der Menschenrechte — Bekämpfung von Korruption und Bestechung
4 Nachhaltige Governance & Compliance	Die Post will Strukturen und Prozesse schaffen, um Nachhaltigkeit in allen Bereichen des Unternehmens zu verankern und zu steuern. Dieses Thema beinhaltet die transparente Berichterstattung gegenüber Stakeholdern ebenso wie klassische Compliance- und Governance-Aufgaben.	<ul style="list-style-type: none"> — Achtung der Menschenrechte — Bekämpfung von Korruption und Bestechung
5 Stakeholder Value	Bei der Wertschaffung der Österreichischen Post für alle Stakeholder stehen der Beitrag für die Gesellschaft (z. B. Sicherstellung der regionalen Infrastruktur und Versorgungssicherheit), der volkswirtschaftliche Beitrag (z. B. über Steuern und Sozialabgaben) und der Beitrag für Eigentümer*innen (z. B. Dividendenausschüttung) im Vordergrund.	<ul style="list-style-type: none"> — Sozial- und Arbeitnehmer*innenbelange

T 03 Umwelt & Klima

Wesentliches Thema	Beschreibung	NaDiVeG – Belange
6 Grüne & effiziente Mobilität	Bei diesem Thema geht es um die moderne und nachhaltige Gestaltung des Fuhrparks durch den Einsatz von Fahrzeugen mit alternativen Antrieben in allen Bereichen. Im Vordergrund steht die massive Reduktion des Treibstoffverbrauchs, um die CO ₂ -Emissionen zu reduzieren.	<ul style="list-style-type: none"> — Umweltbelange
7 Grüne & effiziente Immobilien	Unter diesem Thema bündeln sich alle Maßnahmen, um im gesamten Gebäudebestand ein hohes Nachhaltigkeitsniveau zu erreichen. Dazu zählen unter anderem die Versorgung mit erneuerbarer Energie und Energieeffizienzmaßnahmen. Das Ziel ist eine Reduktion des Energieverbrauchs und der CO ₂ -Emissionen.	<ul style="list-style-type: none"> — Umweltbelange
8 Ressourceneffiziente Prozesse	Die Post fasst unter diesem Punkt alle Themen zusammen, die Prozesse effizienter gestalten. Darunter fallen unter anderem der weitere Ausbau der zertifizierten Umweltmanagementsysteme und die Sensibilisierungsmaßnahmen der Mitarbeiter*innen, aber auch die Forcierung der Verbundzustellung.	<ul style="list-style-type: none"> — Umweltbelange
9 Kreislaufwirtschaft	Als Logistikdienstleisterin forcieren wir Kooperationen mit verschiedensten Akteur*innen (Kund*innen, Lieferant*innen, Gemeinden, Forschungseinrichtungen), um den schonenden Umgang mit Ressourcen zu fördern und die Kreislaufwirtschaft voranzutreiben. Hier stehen die Abfallvermeidung bzw. das stoffliche Recycling im Vordergrund.	<ul style="list-style-type: none"> — Umweltbelange

T 04 Mensch & Soziales

Wesentliches Thema	Beschreibung	NaDiVeG – Belange
10 Unternehmens- & Arbeitskultur	Bei diesem Thema geht es darum, ein gutes Miteinander zu schaffen. Die Gestaltung von neuen Arbeitswelten und die Weiterentwicklung einer wertschätzenden Führungskultur sind hier eine wichtige Basis. Des Weiteren stehen die Förderung von Mitarbeiter*innen inkl. der Schaffung von Perspektiven und eine Know-how-Sicherung mit einer gezielten Nachfolgeplanung im Vordergrund.	— Sozial- und Arbeitnehmer*innenbelange
11 Integriertes Diversitätsmanagement	Die Förderung von Diversität sowohl in unserem Unternehmen, aber auch bei all unseren Stakeholdern steht hier im Zentrum. Dafür etablieren wir entsprechende zentrale Logistik- und Serviceprozesse, wie beispielsweise barrierefreie Filialen, Online-Angebote oder die Nutzung von inklusiver Sprache.	— Sozial- und Arbeitnehmer*innenbelange — Achtung der Menschenrechte
12 Arbeits- & Gesundheitsschutz	Der Erfolg unseres Geschäfts basiert auf unseren Mitarbeiter*innen. Deshalb steht die Gewährleistung ihrer Arbeitssicherheit zum Schutz vor möglichen Risiken und Gefahren im Zentrum dieses Themas. Darüber hinaus wird die Förderung der Gesundheit und Arbeitsfähigkeit aller Mitarbeiter*innen hier adressiert.	— Sozial- und Arbeitnehmer*innenbelange
13 Digitale Verantwortung	Der Schutz personenbezogener Daten und der damit verbundene Umgang unter Einhaltung aller Rechtsvorschriften sowie ihrer Geheimhaltung wird in diesem Thema behandelt. Des Weiteren steht die Datensicherheit unserer betriebenen IT-Systeme hinsichtlich ihrer Integrität, Verfügbarkeit und ihres Schutzes im Fokus.	— Sozial- und Arbeitnehmer*innenbelange — Bekämpfung von Korruption und Bestechung
14 Gesellschaftlicher Dialog & Kooperationen	Die Österreichische Post möchte ihren Stakeholdern auf Augenhöhe begegnen und als positiv gestaltender Teil der Gesellschaft wahrgenommen werden. Dies wird in diesem Thema adressiert, erweitert durch den Fokus auf Kooperationen und Partnerschaften zur nachhaltigen Entwicklung. Dazu zählen beispielsweise die Zusammenarbeit mit karitativen Einrichtungen oder Partner*innen im Bildungsbereich sowie Kooperationen zum Umweltschutz.	— Sozial- und Arbeitnehmer*innenbelange

Sustainable Development Goals (SDGs)

GRI 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 (SDGs). 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. Wir leisten mit

unseren Maßnahmen und Programmen einen aktiven Beitrag zur Erreichung von acht der 17 Nachhaltigkeitsziele.

Eine Zuordnung der einzelnen Sustainable Development Goals und ihrer Unterziele zu den wesentlichen Themen der Post finden Sie auf S. 27. Wie die Post die SDGs umsetzt, wird in den einzelnen Kapiteln des Berichts dargestellt und mit dem folgenden Symbol  markiert.



T 05 Beitrag der Österreichischen Post zu den Sustainable Development Goals

	SDG	Kapitelzuordnung
	<p>SDG 3: Gesundheit und Wohlergehen</p> <p>Unterziel 3.6: Bis 2020 die Zahl der Todesfälle und Verletzungen infolge von Verkehrsunfällen weltweit halbieren</p>	→ Mensch & Soziales, S. 102
	<p>SDG 5: Geschlechtergleichheit</p> <p>Unterziel 5.5: Die volle und wirksame Teilhabe von Frauen und ihre Chancengleichheit bei der Übernahme von Führungsrollen auf allen Ebenen der Entscheidungsfindung im politischen, wirtschaftlichen und öffentlichen Leben sicherstellen</p>	→ Mensch & Soziales, S. 102
	<p>SDG 7: Bezahlbare und saubere Energie</p> <p>Unterziel 7.2: Bis 2030 den Anteil erneuerbarer Energie am globalen Energiemix deutlich erhöhen</p> <p>Unterziel 7.3: Bis 2030 die weltweite Steigerungsrate der Energieeffizienz verdoppeln</p>	→ Umwelt & Klima, S. 80 → Umwelt & Klima, S. 80
	<p>SDG 8: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum</p> <p>Unterziel 8.5: Bis 2030 produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle Frauen und Männer, einschließlich junger Menschen und Menschen mit Behinderungen, sowie gleiches Entgelt für gleichwertige Arbeit erreichen</p> <p>Unterziel 8.10: Die Kapazitäten der nationalen Finanzinstitutionen stärken, um den Zugang zu Bank-, Versicherungs- und Finanzdienstleistungen für alle zu begünstigen und zu erweitern</p>	→ Mensch & Soziales, S. 102 → Wirtschaft & Kund*in, S. 56
	<p>SDG 10: Weniger Ungleichheiten</p> <p>Unterziel 10.2: Bis 2030 alle Menschen unabhängig von Alter, Geschlecht, Behinderung, Nationalität, Ethnizität, Herkunft, Religion oder wirtschaftlichem oder sonstigem Status zu Selbstbestimmung befähigen und ihre soziale, wirtschaftliche und politische Inklusion fördern</p>	→ Mensch & Soziales, S. 102
	<p>SDG 12: Verantwortungsvolle Konsum- und Produktionsmuster</p> <p>Unterziel 12.2: Bis 2030 die nachhaltige Bewirtschaftung und effiziente Nutzung der natürlichen Ressourcen erreichen</p> <p>Unterziel 12.5: Bis 2030 das Abfallaufkommen durch Vermeidung, Verminderung, Wiederverwertung und Wiederverwendung deutlich verringern</p> <p>Unterziel 12.6: Die Unternehmen, insbesondere große und transnationale Unternehmen, dazu ermutigen, nachhaltige Verfahren einzuführen und in ihre Berichterstattung Nachhaltigkeitsinformationen aufzunehmen</p>	→ Wirtschaft & Kund*in, S. 56 → Wirtschaft & Kund*in, S. 56 → Wirtschaft & Kund*in, S. 56
	<p>SDG 13: Maßnahmen zum Klimaschutz</p> <p>Unterziel 13.1: Die Widerstandskraft und die Anpassungsfähigkeit gegenüber klimabedingten Gefahren und Naturkatastrophen in allen Ländern stärken</p> <p>Unterziel 13.2: Klimaschutzmaßnahmen in die nationalen Politiken, Strategien und Planungen einbeziehen</p> <p>Unterziel 13.3: Die Aufklärung und Sensibilisierung sowie die personellen und institutionellen Kapazitäten im Bereich der Abschwächung des Klimawandels, der Klimaanpassung, der Reduzierung der Klimaauswirkungen sowie der Frühwarnung verbessern</p> <p>Unterziel 13.b: Mechanismen zum Ausbau effektiver Planungs- und Managementkapazitäten im Bereich des Klimawandels in den am wenigsten entwickelten Ländern und kleinen Inselentwicklungsländern fördern, unter anderem mit gezielter Ausrichtung auf Frauen, junge Menschen sowie lokale und marginalisierte Gemeinwesen</p>	→ Umwelt & Klima, S. 80 → Umwelt & Klima, S. 80 → Umwelt & Klima, S. 80 → Umwelt & Klima, S. 80
	<p>SDG 17: Partnerschaften zur Erreichung der Ziele</p> <p>Unterziel 17.17: Die Bildung wirksamer öffentlicher, öffentlich-privater und zivilgesellschaftlicher Partnerschaften aufbauend auf den Erfahrungen und Mittelbeschaffungsstrategien bestehender Partnerschaften unterstützen und fördern</p>	→ Mensch & Soziales, S. 102

NACHHALTIGE GOVERNANCE & COMPLIANCE

Die Integrität und Compliance sind die Basis für eine verantwortungsbewusste Geschäftstätigkeit. Eine verantwortungsvolle und transparente Unternehmensführung hat für die nachhaltige Ausrichtung der Österreichischen Post deshalb einen hohen Stellenwert.

Das gemeinsame Leitbild

GRI 102-16, 103-1, 103-2

Die Post möchte als integriertes und verantwortungsvolles Unternehmen wahrgenommen werden. Akteur*innen auf dem Kapitalmarkt erwarten von uns ein transparentes und ehrliches Verhalten. Zudem wird ein ethisch einwandfreies und vorbildliches Handeln von allen Mitarbeiter*innen gefordert – unabhängig von der jeweiligen Position. Eine korrekte und verantwortungsvolle Unternehmensführung spielt deshalb eine große Rolle.

Unser Leitbild gibt die Richtung vor, schafft ein gemeinsames Wertesystem und einen klaren Maßstab für alle Mitarbeiter*innen und Führungskräfte. Es dient zum einen als Orientierung für unser Verhalten und dem Umgang im Arbeitsalltag – mit Geschäftspartner*innen, aber auch mit Kolleg*innen im Unternehmen. Zum anderen gibt das Leitbild klare Zielvorstellungen vor und zeigt, welchen Fokus wir setzen: Wir wollen nachhaltigen Unternehmenserfolg, und das nicht nur über ökonomische Aspekte, sondern auch über das gesellschaftliche Umfeld, die Umwelt und die Mitarbeiter*innen.

Strategisches Handeln braucht bewusste Führung

GRI 102-18

Durch ständige Veränderungen und die herausfordernden Zeiten ist wertschätzende Führung so wichtig wie nie zuvor. Gerade jetzt ist es entscheidend, als Führungskraft präsent zu sein, Orientierung zu geben und als Vorbild Verantwortung zu übernehmen sowie eine offene Lern- und Fehlerkultur zu etablieren.

Transparente Kommunikation und die Fähigkeit, Menschen im Alltag zu leiten, sind der Schlüssel zum



Erfolg. Zusammenarbeit ist wichtiger denn je. Führungskräfte bei der Post denken bereichsübergreifend und brechen (Abteilungs-)Silos auf. Vernetztes Handeln und das Teilen von Wissen fördern die Innovationskraft und machen die Post zu einem erfolgreichen Unternehmen.

Im letzten Jahr haben wir auch unsere Führungsleitlinien einer Evaluierung unterzogen und leicht adaptiert.

Verantwortung für Nachhaltigkeit

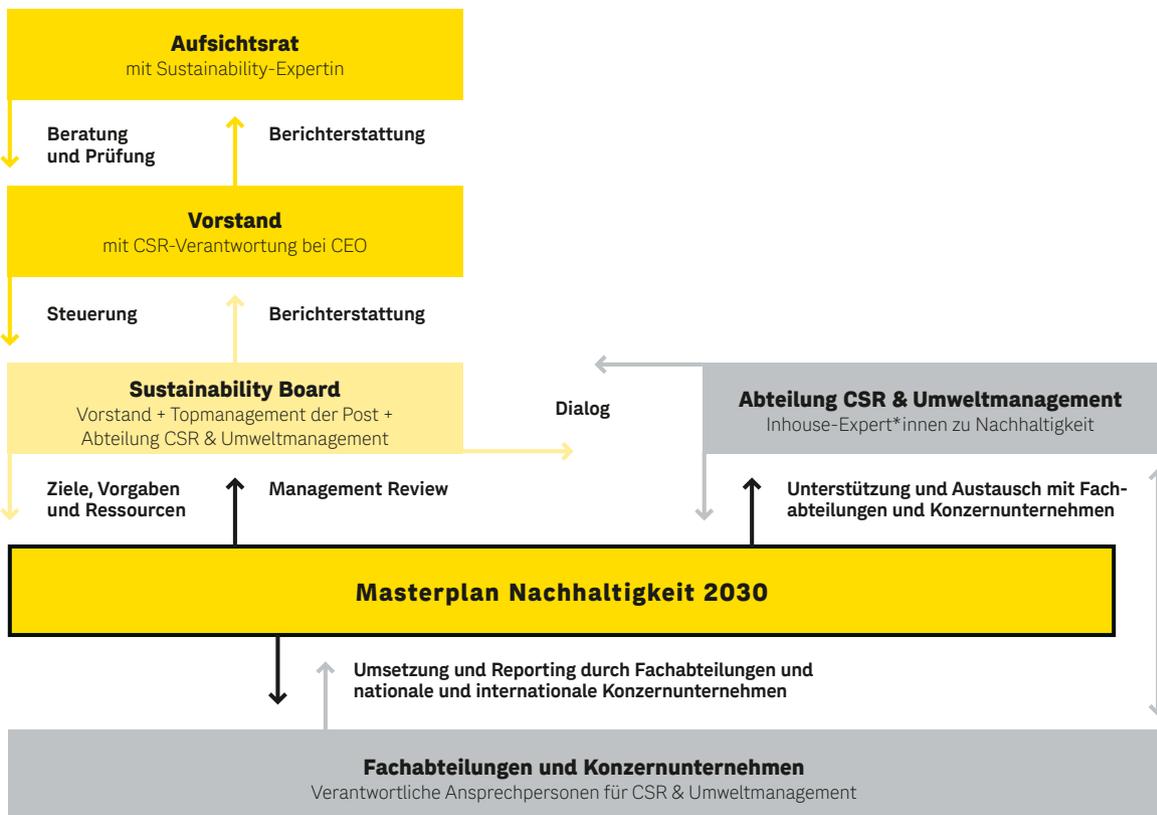
GRI 102-18, 102-19, 102-20

Um unseren Nachhaltigkeitsanspruch in der Österreichischen Post zu verankern, haben wir klare Strukturen geschaffen: Das Thema Nachhaltigkeit ist organisatorisch direkt bei Generaldirektor DI Dr. Georg Pözl in der Abteilung „Corporate Social Responsibility (CSR) & Umweltmanagement“ angesiedelt. Da das Thema Nachhaltigkeit als Querschnittsmaterie in diversen Unternehmensbereichen eine Rolle spielt, steht die Abteilung CSR & Umweltmanagement im Zuge der Umsetzung des neuen Masterplans Nachhaltigkeit 2030 als Programmmanagement im ständigen Austausch mit den unterschiedlichen Fachbereichen. Dabei wird besonders auf die interdisziplinäre Ausrichtung und Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Bereichen Wert gelegt. In abteilungs- und divisionsübergreifenden Arbeitsgruppen werden aktuelle nachhaltigkeitsrelevante Themen behandelt, Nachhaltigkeitsziele abgeleitet und Maßnahmen umgesetzt – immer auf Basis unserer integrierten Unternehmens- und Nachhaltigkeitsstrategie.

Um eine auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Unternehmensentwicklung zu gewährleisten, wurde im Jahr 2020 eine neue Organisationsstruktur zur Steuerung der Nachhaltigkeit eingerichtet. Ein neues Gremium, das Sustainability Board, wurde ins Leben gerufen. Ab 2021 soll dieses Sustainability Board dem Vorstand dreimal jährlich über die Fortschritte und den Zielerreichungsgrad zu den drei Nachhaltigkeitsdimensionen (Wirtschaft & Kund*in, Umwelt & Klima, Mensch & Soziales) berichten. Zusätzlich wird ein Sounding Board eingerichtet, um die neuen Entwicklungen im Unternehmen bei Bedarf mit den relevanten Unternehmensbereichen zu besprechen und bewusst zu steuern.

Auch das höchste Entscheidungsgremium, der Aufsichtsrat als oberstes Kontrollorgan, wird in die Nachhaltigkeitssteuerung bewusst mit einbezogen, um seine Aufgaben hinsichtlich der ökonomischen sowie sozialen und ökologischen Verantwortung des Unternehmens wahrzunehmen. Im Aufsichtsrat gibt es seit 2020 eine Expertin für das Thema Nachhaltigkeit – Frau Dr. Sigrid Stagl, Professorin und Gründerin des Instituts für Ecological Economics, die die Nachhaltigkeitsaktivitäten der Post mit ihrer Expertise prüft.

G 04 ESG-Governance gut strukturiert und integriert



Nachhaltigkeit bei Konzerngesellschaften

Das Thema Nachhaltigkeit spielt auch bei unseren Konzerngesellschaften seit 2017 (Inkrafttreten des NaDiVeG) eine immer größere Rolle. Seither werden jährlich Kennzahlen aus den Bereichen Umwelt und Mitarbeiter*innen berichtet und im vorliegenden Bericht publiziert. Auch finden regelmäßige Abstimmungen zwischen den Konzerngesellschaften und der Abteilung CSR & Umweltmanagement zu den Nachhaltigkeitskennzahlen statt. Einzelne Gesellschaften zeigen bereits größeres Engagement im Nachhaltigkeitsbereich, das unter

anderem durch zertifizierte Umweltmanagement- oder Compliance-Management-Systeme bestätigt wird.

Im Jahr 2021 erfolgte eine Neuorganisation des Nachhaltigkeitsmanagements bei den Konzernunternehmen: Für jedes Unternehmen wird eine Person als Nachhaltigkeitsbeauftragte*r und Ansprechperson für die Abteilung CSR & Umweltmanagement bestimmt. Mit Unterstützung aus der Abteilung CSR & Umweltmanagement wird diese Person in der jeweiligen Beteiligung Ziele und Maßnahmen zum Thema Nachhaltigkeit forcieren.

GRI 103-3

T 06 Ziele des wesentlichen Themas: Nachhaltige Governance & Compliance

Unser Anspruch

→ Best Practice bei nachhaltiger Governance & Compliance unter den ATX-Unternehmen

Ziele	Maßnahmen	Status
<p>SDG 12.6 Im variablen Vergütungssystem der Post werden 2021 Nachhaltigkeitsziele verankert</p>	<p>Jedes Mitglied der Managementebene 1 muss ab 2021 ein Nachhaltigkeitsziel als Teil des variablen Vergütungsbestandteils einmelden</p> <p>Jedes Mitglied der Managementebene 2 muss ab 2022 ein Nachhaltigkeitsziel als Teil des variablen Vergütungsbestandteils mit einmelden</p>	<p>In der gesamten Berichtsebene 1 werden im Jahr 2021 Nachhaltigkeitsziele im variablen Vergütungssystem berücksichtigt</p>
<p>SDG 12.6 Status als Best Practice im Bereich Compliance am österreichischen Kapitalmarkt halten und ausbauen</p>	<p>Weiterführung der Compliance-Risikoanalyse mittels Risikogesprächen und Risikofragebögen</p> <p>Kontrolle der Maßnahmenumsetzung und Wirksamkeit</p> <p>Information, Kommunikation und Schulung der Regelungen sowie Weiterführung des Helpdesks (Anlaufstelle für Compliance-Anliegen)</p>	<p>Die Aufrechterhaltung der ISO-Zertifizierung wurde im Jahr 2020 im Zuge des Überwachungsaudits bestätigt</p> <p>124 Anfragen und Dokumentationen von Mitarbeiter*innen über den Helpdesk zu Business- und Kapitalmarkt-Compliance</p> <p>Im Jahr 2020 wurden 3.109 E-Learning-Schulungen zu Business-Compliance, Antikorruption und Kapitalmarkt-Compliance in der Österreichischen Post AG und in nationalen Konzernunternehmen erfolgreich absolviert</p> <p>2020 wurde eine neue Kommunikationskampagne ausgearbeitet</p>
<p>SDG 12.6 Weiterentwicklung des internen Nachhaltigkeitskennzahlenreportings zur Steuerung bis 2022</p>	<p>Implementierung eines Regelprozesses zur unterjährigen Erhebung von Nachhaltigkeitskennzahlen auf Konzernebene</p>	<p>Gründung einer bereichsübergreifenden Arbeitsgruppe zur Definition des Sollzustands, Durchführung einer GAP-Analyse zur Datengewinnung und Evaluierung der technischen Umsetzung</p>
<p>SDG 12.6 Weiterentwicklung der stakeholderorientierten Berichterstattung inkl. EU-Taxonomie ab 2021</p>	<p>Etablierung einer TCFD-konformen Berichterstattung</p> <p>Etablierung der Berichterstattung gemäß den Anforderungen der EU-Taxonomie</p>	<p>Erstmalige und umfassende Berichterstattung gemäß TCFD im Jahr 2020</p> <p>Gründung einer bereichsübergreifenden Arbeitsgruppe zur Evaluierung der Anforderung der EU-Taxonomie</p>
<p>SDG 12.6 Konzernweite organisatorische Verankerung des Themas Nachhaltigkeit ab 2021</p> <p>Erarbeitung von Nachhaltigkeitszielen für alle nationalen und internationalen Konzernunternehmen</p>	<p>Nominierung von fachlichen Ansprechpersonen für CSR & Umweltmanagement in allen Konzernunternehmen</p> <p>Erarbeitung von Maßnahmen und Zielen basierend auf dem Masterplan Nachhaltigkeit 2030 der Post für jede Tochtergesellschaft</p>	<p>Im Jahr 2021 werden in den Konzernunternehmen in Ost- und Südosteuropa jeweils Nachhaltigkeitsbeauftragte ernannt</p> <p>Kick-off-Meeting zum Global-Sustainability-Team fand Anfang 2021 statt</p>

Governance & Compliance

GR1 103-1, 103-2, 102-18

Gute Corporate Governance bedeutet verantwortungsvolle, auf nachhaltige und langfristige Wertschaffung ausgerichtete Unternehmensführung sowie die Ausrichtung des Verhaltens aller Mitarbeiter*innen des Konzerns an gesetzlichen Vorschriften und internen Richtlinien und moralischen und ethischen Grundwerten (Compliance). Als börsennotiertes Unternehmen sieht sich die Österreichische Post den Grundsätzen guter Corporate Governance verpflichtet und entspricht damit den Erwartungen nationaler und internationaler Investor*innen. Zu den wesentlichen Aspekten zählen beispielsweise die Achtung der Aktionär*inneninteressen, 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.

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 2020 S. 29ff

Beitrag zur Umsetzung des EU Green Deals auf Basis der EU-Taxonomie-Verordnung¹

Bereits im Jahr 2020 wurde ein Workshop mit einem externen Beratungsunternehmen zum Thema EU-Taxonomie abgehalten. Im Jahr 2021 wird eine interne Arbeitsgruppe, bestehend aus den Abteilungen Investor Relations, CSR & Umweltmanagement, Konzerncontrolling, Konzernrechnungswesen und bei Bedarf mit Mitgliedern aus einzelnen Fachabteilungen, zur EU-Taxonomie gegründet. Im Zuge dessen sollen die Anforderungen der EU-Taxonomie strukturiert bearbeitet werden, um eine stakeholderorientierte Berichterstattung für das Berichtsjahr 2021 zu gewährleisten.

Kapitalmarkt- und Business-Compliance

GR1 205-1

Die Post ist eines der Leitunternehmen Österreichs. Damit geht eine Vorbildfunktion und große Verantwortung einher. Dessen sind wir uns bewusst, und wir wollen unserer Rolle in jeder Hinsicht gerecht werden. Eine verant-

wortungsvolle und transparente Unternehmensführung hat für uns deshalb einen hohen Stellenwert.

Auf Basis des Leitbildes wurde ein konzernweiter Verhaltens- und Ethikkodex (engl. Code of Conduct and Ethics) erarbeitet. Die Inhalte spiegeln unser Bekenntnis zu den Prinzipien des UN Global Compact wider. Der Kodex bildet damit die Basis einer offenen, wertschätzenden und rechtskonformen Unternehmenskultur. Er dient einerseits als Orientierungsrahmen für Mitarbeiter*innen im täglichen Umgang miteinander und andererseits für ein verantwortungsvolles Verhalten gegenüber Geschäftspartner*innen und der Öffentlichkeit.

Der Vorstand trägt die oberste Verantwortung für die einheitliche Anwendung des Verhaltens- und Ethikkodex im Konzern. Die Bestätigung der Einhaltung des Verhaltens- und Ethikkodex durch die eigenen Mitarbeiter*innen ist vorgesehen und wurde im Jahr 2020 bereits zum überwiegenden Teil umgesetzt. Auch fordern wir die Einhaltung des Standards von unseren Geschäftspartner*innen mittels eines Lieferant*innenkodex ein, dessen Einhaltung im Zuge des Vendor Integrity Checks überprüft wird (nähere Informationen finden Sie auf S. 66).

Zur Erfüllung dieser Verantwortung in den Themenbereichen Business-Compliance, der auch das Thema Antikorruption umfasst, und Kapitalmarkt-Compliance haben wir ein konzernweites Compliance-Management-System (CMS) etabliert, das vom zentralen Compliance Office betreut wird. Das CMS für den Bereich „Business-Compliance“ entspricht der ISO-Norm 37001 (Antikorruptions-Managementsysteme), das CMS für den Bereich „Kapitalmarkt-Compliance“ der ISO-Norm 19600 (Compliance-Managementsysteme). Dies wurde im Jahr 2018 durch den TÜV Süd geprüft und erstzertifiziert. Die Zertifizierungen wurden für die Österreichische Post AG in Überwachungs-Audits 2019 und 2020 bestätigt.

Im Zuge des CMS haben wir in den einzelnen Fachbereichen und in allen Konzernunternehmen, an denen wir mehrheitlich beteiligt sind, Compliance-Beauftragte benannt. Die Compliance-Beauftragten unterstützen das zentrale Compliance Office bei der Verankerung des CMS im gesamten Konzern. Zum Zeitpunkt der Berichterstellung gibt es 27 Compliance-Beauftragte in Österreich und neun Compliance-Beauftragte in ausländischen Beteiligungen. Die Aktivitäten der zentralen und der regionalen Compliance-Organisation tragen dazu bei, in allen Unternehmenseinheiten eine nachhaltige und praxisorientierte Professionalisierung und Weiterentwicklung des CMS sicherzustellen. Zur Sicherstellung der Angemessenheit und Wirksamkeit der Compliance-Vorgaben und des CMS finden zusätzlich zu den Zertifizierungs- und Überwachungs-Audits mehrmals jährlich weitere interne und externe Audits statt.

📄 Ziele im Bereich Compliance finden Sie auf S. 30.

¹ Die → **EU-Taxonomie** ist zentraler Bestandteil des „Aktionsplans für ein nachhaltiges Finanzwesen“ und legt Kriterien für klimaverträgliche Investments fest.

RISIKOANALYSE ALS BASIS DES COMPLIANCE-MANAGEMENT-SYSTEMS

Das CMS der Post schafft Transparenz über Compliance-relevante Sachverhalte mithilfe einer risikoorientierten Präventionsstrategie. Auf Basis der Ergebnisse der Compliance-Risikoanalysen werden risikoreduzierende Regelungen aufgestellt und entsprechende Maßnahmen in Geschäftsprozesse integriert.

Die wesentliche Säule in der Erkennung von Korruptionsrisiken ist die vom Compliance-Team jährlich durchgeführte Compliance-Risikoanalyse. In die Risikoanalyse fließen Informationen aus dem Konzernrisikomanagement, persönlichen Gesprächen mit Compliance-Beauftragten und Compliance-Beobachtungen ein. Die persönlichen Risiko-Gespräche, in die die Compliance-Beobachtungen eingeflossen sind, decken rund 72% der Konzernstandorte. Die Risikoanalyse zu Kapitalmarkt-Compliance wird aufgrund der Gestaltung des Themas und des primär betroffenen Personenkreises zentral vom Compliance Office durchgeführt. Im Jahr 2020 wurden keine wesentlichen Compliance-Risiken identifiziert. Die Ergebnisse werden an den Vorstand berichtet, der das daraus abgeleitete Compliance-Programm verabschiedet.

COMPLIANCE UND ANTIKORRUPTIONSRICHTLINIEN FÜR VERANTWORTUNGSVOLLES HANDELN

GRI 102-16

Weitere Instrumente zur Förderung von verantwortungsvollem und integrem Verhalten sind Richtlinien. Diese leiten sich vom Verhaltens- und Ethikkodex ab und konkretisieren dessen Rahmenvorgaben zu den jeweiligen Themen. Die Kapitalmarkt-Compliance-Richtlinie hat zum Ziel, ein integriertes Verhalten der Post am Kapitalmarkt zu gewährleisten und das Kapitalmarkt-Compliance-Verständnis zu fördern. Wesentlicher Inhalt der Regelungen ist die Unterbindung der missbräuchlichen Verwendung von Insiderinformationen. Die Richtlinie entspricht den geltenden europäischen und österreichischen Kapitalmarktvorschriften und ist bindend für alle Mitarbeiter*innen im Konzern.

Die Business-Compliance-Richtlinie hat zum Ziel, ein integriertes Verhalten sowohl im internen Umgang als auch gegenüber Geschäftspartner*innen zu gewährleisten und das Business-Compliance-Verständnis zu fördern. Wesentliche Inhalte sind das Verbot der Korruption, der Umgang mit Geschenken, Einladungen und sonstigen Vorteilen, der Umgang mit Sponsorings und Spenden, der Umgang mit Interessenkonflikten und der Umgang mit

Unternehmensressourcen. Die Richtlinie entspricht den geltenden österreichischen Gesetzen und internationalen Standards und ist bindend für alle Mitarbeiter*innen im Konzern.

BEWUSSTSEINSBILDUNG DURCH SCHULUNGSAKTIVITÄTEN

GRI 205-2

Beim CMS nimmt eine verantwortungsvolle Unternehmenskultur einen zentralen Stellenwert ein. Die Basis dafür sind das Leitbild, der Verhaltens- und Ethikkodex, eine klare Regelung von Rollen und Verantwortlichkeiten sowie Compliance-Richtlinien. Begleitet werden alle Schritte von umfangreichen Informations- und Schulungsmaßnahmen sowie einem praxisorientierten Beratungsangebot.

Dazu finden jährlich verschiedene Schulungs- und Bewusstseinsmaßnahmen statt. Alle Mitarbeiter*innen, sowohl Teilzeit- als auch Vollzeitpersonal, werden somit zumindest jährlich zu den Themen Kapitalmarkt-Compliance und Business-Compliance aufgeklärt. Darüber hinaus finden auch Schulungs- und Bewusstseinsmaßnahmen für ausgewählte Geschäftspartner*innen bzw. Auftragnehmer*innen statt. Um die verschiedenen Stakeholder zielgruppenspezifisch zu informieren bzw. zu schulen und auch eine breitenwirksame Adressierung von Compliance-Themen zu ermöglichen, kommen unterschiedliche Kommunikations- und Schulungsformen zum Einsatz – wie etwa Aushänge, Infoscreens, Artikel im Mitarbeiter*innenmagazin, Präsenz- und Online-Schulungen. Im Jahr 2020 wurde ein neues Informationsvideo zu Business-Compliance-Inhalten erstellt und der Roll-out der bestehenden E-Learning-Programme, Kapitalmarkt-Compliance und Business-Compliance, fortgesetzt. Zur weiteren Stärkung des Bewusstseins wird die bestehende Kommunikationskampagne aktualisiert und erweitert. Der Roll-out erfolgt im Jahr 2021.

C Darüber hinaus wurde auch das Präsenzs Schulungsprogramm COVID-19 bedingt eingeschränkt fortgesetzt. Im Jahr 2020 haben wir Präsenzs Schulungen häufig durch virtuelle Schulungen ersetzt sowie im Mitarbeiter*innenmagazin „Meine Post“ über die wichtigsten Punkte im Zusammenhang mit Business- und Kapitalmarkt-Compliance aufgeklärt.

Neben Schulungen für Mitarbeiter*innen ist die Fortbildung der Compliance-Beauftragten Teil der Schulungsaktivitäten. Aufgrund von COVID-19 verschob

sich der Start des zweiten Durchgangs der Compliance-Akademie auf Anfang 2021.

Durch die genannten Maßnahmen im Bereich Anti-Korruption und Compliance wurden im Berichtsjahr alle Mitarbeiter*innen der Österreichischen Post zu diesen Themen erreicht und informiert, dies gilt ebenfalls für das Topmanagement, den gesamten Vorstand und den Aufsichtsrat.

Für Fragen, Anmerkungen, Bedenken oder die Meldung von vermuteten Fehlverhalten stehen das Compliance-Team und der konzernweit erreichbare Compliance-Helpdesk persönlich, telefonisch, im Intranet oder per E-Mail zur Verfügung. Für etwaige Whistleblowing-Absichten gibt es eine Telefon-Hotline und eine Intranet-Eingabemaske sowie ein E-Mail-Postfach, wodurch auch anonyme Hinweise gemeldet werden können. Sämtliche Mitteilungen werden streng vertraulich behandelt. 2020 wurden 124 Mitarbeiter*innenanfragen und Dokumentationen zu den Themen Vorteilsannahme und -gewährung, Spenden und Sponsoring, Kapitalmarkt-Compliance sowie zu den Verhaltensgrundsätzen der Post vom Compliance-Helpdesk bearbeitet.

Als Reaktion auf Korruptionsvorfälle ergriffene Maßnahmen

2020 haben sich in der Österreichischen Post keine Korruptionsvorfälle ereignet. Im Anlassfall werden arbeits- und disziplinarrechtliche Maßnahmen ergriffen. Im Jahr 2020 wurden die im Rahmen unseres Compliance-Management-Systems eingeleiteten Maßnahmen zur Korruptionsprävention konzernweit erfolgreich weitergeführt.

NACHHALTIGKEITS- & KLIMARISIKOMANAGEMENT

Das Risikomanagement der Österreichischen Post bezieht zunehmend auch Environmental-, Social- und Governance-Aspekte (ESG-Aspekte) mit ein. Zudem ist die Post Unterstützerin der Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD).

GRN 102-11, 201-1

Eine wesentliche Säule guter Corporate Governance ist ein umfassendes Management von Risiken und Chancen. Aufgrund der zunehmenden Bedeutung von Nachhaltigkeitsthemen und der neuen integrierten Unternehmens- und Nachhaltigkeitsstrategie fließen Environmental-, Social- und Governance-Aspekte (ESG-Aspekte) verstärkt in das Risikomanagement ein. Dabei werden auch die NaDiVeG-Belange und die TCFD-Vorgaben (Task Force on Climate-related Financial Disclosures) abgedeckt. Dadurch sollen Nachhaltigkeitschancen und -risiken frühzeitig erkannt und durch geeignete Maßnahmen die strategische Ausrichtung des Unternehmens und die Erreichung der Unternehmensziele unterstützt werden. Die Post ist offizielle Unterstützerin von TCFD (TCFD-Supporter), was die Wichtigkeit dieses Themas für uns weiter unterstreicht.

Dieses Kapitel fokussiert das Chancen- und Risikomanagement mit Bezug zu Nachhaltigkeit und Klimawandel als Bestandteil des Konzernrisikomanagements. Weitere Details zum allgemeinen Konzernrisikomanagement, zur Risikostrategie und -politik sowie zum internen Kontrollsystem finden Sie im Geschäftsbericht 2020.

 siehe Geschäftsbericht 2020 S. 121ff

Risikoidentifikation

Hinsichtlich der immer stärker werdenden Bedeutung von Nachhaltigkeitsrisiken auf das unternehmerische Handeln wurde im Geschäftsjahr 2020 ein starker Fokus auf die Weiterentwicklung des Nachhaltigkeitschancen- und -risikomanagements gelegt. Dabei wurden die klassische Outside-In-Betrachtung¹ für allgemeine Nachhaltigkeitsrisiken und die TCFD-Risikokategorien sowie die Inside-Out-Betrachtung² gemäß NaDiVeG angewendet.

Im Jahr 2020 gab es einen intensiven Austausch zwischen den Abteilungen Risikomanagement, CSR & Umweltmanagement und Investor Relations. Anfang des Jahres wurde eine interne Arbeitsgruppe mit Mitarbeiter*innen aus diesen Abteilungen gegründet, um die Chancen und Risiken im Zuge eines strukturierten, interaktiven und iterativen Prozesses zu identifizieren, analysieren und bewerten.

Dazu wurden auch zwei Vertiefungsworkshops mit externen Expert*innen abgehalten – einmal mit ESG- sowie NaDiVeG-Schwerpunkt und einmal mit dem Fokus TCFD. Im nächsten Schritt wurden im Rahmen von mehreren Workshops der internen Arbeitsgruppe die wichtigsten ESG- und klimabezogenen Chancen und Risiken identifiziert. Basis für die Risikoidentifikation waren einerseits die wesentlichen Themen der Post, die Belange des NaDiVeG und andererseits diverse für die Post anwendbare internationale Standards (SASB, TCFD, IFC General EHS Guidelines und MVO Risk Check).

¹ **Outside-In:** Risiken ausgehend von den Belangen von bspw. Gesellschaft oder Umwelt auf die Unternehmenstätigkeit

² **Inside-Out:** Risiken ausgehend von der Unternehmenstätigkeit auf die Belange von bspw. Gesellschaft oder Umwelt. Die Auswirkungen wurden in Relation zur Größe und Bedeutung der Österreichischen Post betrachtet.

Zudem erfolgte ein Screening aller bereits von anderen Fachabteilungen eingemeldeten Risiken aus dem konzernweiten Risikomanagementsystem hinsichtlich eines ESG- oder TCFD-Bezugs.

Risikobewertung

Identifizierte Nachhaltigkeitsrisiken wurden anschließend einer Bewertung unterzogen. Die Bewertung erfolgte unter folgenden Gesichtspunkten:

- zwei Zeithorizonte (mittelfristig = vier Jahre, längerfristig = zehn Jahre), welche die Eintrittswahrscheinlichkeit von Chancen und Risiken beeinflussen können
- Brutto- (Status quo im Jahr 2020) und Nettobetrachtung (Status quo 2020 abzüglich der Risikominimierung durch Maßnahmen)
- qualitativ (für die Outside-In-Betrachtung entsprechend der konzernweiten Risikobewertungsmatrix, für die Inside-Out-Betrachtung entsprechend einer neu definierten und an die konzernweite angepasste Bewertungsmatrix) oder
- quantitativ über die finanziellen Auswirkungen

Risikosteuerung

Durch diese Vorgehensweise wurde die Integration der ESG- und Klimarisiken in das konzernweite Risikomanagementsystem wesentlich vorangetrieben. Dies unterstützt die detailliertere ESG-Chancen- und -Risikoberichterstattung unter Einbeziehung der NaDiVeG-Belange und eine erstmalige klimabezogene Risikoberichterstattung gemäß TCFD.

Im Konzern erfolgt eine halbjährliche Aktualisierung und ein anschließendes Reporting von allen Chancen und Risiken, die intern definierte Schwellenwerte überschreiten (sowohl qualitativ als auch quantitativ) an den Vorstand. Da kurz- und langfristige klimabezogene und ESG-Chancen und -Risiken Teil des konzernweiten Risikomanagements sind, fließen diese auch in die halbjährliche Risikoanalyse mit ein und werden bei Überschreitung des definierten Schwellenwerts in Form eines

Risikoberichts dem Vorstand vorgelegt. Im Berichtsjahr 2020 wurden zwei ESG-Risiken ermittelt, die die Schwelle zur Berichterstattung überschritten hatten.

Zur Verbesserung der internen TCFD- und ESG-Berichterstattung wird ab 2021 der halbjährliche Konzernrisikomanagementbericht um einen TCFD- und ESG-Chancen- und -Risikobericht erweitert.

—  siehe Geschäftsbericht 2020 S. 121ff

Tabellarische Auflistung der ESG-Risiken gemäß TCFD und NaDiVeG

GRI 102-15

Im vorliegenden Abschnitt werden alle ESG- und TCFD-Risiken aufgelistet, die die definierte Schwelle für die Aufnahme in das konzernweite Risikomanagementsystem überschreiten.

—  siehe Geschäftsbericht 2020 S. 121ff

Bei der gesamten Darstellung handelt es sich um Brutto Risiken. Im Zuge der Identifikation, Analyse und Bewertung der ESG- und klimabezogenen Risiken wurden auch drei Chancen in Zusammenhang mit dem wesentlichen Thema Nachhaltige Präsenz & PrivatKund*innenangebote identifiziert, jedoch hat keine dieser Chancen die Schwelle für das externe Reporting erreicht. Insgesamt werden daher zehn ESG-Risiken nach der Outside-In-Betrachtung (davon fünf klimabezogene Risiken) und fünf ESG-Risiken nach der Inside-Out-Betrachtung gemäß NaDiVeG berichtet.

Dimension Wirtschaft & Kund*in

In der Dimension Wirtschaft & Kund*in wurden jeweils ein wesentliches Outside-In-Risiko und ein Inside-Out-Risiko identifiziert.

Das bedeutendste Risiko auf das Unternehmen ist die Gefährdung der Positionierung als nachhaltiges Unternehmen und Investment aufgrund fehlender Governance-Prozesse. Das bedeutendste Inside-Out-Risiko besteht im Bereich der Business Ethics aufgrund der Größe und Bedeutung des Unternehmens für Österreich und den Kapitalmarkt beim Thema Korruption.

T 07 Bruttoisiken der Dimension: Wirtschaft & Kund*in

Outside-In

Bezug zu wesentlichen Themen	Risikoname	Maßnahmen
Nachhaltige Governance & Compliance	Gefährdung der Positionierung als nachhaltiges Unternehmen und Investment aufgrund verbesserungsfähiger organisatorischer Verankerung und zeitgemäßer Berichterstattung	Verankerung von Nachhaltigkeit in der integrierten Unternehmens- und Nachhaltigkeitsstrategie, Verankerung von Nachhaltigkeit in Unternehmensstrukturen und -prozessen, zeitgemäße Berichterstattung (z. B. TCFD-Bericht) Siehe S. 28
Nachhaltige Beschaffung	Möglicher Reputationsverlust durch etwaige Verfehlungen im Zusammenhang mit sozialen Mindeststandards und Menschenrechten in der Lieferkette	Zertifizierung von Compliance-Management-System, Lieferant*innenkodex, Lieferant*innenbewertung Siehe S. 66

Inside-Out

Bezug zu NaDiVeG-Belang	Risikoname	Auswirkung auf Belang	Maßnahmen
Korruption, Menschenrechte	Business Ethics & Beschaffung: Negative Auswirkungen auf die Gesellschaft (Staat, Sozialsystem, Wettbewerb, Kapitalmarkt) durch mangelhafte Integrität	Mögliches Fehlverhalten kann zu negativen Auswirkungen auf die Rechtsstaatlichkeit und auf die Gesellschaft führen	Als Staatsbeteiligung und Aktiengesellschaftsform bereits Erfüllung sehr hoher rechtlicher Standards (Kartellrecht, Kapitalmarkt Vorgaben, Bundesvergabegesetz), zusätzlich implementierte und zertifizierte Managementsysteme Siehe S. 31ff Siehe S. 67f

Dimension Umwelt & Klima

Im Bereich Umwelt & Klima hat die Post sowohl Outside-In- als auch Inside-Out-Risiken identifiziert.

TRANSITORISCHE KLIMARISIKEN¹

Ein wesentliches Risiko liegt in der Änderung, Verschärfung oder dem Erlass von neuen Gesetzen sowie in Reputationsverlusten und negativen Effekten im Zuge der voranschreitenden Digitalisierung. Denn diese können mitunter zu hohen direkten Kosten (z. B. CO₂-Steuer, Emissionshandel) oder Veränderungen des Geschäftsmodells führen (z. B. „Opt-In“, ein ausdrückliches Zustimmungsverfahren für Werbesendungen).

■  siehe Risikobericht im Konzernlagebericht S. 122f

Um die Risiken aus den transitorischen Klimawandelfolgen zu minimieren, setzen wir uns seit einem Jahrzehnt ambitionierte Klimaziele, um die Energieeffizienz sukzessive zu erhöhen. Seit 2017 haben wir als eines von zwei Unternehmen in ganz Österreich ein wissenschaftlich basiertes Klimaziel bei der Science Based

Targets Initiative eingereicht. Das Ziel wird im Jahr 2021 überarbeitet, um noch bewusster zum Klimaschutz beizutragen. Wir verpflichten uns damit den Pariser Vorgaben und leisten einen Beitrag zur Begrenzung der globalen Erderwärmung auf 1,5 °C.

■  siehe Umwelt & Klima, S. 86f

PHYSISCHE KLIMARISIKEN

Langfristige Klimaveränderungen können ein Risiko für den Postbetrieb darstellen und eine finanzielle Belastung hervorrufen, um auch unter veränderten Klimabedingungen (heiße Sommer, starkniederschlagsreiche Winter) eine flächendeckende Versorgung mit Postdienstleistungen zu gewährleisten. Um die Risiken zu minimieren, könnten bei der längerfristigen Risikobetrachtung zusätzliches Personal bzw. Schutzausrüstungen oder technische Maßnahmen zur Kühlung notwendig sein.

Die relevantesten Inside-Out-Risiken auf die Umwelt sind der Beitrag zum Klimawandel und der Beitrag zur Erhöhung von Luftschadstoffen durch die energieintensive Geschäftstätigkeit der Post als Logistikunternehmen.

¹ Risiken, die sich aus dem Übergang in eine CO₂-arme Wirtschaft ergeben können

T 08 Bruttorisiken der Dimension: Umwelt & Klima**Outside-In**

Bezug zu wesentlichen Themen oder TCFD	Risikoname	Maßnahmen
TCFD: Policy and Legal Risks Grüne & effiziente Mobilität Grüne & effiziente Immobilien	Einführung einer CO ₂ -Bepreisung (nationale CO ₂ -Steuer oder Aufnahme des Transportsektors in den nationalen CO ₂ -Emissionshandel)	Bis 2030 werden 100% E-Fahrzeuge in der Zustellung eingesetzt. Im Bereich der Zustellfrächter*innen soll es verstärkt zu Kooperationen und somit zu einer Nutzung von E-Fahrzeugen kommen. Im Bereich des Schwerverkehrs wird nach Alternativen gesucht (Biogas, Wasserstoff). Im Gebäudebereich erfolgt eine Umrüstung und Modernisierung der Wärmebereitstellungsanlagen. Energieeffizienzmaßnahmen werden ebenfalls umgesetzt. Siehe S. 83f, 87ff, 90ff
TCFD: Policy and Legal Risks Nachhaltige Brief- & Paketprodukte	Veränderung rechtlicher Rahmenbedingungen für adressierte und unadressierte Werbung aufgrund möglicher potenziell umweltschädlicher Wahrnehmung von Werbesendungen in der Gesellschaft (z. B. Opt-In, ein ausdrückliches Zustimmungsverfahren für Werbesendungen)	Ökobilanzierung für Werbung im Jahr 2020 und darauf basierende Verbesserungsmaßnahmen, Kooperationen mit Kund*innen, Entwicklung alternativer nachhaltiger Digitalisierungsangebote Siehe S. 63f
TCFD: Chronic Risks Grüne & effiziente Mobilität Grüne & effiziente Immobilien	Mögliche Beeinträchtigung von Arbeits- und Prozessabläufen durch hohe Tagestemperaturen im Sommer	Verstärkter Einsatz von Klimaanlage bzw. alternativen Kühlmethoden, Anschaffung von angepasster Dienstkleidung (Sonnenschutz), angepasste Dienstpläne (Tagesrandzeiten), mehr Personal, um Produktivitätsverluste auszugleichen
TCFD: Reputation Risks Kreislaufwirtschaft	Etwaiger Reputationsverlust bei Kund*innen durch potenziell negative Wahrnehmung des Ressourcenverbrauchs in der Logistik und des Anfalls von Verpackungsabfall bei Paketen	Ab 2020 Ökobilanzierungen für Produktgruppen Brief, Werbesendungen und Pakete. Darauf basierende Verbesserungsmaßnahmen, Kooperationen mit Kund*innen, Kompetenzzentrum Nachhaltige Verpackung/Kreislaufwirtschaft innerhalb der Post Siehe S. 63f
TCFD: Market Risks Nachhaltige Brief- & Paketprodukte	Bereits spürbarer Volumenrückgang im Bereich Brief- und Werbepost aufgrund der Digitalisierung wird im Zuge der Klimawandeldiskussion in der Bevölkerung und bei Geschäftspartner*innen eventuell forciert	Ab 2020 Ökobilanzierungen für Produktgruppen Brief, Werbesendungen und Pakete. Darauf basierende Verbesserungsmaßnahmen, Kooperationen mit Kund*innen, Entwicklung alternativer nachhaltiger Digitalisierungsangebote Siehe S. 63f

Inside-Out

Bezug zu NaDiVeG-Belang	Risikoname	Auswirkung auf Belang	Maßnahmen
Umweltbelang	Anstieg der eigenen CO ₂ -Emissionen	Der Anstieg wirkt sich negativ auf die nationale Treibhausgasbilanz und damit auf den Klimawandel aus	Forcierung Elektromobilität, Kooperationen mit Frächter*innen in der Zustellung und Transportlogistik, Energie-/Spritsparmaßnahmen, Umweltmanagementsysteme nach ISO 14001 Siehe S. 83f, 87ff, 90ff
Umweltbelang	Anstieg der eigenen lokalen Emissionen (NO _x , Feinstaub, Lärm)	Der Anstieg wirkt sich negativ auf die lokale Emissionssituation aus	Forcierung Elektromobilität, Einsatz von Fahrzeugen der Abgastechnologien EEV oder höher, Kooperationen mit Frächter*innen in der Zustellung und Transportlogistik, Energie-/Spritsparmaßnahmen, Umweltmanagementsysteme nach ISO 14001 Siehe S. 83f, 87ff, 90ff

Dimension Mensch & Soziales

In der Dimension Mensch & Soziales wurden jeweils zwei Outside-In- und zwei Inside-Out-Risiken identifiziert.

Durch die Vielzahl an Geschäftsbeziehungen ergibt sich das Outside-In-Risiko von Reputationsverlusten durch die Nichteinhaltung von Menschenrechten oder sozialen Mindeststandards entlang der Wertschöpfungskette.

Zur Minimierung dieses Risikos wurden Maßnahmen wie der Vendor Integrity Check und die Lieferant*innenbewertung konzernweit installiert.

■  siehe Nachhaltige Beschaffung S. 66

Ein weiteres Risiko ist der Ausfall von Personal durch fehlende Arbeitnehmer*innen- bzw. Gesundheitsschutzmaßnahmen. Zur Verringerung des Risikos bietet die Post ein umfassendes Programm an Gesundheits- und Arbeitnehmer*innenschutzmaßnahmen an.

■  siehe Arbeits- & Gesundheitsschutz S. 113

Trotz Maßnahmen zur Unfallverhütung und Erhaltung der Gesundheit ergeben sich aus der Inside-Out-Betrachtung Risiken für Mitarbeiter*innen durch mögliche Gesundheitsbeeinträchtigungen oder Unfälle aufgrund von starker saisonaler Arbeitsbelastung.

■  siehe Arbeits- & Gesundheitsschutz S. 113

Ein weiteres Risiko aus der Inside-Out-Betrachtung liegt im Bereich Datenverantwortung, das sich durch die mögliche Entwendung oder die rechtswidrige Veröffentlichung von sensiblen Kund*innen- sowie Mitarbeiter*innendaten und daraus folgende Schäden für die Betroffenen ergibt.

■  siehe Digitale Verantwortung S. 117

T 09 BruttoRisiken der Dimension: Mensch & Soziales

Outside-In

Bezug zu wesentlichen Themen oder TCFD	Risikoname	Maßnahmen
Arbeits- & Gesundheitsschutz	Potenzielle Personalausfälle und eventuelle Kosten durch möglicherweise mangelnde Effizienz bei der Umsetzung von Gesundheits- und Arbeitnehmer*innenschutzmaßnahmen	Gesundheitsangebote (Gesundheitstage, Impfungen), Arbeitnehmer*innenschutz (persönliche Schutzausrüstung etc.), Fahrsicherheitstrainings Siehe S. 106, 113ff
Digitale Verantwortung	Potenzielle Schäden durch unzureichendes Bewusstsein für Datenschutz, IT-, Cyber- und Datensicherheit	Maßnahmen aus IT-Security, Weiterführung der Datenschutzorganisationsstruktur, Sensibilisierungsmaßnahmen der Mitarbeiter*innen Siehe S. 106, 117ff
Unternehmens- & Arbeitskultur	Hohe Fluktuation von Mitarbeiter*innen wegen unzureichender Zufriedenheit von Mitarbeiter*innen	Maßnahmen zur Förderung der Unternehmens- und Arbeitskultur Siehe S. 105, 107ff, 111ff

Inside-Out

Bezug zu NaDiVeG-Belang	Risikoname	Auswirkung auf Belang	Maßnahmen
Sozialbelange	Möglichkeit des Verlusts von Kund*innen-/Personalangaben durch Datendiebstahl und/oder Datenschutzverletzungen und damit verbundene negative Auswirkungen auf die Gesellschaft	Durch die mögliche Entwendung oder durch die rechtswidrige Veröffentlichung von sensiblen Daten käme es zu negativen Auswirkungen auf die Gesellschaft hinsichtlich des Schutzes von persönlichen Daten	Maßnahmen aus IT-Security, Weiterführung der Datenschutzorganisationsstruktur, Sensibilisierungsmaßnahmen der Mitarbeiter*innen Siehe S. 106, 117ff
Mitarbeiter*innenbelang, Sozialbelange, Menschenrechte	Potenziell hohe (saisonale) Arbeitsbelastung der eigenen Mitarbeiter*innen, Frächter*innen und Zeitarbeiter*innen sowohl in Bezug auf Arbeitszeit als auch Art der Tätigkeit (Paketgewicht/-größe/-menge)	Gesundheitliche Schäden beim Personal und an Dritten durch vermehrte Unfälle verursacht durch die höhere Arbeitsbelastung	Gesundheitsangebote (Gesundheitstage, Impfungen), Arbeitnehmer*innenschutz (persönliche Schutzausrüstung etc.), Fahrsicherheitstrainings Siehe S. 106, 113ff

Angaben zu klimabezogenen Risiken gemäß TCFD (TCFD-Index)

T 10 Governance

TCFD-Empfehlungen	Umsetzung bei der Österreichischen Post
a) Beschreiben Sie die Aufsicht des Vorstands über klimabezogene Chancen und Risiken	<ul style="list-style-type: none"> — Der Vorstand der Österreichischen Post wird ab dem Geschäftsjahr 2021 über den ESG-Governance-Prozess im Zuge des vierteljährlichen Sustainability Boards hinsichtlich Status der Maßnahmen und der Zielerreichung zu allen wesentlichen Themen im Bereich „Umwelt & Klima“ informiert. Dadurch ist es dem Vorstand möglich, die Fortschritte im Hinblick auf Ziele und Vorgaben für klimabezogene Fragen zu überwachen und zu beaufsichtigen. Zusätzlich zum Sustainability Board bieten die monatlichen Vorstandssitzungen Möglichkeit zur Diskussion und Überwachung von klimabezogenen Themen. Nähere Informationen finden Sie auf S. 21f, 29f. — Klimabezogene Themen werden für die Unternehmenssteuerung und in der integrierten Unternehmens- und Nachhaltigkeitsstrategie in der Dimension Umwelt & Klima berücksichtigt. Demnach fließen diese Themen auch in die Finanzplanung mit ein. Nähere Informationen finden Sie auf S. 14–21. — Nachhaltigkeitsziele mit Klimarelevanz sind Bestandteil der Vergütungspolitik für den Vorstand. Ziele betreffen den Ausbau von Photovoltaikanlagen und der E-Mobilität sowie die Implementierung von Umweltmanagementsystemen zur Steigerung der Energieeffizienz. Entsprechend der neuen integrierten Unternehmens- und Nachhaltigkeitsstrategie sollen ab 2021 auch Nachhaltigkeitsziele in die variablen Gehaltsbestandteile für das gesamte Topmanagement (erste Berichtsebene) einfließen. Nähere Informationen finden Sie auf S. 30. — Die Post definiert Klima im Sinne des Risikomanagements als eine Gegebenheit bzw. einen Zustand und nicht als eine Chance oder Risiko per se. Es werden daher vom Klima abgeleitete Themen als Chancen oder Risiken im Risikomanagement erfasst, wie z.B. Risiken/Chancen aus „Klimaveränderungen“. — Relevante klimabezogene Chancen und Risiken sind in das zentrale Risikomanagement integriert. Dadurch wird der Vorstand halbjährlich in Form eines Chancen- und Risikoberichts über TCFD-bezogene Chancen und Risiken informiert. Darüber hinaus berichtet das Risikomanagement auch dem Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats halbjährlich sowie dem Gesamtaufichtsrat jährlich. Im Bedarfsfall kann auch ein Ad-hoc-Bericht erfolgen.
b) Beschreiben Sie die Rolle des Managements bei der Bewertung und beim Management klimabezogener Chancen und Risiken	<ul style="list-style-type: none"> — Die Verantwortlichkeit für klimabezogene Chancen und Risiken ist analog zu sonstigen Konzernchancen und -risiken geregelt und liegt beim Topmanagement. Demnach werden Chancen und Risiken, die einem Fachbereich zugeordnet werden können, von der jeweiligen Fachbereichsleitung verantwortet. Fachbereichsübergreifende Chancen und Risiken werden vom Vorstand verantwortet. Weitere Informationen zu Identifikation, Analyse und Bewertung siehe T12 Risikomanagement auf S. 40. — Das Topmanagement ist halbjährlich zur Aktualisierung der klimabezogenen Chancen und Risiken aufgefordert, um dem Vorstand im Zuge des Chancen- und Risikoberichts über die wesentlichsten Chancen und Risiken berichten zu können. — Die einzelnen Vorstandsmitglieder legen ihre Sichtweise im Zuge von Chancen- und Risikogesprächen dar, diese fließt in den Chancen- und Risikobericht ein.

T 11 Strategie

TCFD-Empfehlungen	Umsetzung bei der Österreichischen Post
a) Beschreiben Sie die klimabedingten Chancen und Risiken, die die Organisation kurz-, mittel- und langfristig identifiziert hat	<ul style="list-style-type: none"> — Der kurzfristige Betrachtungszeitraum wurde mit vier Jahren festgelegt, was ident zur Mittelfristplanung und der konzernweiten Chancen- und Risikoanalyse ist. Um klimarelevante Chancen und Risiken in einem längeren Zeithorizont analysieren zu können, wurde zusätzlich ein längerfristiger Betrachtungszeitraum von zehn Jahren (analog zur Zeitdauer des Masterplans Nachhaltigkeit 2030) festgelegt. — Eine Übersicht zu den von der Österreichischen Post identifizierten Risiken und Chancen im ESG-Risikomanagement finden Sie auf S. 37. Dabei sind alle Risiken aus dem ESG-Risikomanagementsystem enthalten, inkl. einer Outside-In-Betrachtung nach den TCFD-Kategorien und einer Inside-Out-Betrachtung gemäß NaDiVeG. — Als das wesentlichste klimabezogene Risiko wurde das physische Risiko resultierend aus den Langzeitfolgen des Klimawandels (Chronic Risk) identifiziert. Es wird angenommen, dass sich höhere Tagestemperaturen auf Prozessabläufe, Mitarbeiter*inneneffizienz und -gesundheit auswirken. — Es zeigt sich, dass Risiken gemäß den TCFD-Kategorien bei der langfristigen Betrachtung ein höheres Risikopotenzial aufweisen als bei der kurzfristigen Betrachtung. Dies ergibt sich durch die fortschreitenden Auswirkungen des Klimawandels. →

b) Beschreiben Sie die Auswirkungen der klimabedingten Chancen und Risiken auf die Geschäftstätigkeit, die Strategie und die Finanzplanung der Organisation

- Zur effektiveren Steuerung der klimabezogenen Risiken und Verwirklichung des klimabezogenen Chancenpotenzials hat die Post eine integrierte Unternehmens- und Nachhaltigkeitsstrategie entwickelt. Siehe S. 14ff, 28ff.
- TCFD-Risiken betreffen primär Zustellprozesse und Gebäudestandards und könnten Kostensteigerungen bewirken. Die Geschäftstätigkeit als solche ist nach derzeitiger Einschätzung nicht gefährdet.
- Klimabezogene Themen und Risiken fließen durch die Maßnahmenumsetzung zur Minimierung der klimabezogenen Risiken entsprechend ihrer Priorisierung in die Finanzplanung (Mittelfristplanung = vier Jahre) mit ein. Relevante klimabezogene Maßnahmen haben in der Finanzplanung bei der Österreichischen Post vorwiegend Auswirkungen auf die Investitionsausgaben, da darunter bspw. die Anschaffung von E-Fahrzeugen und Photovoltaikanlagen fällt. Auch wurden zwei klimabezogene Risiken identifiziert, die eine Reduktion des Umsatzes bewirken könnten. Gegenmaßnahmen wie Öko- und Sozialbilanzierungen fließen auch hier in die Finanzplanung und in strategische Entscheidungen mit ein. Siehe T08 Bruttorisiken der Dimension: Umwelt & Klima auf S. 37.
- Im Jahr 2020 wurden drei ESG- und klimabezogene Chancen identifiziert. Jedoch erreichen diese nicht die Schwelle für das externe Reporting.

c) Beschreiben Sie die Belastbarkeit der Strategie der Organisation unter Berücksichtigung verschiedener klimabezogener Szenarien, einschließlich eines Szenarios von 2 °C oder weniger

- Die Österreichische Post stellt bereits seit 2011 alle Sendungen innerhalb von Österreich CO₂ NEUTRAL zu. Auch hat sie bereits 2017 ein wissenschaftsbasiertes Klimaziel mit dem Beitrag zu einer 2-°C-Wirtschaft verabschiedet (Science-based Target [SBT]). Im Jahr 2020 wurde begonnen, das bestehende SBT mit einem 1,5-°C-Szenario (für Scope 1 und 2) zu überarbeiten. Außerdem hat die Post im Jahr 2018 ein EV100-Ziel bei der ClimateGroup eingereicht: Bis 2030 soll die gesamte Zustellung zu 100% mit E-Mobilität erfolgen. Nähere Informationen finden Sie ab S. 83f, 87ff, 90ff.
- Um klimabezogene Risiken zu vermeiden bzw. die daraus resultierenden Chancen zu nutzen, hat die Österreichische Post im Jahr 2020 eine neue integrierte Unternehmens- und Nachhaltigkeitsstrategie verabschiedet. Dabei ist Klimaschutz der maßgebliche Faktor in der Dimension Umwelt & Klima. Siehe S. 14–21.
- Eine Beeinträchtigung der Umsetzung dieser neuen Strategie und der Zielerreichung des SBT ergibt sich vorwiegend aus der Risikokategorie „Market Risk“. Unzureichende technologische Entwicklungen zu alternativen Antrieben in der Transportlogistik stehen hier im Vordergrund. Siehe T08 Bruttorisiken der Dimension: Umwelt & Klima auf S. 37.
- Die berücksichtigten Szenarien spiegeln eine Erderwärmung von 2 °C und 4 °C wider. Für die Szenarienanalyse wurde der langfristige Zeithorizont von zehn Jahren ausgewählt. Siehe S. 42f.

T 12 Risikomanagement

TCFD-Empfehlungen

Umsetzung bei der Österreichischen Post

a) Beschreiben Sie die Prozesse der Organisation zur Identifizierung und Bewertung klimabezogener Risiken

- Klimarisiken sind gesamthaft in das Risikomanagementsystem integriert und werden gleichwertig wie andere (Geschäfts-)Risiken gesteuert.
- Der Prozess zur Identifizierung und Bewertung klimabezogener Chancen und Risiken folgt dem allgemeinen Konzern-Risikomanagementprozess (s. dazu [G](#) Geschäftsbericht 2020 S. 122). Diese allgemeine Herangehensweise wurde für klimabezogene und ESG-Chancen und -Risiken wie folgt umgesetzt: Im Jahr 2020 fand ein intensiver Austausch zwischen den Abteilungen Risikomanagement, CSR & Umweltmanagement und Investor Relations statt. Im Zuge eines strukturierten und interaktiven Prozesses wurden klimabezogene Chancen und Risiken auf Basis der wesentlichen Themen der Post und auf Basis von internationalen Reportingstandards (bspw. SASB) identifiziert, analysiert und bewertet. Teil dieses Identifikationsprozesses waren alle Risikokategorien gemäß TCFD, wodurch sowohl transitorische als auch physische Klimarisiken analysiert wurden. Nähere Informationen zum Prozess finden Sie auf S. 34f, 42f.
- In der Vergangenheit wurden klimabezogene und ESG-Chancen und -Risiken überwiegend qualitativ bewertet. Im Jahr 2020 fand eine signifikante Weiterentwicklung hinsichtlich der Quantifizierung dieser Chancen und Risiken statt. Die Bewertung bestehender und neu identifizierter TCFD-Chancen und -Risiken erfolgte unter folgenden Gesichtspunkten:
 - zwei Zeithorizonte (kurzfristig = vier Jahre, längerfristig = zehn Jahre)
 - Brutto- (Status quo im Jahr 2020) und Nettobetrachtung (Status quo 2020 abzüglich der Risikominimierung durch Maßnahmen)
 - qualitativ (für die Outside-In-Betrachtung entsprechend der konzernweiten Risikobewertungsmatrix, für die Inside-Out-Betrachtung entsprechend einer neu definierten und an die konzernweite angepasste Bewertungsmatrix) oder
 - quantitativ über die finanziellen Auswirkungen.

b) Beschreiben Sie die Prozesse der Organisation für den Umgang mit klimabedingten Risiken

- Die Steuerung und Berichterstattung sowie das Verfahren zur Priorisierung von klimabezogenen und ESG-Chancen und -Risiken folgt ebenfalls den allgemeinen Konzernrisikomanagementprozessen. Daher werden klimabezogene Chancen und Risiken auch hinsichtlich ihrer Auswirkungen priorisiert.
- Die Risikosteuerung erfolgt durch die Festlegung geeigneter Maßnahmen mit dem Ziel, Risiken zu vermeiden, zu reduzieren oder auf Dritte zu übertragen bzw. Chancen zu verwirklichen. Die Unternehmensbereiche prüfen hierzu die infrage kommenden Maßnahmen mittels Kosten-Nutzen-Analysen und implementieren diese anschließend. Die Maßnahmen werden im Zuge der halbjährlichen Analyse durch die Risikomanager*innen überwacht und angepasst. →

	<ul style="list-style-type: none"> — Wesentlichkeitsbestimmungen zu relevanten, klimabezogenen Chancen und Risiken erfolgen analog zu den Konzernrisikomanagementprozessen. Im Konzern erfolgt eine halbjährliche Aktualisierung aller Chancen und Risiken und ein anschließendes Reporting von Chancen und Risiken, die intern definierte Schwellenwerte überschreiten (sowohl qualitativ als auch quantitativ) an den Vorstand. Kurz- und langfristige klimabezogene und ESG-Chancen und -Risiken fließen somit in die halbjährliche Risikoanalyse ein und werden bei Überschreitung des definierten Schwellenwerts in Form eines Chancen- und Risikoberichts dem Vorstand vorgelegt. Im Berichtsjahr 2020 wurde ein TCFD-Risiko ermittelt, das die Schwelle zur Berichterstattung überschritten hat.  Geschäftsbericht 2020 S. 123. — Zur Verbesserung der internen TCFD- und ESG-Berichterstattung wird ab 2021 der Konzernrisikomanagementbericht um einen TCFD- und ESG-Chancen- und -Risikobericht erweitert. Dadurch werden auch klimarelevante Chancen und Risiken mit dem Betrachtungszeitraum von zehn Jahren an den Vorstand berichtet. — Durch die unter Punkt a) beschriebene Vorgehensweise wurde die Integration der Klimarisiken in das konzernweite Risikomanagementsystem wesentlich vorangetrieben. Dies unterstützt auch eine detailliertere externe ESG-Chancen- und -Risikoberichterstattung inkl. einer erstmaligen klimabezogenen Nachhaltigkeitsberichterstattung gemäß TCFD.
<p>c) Beschreiben Sie, wie die Prozesse zur Identifizierung, Bewertung und zum Management klimabezogener Risiken in das Risikomanagement der Organisation integriert sind</p>	<ul style="list-style-type: none"> — Wie bei Punkt a) zu den Prozessbeschreibungen zur Identifikation, Bewertung und Steuerung von klimabezogenen und ESG-Chancen und -Risiken ausgeführt, folgen die Prozesse für klimabezogene und ESG-Chancen und -Risiken den Prozessen des allgemeinen Konzernrisikomanagements. Die Prozesse für klimabezogene und ESG-Chancen und -Risiken sind somit in das Risikomanagement der Organisation integriert.

T 13 Kennzahlen und Ziele

TCFD-Empfehlungen	Umsetzung bei der Österreichischen Post
<p>a) Offenlegung der Messgrößen, die in Übereinstimmung mit ihrer Strategie und ihrem Risikomanagementprozess von der Organisation zur Bewertung klimabezogener Chancen und Risiken verwendet werden</p>	<ul style="list-style-type: none"> — Die wichtigsten Kennzahlen zur Messung und zum Management klimabezogener Chancen und Risiken sind: <ul style="list-style-type: none"> — Scope-1- bis Scope-3-CO₂-Emissionen — Anteil erneuerbarer Energien des Gesamtverbrauchs — Anteil E-Mobilität an der Zustellflotte — Energieverbrauch — Weitere Kennzahlen im Zusammenhang mit Wasser, Landnutzung und Abfallmanagement werden intern auf Relevanz eruiert. <p>Darüber hinaus wird im Jahr 2021 eine unternehmensinterne Arbeitsgruppe zur Umsetzung der Vorgaben der EU-Taxonomie eingerichtet, um ab dem Geschäftsjahr 2021 den Anteil unseres Umsatzes mit Nachhaltigkeitsbezug ausweisen zu können. Siehe S. 31.</p> — Nachhaltigkeitsziele mit Klimarelevanz sind Bestandteil der Vergütungspolitik für den Vorstand. Ziele betreffen den Ausbau von Photovoltaikanlagen, Ausbau von E-Mobilität, Implementierung von Umweltmanagementsystemen zur Steigerung der Energieeffizienz. Entsprechend der neuen integrierten Unternehmens- und Nachhaltigkeitsstrategie sollen ab 2021 auch Nachhaltigkeitsziele in die variablen Gehaltsbestandteile für das gesamte Topmanagement (erste Berichtsebene) einfließen. Siehe S. 30. — Kennzahlen der Österreichischen Post sind in den Nachhaltigkeits- bzw. Nichtfinanziellen Berichten zu finden. Siehe S. 131ff.
<p>b) Offenlegung der Treibhausgas (THG)-Emissionen (Scope 1, Scope 2 und ggf. Scope 3) und der damit verbundenen Risiken</p>	<ul style="list-style-type: none"> — Die Österreichische Post veröffentlicht jährlich ihre gesamten Scope-1- bis Scope-3-CO₂-Emissionen im Nachhaltigkeits- und Nichtfinanziellen Bericht. Siehe dazu S. 37. — Die Berechnung der CO₂-Kennzahlen basiert auf der ISO-Norm 14064 zur Bilanzierung der Treibhausgase und ist somit konform mit den Vorgaben des Greenhouse Gas Protocol. Die Kennzahlen werden jährlich von zwei externen Stellen validiert: durch den Jahresabschlussprüfer und zusätzlich durch TÜV Austria. — Wesentliche Risiken im Bereich der Scope-3-Emissionen sind derzeit nicht existent. Im Jahr 2021 werden mögliche weitere Scope-3-Emissionsquellen analysiert und auf Relevanz geprüft. Bei nicht vorliegenden Primärdaten wird für die Berechnung der CO₂-Emissionen auf die Datenbasis der eigenen Verbrauchseinheiten (Fuhrpark und Immobilien) zurückgegriffen.
<p>c) Beschreiben Sie die Ziele, die von der Organisation verwendet werden, um klimabedingte Chancen und Risiken und die Leistung im Vergleich zu den Zielen zu managen</p>	<ul style="list-style-type: none"> — Die wichtigsten klimabezogenen Zielsetzungen der Österreichischen Post wurden bei internationalen Institutionen eingereicht und von diesen verifiziert: <ul style="list-style-type: none"> — Science-based Targets: Reduktion der CO₂-Emissionen (Scope 1–3) um 14% bis 2025 (Basisjahr 2013) — EV100-Ziel: 100% Elektromobilität in der Zustellung bis 2030 — Der Status der Zielerreichung und weitere Zielsetzungen im Umweltbereich werden jährlich im Nachhaltigkeits- und Nichtfinanziellen Bericht veröffentlicht. Näheres auf S. 72ff.

Klimaszenarioanalyse gemäß TCFD

GRI 201-2

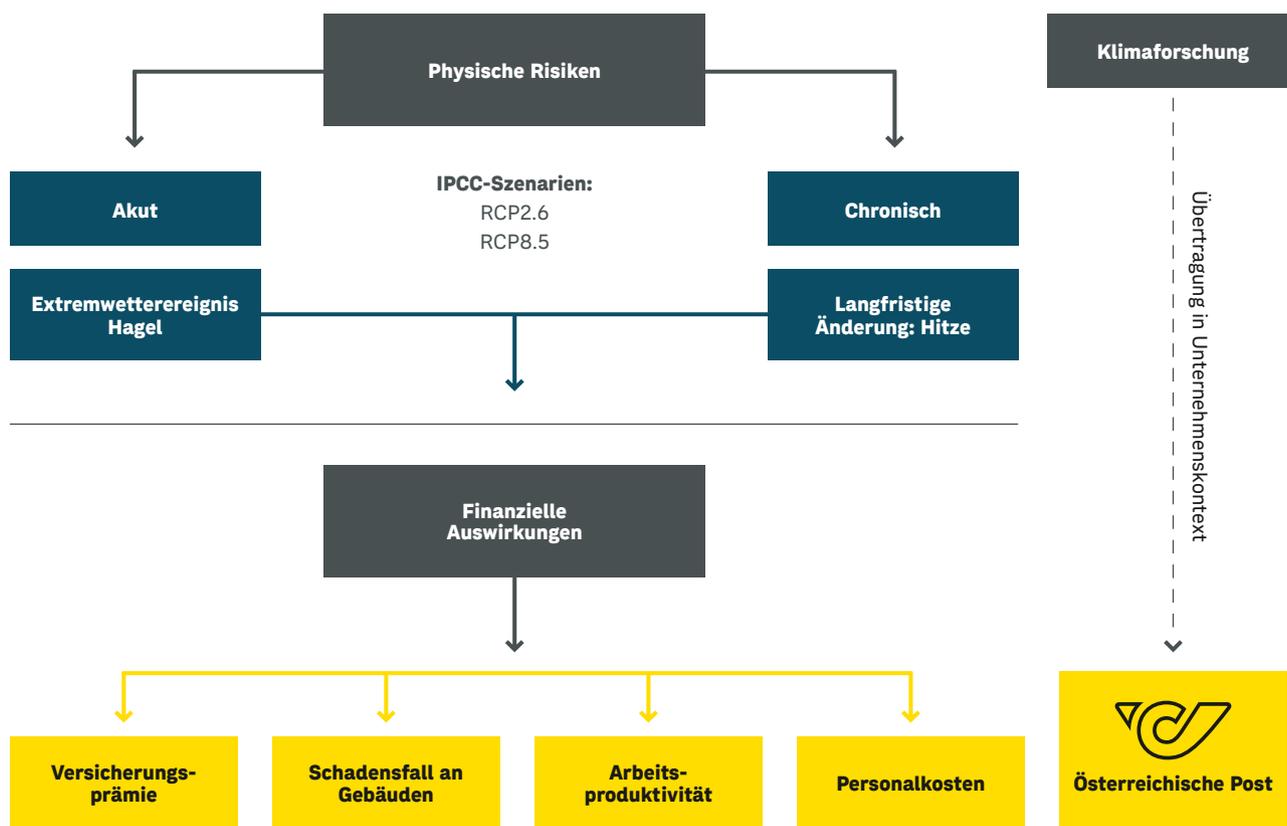
Die Österreichische Post hat auf Basis der TCFD-Empfehlungen eine Szenarioanalyse durchgeführt. Dabei wurden die zukünftigen Auswirkungen des Klimawandels auf die Post nach den Richtlinien der TCFD („Outside-In“) betrachtet. Der Fokus lag bei dieser ersten Szenarioanalyse auf durch den Klimawandel hervorgerufenen physischen Risiken und deren finanziellen Auswirkungen auf die Post.

Die folgenden physischen Risiken wurden im Zuge eines internen Workshops definiert und als wesentlich für eine Szenarioanalyse bewertet:

- Akute physische Risiken: extreme Wetterereignisse, insbesondere Hagel. Dieses Risiko wurde im Zuge des internen ESG- und TCFD-Risikoprozesses als aufkommendes Risiko identifiziert, das weiter beobachtet werden sollte.
- Chronische physische Risiken: Hitzeperioden aufgrund steigender Sommertemperaturen

📄 siehe T08 Bruttoreisiken der Dimension: Umwelt & Klima auf S. 37

G 05 TCFD-Szenarioanalyse Vorgehen



Für die anschließende Szenarioanalyse wurde der Betrachtungszeitraum 2020 bis 2040 gewählt. Dies stimmt auch mit den erwarteten Vorgaben zur Klimawandeladaption aus der EU-Taxonomie überein. Das Rahmenwerk für die weitere Analyse bildeten die vom Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) definierten Emissions-Konzentrationspfade. Um die ganze Bandbreite an möglichen Auswirkungen abzudecken, wurden die folgenden beiden Szenarien gewählt:

- RCP2.6 (Dekarbonisierungsszenario, Einhaltung des Pariser Klimaschutzabkommens mit Limitierung der globalen Erwärmung bis Ende des Jahrhunderts $<2^{\circ}\text{C}$ im Vergleich mit der vorindustriellen Zeit)
- RCP8.5 („Business-as-Usual“-Szenario, Erwärmung bis Ende des Jahrhunderts $>4^{\circ}\text{C}$)

Um dem regionalen Fokus gerecht zu werden, sind auch Klimadaten und Quellen aus Österreich in die Analyse eingeflossen. Wo diese nicht verfügbar waren, wurde auf europäische oder internationale Daten, etwa aus dem IPCC, zurückgegriffen.

Die folgenden kostenverursachenden Klimaparameter wurden ausgewählt, um die negativen Auswirkungen des Klimawandels auf die Post darzustellen:

- Chronische physische Risiken: Auswirkung von Änderungen der durchschnittlichen Temperatur auf Arbeitsproduktivität und Klimatisierung
- Akute physische Risiken (Hagel): Auswirkung von Änderungen durch Hagel-Gewitter auf Sachschäden an Gebäuden und Fahrzeugen

Die folgenden Klimaindikatoren wurden ausgewählt:

- Betrachtung der zukünftigen Entwicklung von Sommer- und Hitzetagen in Österreich, aber aufgrund mangelnder Plausibilität für die Analyse ausgeschlossen
- Hitze: Änderung der monatlichen Maximaltemperatur ($^{\circ}\text{C}$) für Juni bis September als Bezugsgröße für den Rückgang der Arbeitsproduktivität (linear um 2% je 1°C Temperaturanstieg) und die Steigung der Stromkosten für die Klimatisierung (linear gemäß Steigung der Temperatur)
- Hagel: schwierige Modellierung dieses Wetterereignisses, auch in der Vergangenheit volatiles Auftreten, somit war es nicht möglich, valide Aussagen über die zukünftigen finanziellen Auswirkungen von Hagelereignissen auf die Post zu generieren. Es wird jedoch erwartet, dass diese Schäden in Zukunft steigen werden.

Basierend auf einer Literaturrecherche und der Auswertung der Klimaindikatoren werden folgende Schlussfolgerungen gezogen:

- Hitzestress kann zukünftig zu einem Rückgang der Arbeitsproduktivität führen, vor allem in den warmen bzw. heißen Monaten Juni bis September.
- Erhöhung des Stromverbrauchs und der operativen Kosten (OPEX) für Klimatisierungen durch Zunahme der Kühlgradtage sowie zusätzliche Investitionskosten (CAPEX) für Nachrüstungen einer entsprechenden Infrastruktur möglich
- Hagelereignisse sind momentan kein geeigneter Indikator für ein akutes Klimarisiko aufgrund unzureichender Datenlage.
- Die Thematik der Szenarioanalyse soll intensiv weiterverfolgt werden.

STAKEHOLDER MANAGEMENT

Die Post ist eine der größten Arbeitgeberinnen in Österreich und fest in der Gesellschaft verankert. Die Stakeholder setzen sich aus den unterschiedlichsten gesellschaftlichen Bereichen zusammen und werden auf mehrfache Weise miteinbezogen. Durch den laufenden Dialog mit unseren Stakeholdergruppen können wir ihre Erwartungen aufgreifen, Verbesserungspotenziale erkennen und diese in konkrete Maßnahmen überführen.

Alle Interessen im Fokus

Die verschiedenen Stakeholder haben hohe Erwartungen an die Transparenz und die Nachhaltigkeitsleistung der Post. Den heterogenen Ansprüchen der unterschiedlichen Stakeholder begegnen wir, indem wir diese in verschiedenen Gruppen bündeln. Durch den breit angelegten Dialog können wir ihre Ansprüche identifizieren und die heute schon guten und offenen Beziehungen zu den Interessengruppen festigen und weiter ausbauen.

Im Rahmen unterschiedlicher Dialogformate entwickeln und diskutieren wir mit unseren Interessengruppen strategische Ziele, Maßnahmen und deren Umsetzung. Ziel des Stakeholder Managements ist es, die Anliegen der Anspruchsgruppen kennenzulernen, zu verstehen und einzubeziehen. Zudem ist die laufende Kommunikation wichtig, um den Masterplan Nachhaltigkeit 2030 Schritt für Schritt weiterzuentwickeln. Die neu gesetzten Nachhaltigkeitsziele und -maßnahmen orientieren sich somit auch an den Ansprüchen und Erwartungen unserer Stakeholder.

Im Dialog mit den Stakeholdergruppen

GR1 102-21, 102-43, 102-44

Die Stakeholder der Post werden auf unterschiedliche Weise einbezogen. Neben dem täglichen und direkten Kund*innenkontakt der Post-Mitarbeiter*innen ist der Stakeholder Round Table ein entscheidendes Dialogformat. Dieser findet seit 2010 jährlich statt und bietet verschiedenen Stakeholdern wie Kund*innen, Lieferant*innen, Mitarbeiter*innen, NGOs oder Investor*innen die Möglichkeit, der Post ihre Anliegen und Wünsche direkt mitzuteilen und sich kennenzulernen. Aufgrund der COVID-19 Pandemie konnte im Jahr 2020 kein Stakeholder Round Table

stattfinden. Stattdessen wurde eine Wesentlichkeitsbefragung digital durchgeführt.

Bei der Organisation des Stakeholder Round Table wie auch bei der Befragung 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.

Für die Post ist es jedes Jahr sehr hilfreich, Meinungen und Ansprüche gemeinsam mit Vertreter*innen aller relevanten Interessengruppen zu diskutieren. Die Inputs werden intern aufbereitet und in weiterer Folge dazu genutzt, um bestehende Projekte dahingehend zu adaptieren und neue Projekte aufzusetzen. Der nächste und somit der zehnte Stakeholder Round Table soll im Herbst 2021 stattfinden, sofern dies entsprechend den dann geltenden Vorgaben zu COVID-19 möglich ist.

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

- Mitarbeiter*innenbefragung
- Kund*innendienst für Privatpersonen (zu Geschäftszeiten erreichbar)
- Kund*innenservice für Firmenkontakte (zu Geschäftszeiten erreichbar)
- Kund*innenbefragung (vierteljährlich)
- Investor-Relations-Abteilung (zu Geschäftszeiten erreichbar)
- Compliance-Hotline (zu Geschäftszeiten erreichbar)
- Ombudsperson für Mitarbeiter*innen (zu Geschäftszeiten erreichbar)
- Hauptversammlung für Aktionär*innen (einmal jährlich)
- E-Mail-Adresse für Fragen zum Thema Nachhaltigkeit (csr@post.at)

Transparenz in der Wahrnehmung politischer und wirtschaftlicher Interessen

GRI 103-1, 103-2, 103-3

Als führendes Logistikunternehmen trägt die Post ihre Anliegen zu Postmarktregulierung, Transport und Logistik, Digitalisierung, Energie und Nachhaltigkeit, Sicherstellung systemrelevanter Infrastruktur etc. an politische Verantwortungsträger*innen, an Bundesregierung, Parlament, Bundesländer, Gemeinden und Sozialpartner*innen heran.

Daher stehen wir laufend im Austausch mit politischen Interessensvertreter*innen und Entscheidungsträger*innen. Zudem setzen wir uns dafür ein, dass die rechtlichen Rahmenbedingungen sowohl mit den strategischen Vorgaben der Post als auch mit den Bedürfnissen der Kund*innen im Einklang stehen. Ziel ist, ein breites,

gegenseitiges Verständnis zu fördern, Unterstützung zu gewinnen und die Anliegen bestmöglich durchzusetzen.

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

Zum einen erfolgt die Interessensvertretung durch die Mitarbeiter*innen der Post direkt, zum anderen ist die Post Mitglied in verschiedenen Verbänden (z.B. WKO, Industriellenvereinigung, PostEurop, International Post Corporation, EMOTA). Zudem berichten externe Berater*innen 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 Unternehmenslobbyist*innen, die Lobbying-Position sowie der Lobbying-Aufwand der Post. Dieser beläuft sich auf mehr als 100.000 EUR im Jahr.

G 06 Stakeholdergruppen

GRI 102-40, 102-42

In Anlehnung an die ONR 192500, die zertifizierbare Leitlinie zur ISO 26000, haben wir die für uns relevanten Stakeholdergruppen evaluiert. Die Analyse zeigt, dass sich die Interessensgruppen der Post aus unterschiedlichen Geschäftsbereichen des Unternehmens zusammensetzen. Um die Interessen der einzelnen Gruppen zu erkennen, setzen wir auf unterschiedliche Dialogformate. Neben dem jährlich

stattfindenden Stakeholder Round Table, der aufgrund von COVID-19 nicht stattfinden konnte, bieten wir allen Stakeholdern über verschiedene analoge und digitale Kommunikationskanäle die Möglichkeit, sich einzubringen. Darüber hinaus stehen wir im Austausch mit der Politik und anderen zentralorganisierten Interessensvertretungen.

Aktionär*innen	Kund*innen	Mitarbeiter*innen	NGOs	Gemeinden / Bürgermeister*innen	Behörden
Verbände	Sozialpartner*innen			Freunde & Familie	Wettbewerb
Regierung	Medien	Lieferant*innen	Transportdienstleistungsunternehmen	ESG-Rating-agenturen	Nachhaltigkeitscommunity

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.

Programme zur Befolgung von Gesetzen, Standards und freiwilligen Verhaltensregeln in Bezug auf Werbung

Die Kerndienstleistung der Österreichischen Post – das sichere, nachhaltige und vertrauenswürdige Angebot von Post-Dienstleistungen – steht im Mittelpunkt unserer Werbung. Dabei fließen auch Nachhaltigkeitsthemen mit ein.

Werbung wird dabei nicht nur unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten beurteilt, sondern auch ethische Aspekte werden miteingeschlossen. Die Österreichische Post lehnt unmoralische und nicht den allgemein anerkannten ethischen oder kulturellen Standards entsprechende Werbung jeglicher Art ab.

Investitionen in Innovation und Zukunftstechnologien

GR1 201-2, 203-1, **SDG** 5, 7, 11, 13

Der Markt, in dem die Österreichische Post agiert, verändert sich stetig. Um in einem dynamischen Umfeld erfolgreich zu sein, sind die Entwicklung und die Einführung innovativer und nachhaltiger Produkte sowie die Erweiterung des Angebots durch neue Geschäftsfelder wesentlich. Daher arbeiten wir stetig an der Ergänzung und Verbesserung unserer Produkte und Services, an der Optimierung der bestehenden Prozesse und Abläufe und an der Erschließung gänzlich neuer Geschäftsfelder. Dabei beschränken sich unsere Investitionen und Innovationen nicht auf Sachanlagen, sondern betreffen auch den Arbeitsalltag selbst. Um auch in Zukunft effizient und wirtschaftlich arbeiten zu können, etablieren wir moderne und zeitgemäße Arbeitsmodelle.

c COVID-19 führte im Jahr 2020 dazu, dass sich Innovationstreiber veränderten. Neben Sicherheit und Gesundheit stieg dieses Jahr auch das Bedürfnis nach Konnektivität. Die unmittelbarste Auswirkung für die Österreichische Post spiegelte sich in der Intensivierung des Online-Handels wider.

Als Dienstleistungsunternehmen haben wir den Anspruch, unseren Kund*innen, gemäß unseres Purpose, immer eine Lösung zu liefern. Mit unseren innerbetrieblichen Innovations- sowie Entwicklungsmaßnahmen (F&E-Maßnahmen) suchen wir dauerhaft nach Verbesserungen unserer Services und Leistungen. Dabei erforschen und entwickeln wir auch – oft gemeinsam mit Kooperationspartner*innen – innovative Lösungen,

die in vielen Fällen zu neuen Marktstandards für die gesamte Logistikbranche führen.

Unsere Innovationen treiben wir durch ein erfolgreiches Zusammenspiel aus zentraler Steuerung und dezentralen Innovationsteams in den Geschäftsbereichen voran. Mit dem im Jahr 2019 neu geschaffenen zentralen Innovationsmanagement unterstreicht die Unternehmensführung die Relevanz der Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten. Es unterstützt die Geschäftsbereiche in der digitalen Transformation und baut darauf auf, Marktbefürfnisse und Zukunftstrends rechtzeitig zu erkennen. So sichern wir unsere Wettbewerbsposition nachhaltig und treiben die Branchenentwicklung voran.

Neben eigenen Entwicklungsaktivitäten kooperieren wir seit langem mit namhaften österreichischen Universitäten, Fachhochschulen und anderen Forschungseinrichtungen. Wichtige Partner*innen sind dabei die Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft (FFG), der Klima- und Energiefonds sowie die Wirtschaftsagentur Wien. Ziel unserer 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 der Infrastruktur ein wesentlicher Faktor.

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

c Auch in diesem Bereich machte sich die COVID-19 Pandemie bemerkbar, was sich durch die rasche Bereitstellung hoher Fördermittel des Finanzministeriums zur wirtschaftlichen Bekämpfung der Auswirkungen der staatlich angeordneten Lockdowns ausdrückte. Hierbei spielte vor allem die COVID-19 Investitionsprämie eine große Rolle. Dabei konnte die Österreichische Post konzernübergreifend viele Investitionen einreichen und Förderzusagen dafür einholen. Der Fokus lag vor allem auf Investitionen im Digitalisierungs- und Ökologisierungsbereich, die mit einer Förderintensität von 14% den Großteil der eingereichten Investitionsvorhaben ausmachten. Die Zulässigkeit einer Doppelförderung ermöglichte vor allem in Kombination mit den bisher genutzten Umweltförderungen für E-Fahrzeuge und Photovoltaikanlagen eine einmalige Gelegenheit, die Förderintensität in diesem Bereich zu erhöhen und so die Maßnahmen zur CO₂-Emissionsreduktion zu unterstützen.

Zudem wurde die Initiative zur Umrüstung der Lkw-Flotte mit Rechtsabbiageassistenzsystemen durch Mittel der Schieneninfrastrukturdienstleistungsgesellschaft mbH gefördert, um die Sicherheit aller Verkehrsteilnehmenden in den Städten zu erhöhen.

Die Innovationsfähigkeit der Österreichischen Post wurde durch ein Projekt bewiesen, welches mithilfe eines komplexen statistischen Verfahrens die Paketmengen prognostiziert und so die Personaleinsatz- und Betriebsmittelplanung für die Führungskräfte in den Logistikzentren erleichtern soll. Dieser Ansatz wurde durch die Wirtschaftsagentur Wien, bei der das Projekt vor zwei Jahren eingereicht wurde, nun nach

abgeschlossener Überprüfung mit einer 25%-Quote gefördert und die Leitung des Projektes mit einem zusätzlichen Frauenbonus honoriert.

Es handelt sich hierbei um eine exemplarische, nicht vollständige Darstellung ausgewählter Forschungsprojekte.

—  siehe Geschäftsbericht 2020 S. 118ff

Ratings und Auszeichnungen



 102-12

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



MSCI ESG RESEARCH

Das MSCI Environmental, Social und Governance Rating beurteilt Unternehmen nach dem Best-in-Class-Ansatz innerhalb der Branche. Im Jahr 2020 erhielten wir wiederholt das bestmögliche Ergebnis AAA. Der Ausbau der Elektrofahrzeugflotte, die attraktiven Vergütungssysteme und Weiterbildungsangebote für die Mitarbeiter*innen sowie die guten und soliden Strukturen in der Unternehmensführung wurden hier hervorgehoben.



ISS ESG

ISS ESG ist eine der weltweit führenden Ratingagenturen im nachhaltigen Anlagesegment. Im ESG Corporate Rating von 2020 wurden wir für unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten mit dem Prime-Status ausgezeichnet. Mit diesem Prime-Rating zählen wir zu den führenden Unternehmen im Nachhaltigkeitsbereich in der Branche Transport und Logistik.



CARBON DISCLOSURE PROJECT

Das Carbon Disclosure Project (CDP) ist die weltweit größte Datenbank für unternehmensrelevante Umwelt- und Klimainformationen, die von Kapitalmarktteilnehmer*innen stark zur Beurteilung potenzieller Investments genutzt wird. Im Jahr 2020 erzielten wir ein sehr gutes Ergebnis – ein A- Rating. Dieses Ergebnis belegt nicht nur die transparente Umweltberichterstattung, sondern auch die Qualität unserer eingeleiteten Klimaschutzmaßnahmen.

Zudem wurde unsere intensive Zusammenarbeit mit unseren Lieferant*innen beim Thema Klimaschutz ausgezeichnet. Die Post wurde als eines der Topunternehmen in das Supplier Engagement Leaderboard aufgenommen.



AUSTRIA'S LEADING COMPANIES (ALC) AWARD

Im Jänner 2020 erhielt die Post den Austria's Leading Companies (ALC) Award in der Kategorie „Klimatransparenz“. „Die Presse“, KSV1870 und PwC zeichneten zum 21. Mal Österreichs beste Unternehmen aus. Unter anderem wurden rund 50 nominierte börsennotierte Unternehmen anhand erhobener Zahlen und Informationen analysiert.

PAKETWACHSTUM VON WIEN BIS



ISTAN BUL

Die Post erhöht ihre Beteiligung
an Aras Kargo – und investiert damit
in die Zukunft.



>170

Mio EUR will die Post
2021 in ihre Zukunft
investieren.

**STEFAN HEIGLAUER, LEITUNG PAKET ÖSTERREICH,
UND CARSTEN WALLMANN, LEITUNG CEE PAKET & TÜRKEI**

Stefan Heiglauer ist seit 2006 für die Post tätig, Carsten Wallmann seit 2011.
Im Jahr 2014 übernahmen beide ihre jetzige Position im Unternehmen.

Gemeinsam wachsen

80

Prozent hält die Post nun an Aras Kargo.

DIE POST HAT SICH WACHSTUM AUF DIE FAHNEN GESCHRIEBEN. BEIM PAKET WAR DIE KURVE IM JAHR 2020 AUSSERGEWÖHNLICH STEIL.

Stefan Heiglauer_ **Die COVID-19 bedingten Lockdowns** und der ohnehin stetig wachsende E-Commerce haben für einen Mengenzuwachs von 30% gegenüber dem Vorjahr gesorgt. In Spitzenzeiten haben wir täglich mehr als eine Million Pakete bearbeitet. Zum Vergleich: Der Spitzenwert in der Weihnachtssaison 2019 lag bei 765.000 verteilten Paketen. Wir sind stolz darauf, dass es uns gelungen ist, diese enormen Mengen zu bearbeiten, und auch wenn die Zahlen sich nicht dauerhaft auf diesem Ausnahme-Niveau halten, sind wir mit unserem Kapazitätserweiterungsprogramm auf dem richtigen Weg.

IST DIE MENGENSTEIGERUNG DER ZENTRALE ERFOLGSFAKTOR?

Heiglauer_ **Für sich allein genommen auf keinen Fall.** Wir positionieren uns als Qualitätsführerin: Hinter jedem Paket steckt ein Kund*innenbedürfnis und jede Kund*in ist unsere wichtigste Kund*in. Deshalb passen wir auch unsere Kapazitäten an die Bedürfnisse der Kund*innen an und bauen sie vor dem Hintergrund des extremen Wachstums im Online-Handel zielgerichtet aus. **Wir stellen uns als langfristig verlässliche Partnerin unserer Geschäftskund*innen auf – das bedeutet auch, dass wir heute und in Zukunft die Mengen verarbeiten können, die diese versenden wollen.** Dafür arbeiten wir seit 2017 mit dem umfangreichsten Investitionsprogramm in unserer Geschichte an einer Kapazitätssteigerung von über 140% bis 2030. Im Berichtsjahr hat beispielsweise unser modernstes Logistikzentrum in Kalsdorf den Betrieb aufgenommen. Im Oktober wird im Tiroler Vomp ein Teil unseres neuen Logistikzentrums mit integrierter Zustellbasis die Arbeit aufnehmen.

GILT DER WACHSTUMSKURS AUCH FÜR DIE AKTIVITÄTEN DER POST JENSEITS DER LANDESGRENZEN?

Carsten Wallmann_ **Klares Ja. Wenn es seinen Fähigkeiten** und Möglichkeiten gerecht werden will, darf sich ein Unternehmen unserer Größenordnung nicht nur auf den lokalen Markt konzentrieren. Deshalb ist das Wachstum in potenzialstarken Auslandsmärkten Teil unserer Strategie. Dort sind wir vor allem im Paketgeschäft aktiv und profitieren vom Wachstum im E-Commerce.



„Wenn es seinen Fähigkeiten und Möglichkeiten gerecht werden will, darf sich ein Unternehmen unserer Größenordnung nicht nur auf den lokalen Markt konzentrieren.“

Carsten Wallmann,
Leitung CEE Paket & Türkei





Im Interview

Stefan Heiglauer, Leitung Paket Österreich,
und Carsten Wallmann, Leitung CEE Paket & Türkei



Ein Beispiel ist die Türkei. Mit der Erhöhung unserer Beteiligung auf 80% der Anteile an der Paketdienstleisterin Aras Kargo sind wir hier im Berichtsjahr einen wichtigen Schritt gegangen. Die Türkei ist ein sehr attraktiver, dynamischer und stark wachsender Markt, in dem wir unsere Aktivitäten ausbauen. Dabei wollen wir die Marktstellung von Aras Kargo als Nummer eins im B2C-Versand weiter stärken und in kund*innenorientierte Lösungen des Unternehmens investieren.

2020 gab es nicht nur in Österreich ein enormes Wachstum der Paketmengen, sondern auch in der Türkei und in CEE. Dort stiegen die von unseren Tochtergesellschaften transportierten Mengen um beachtliche 37% bzw. 27%.

WENN ES UM WACHSTUM GEHT, TRITT DIE NACHHALTIGKEIT MANCHMAL IN DEN HINTERGRUND ...

Heiglauer_ **Keineswegs. Wir haben dem Thema Nachhaltigkeit** in unserer angepassten Unternehmensstrategie eine zentrale Rolle eingeräumt und das ist nicht nur Theorie. **Neben unseren umfangreichen Aktivitäten bei der Dekarbonisierung des Verkehrs haben wir im Berichtsjahr beispielsweise Paketverpackungen vor dem Hintergrund der nachhaltigen Aspekte einer Kreislaufwirtschaft in den Blick genommen.** Gemeinsam mit dem Exzellenznetzwerk Logistik – logistikum.RETAIL – der FH Oberösterreich am Campus Steyr betreiben wir derzeit mehrere Forschungsprojekte für grüne Verpackung, Lösungen für den Lebensmittelversand und bessere Kundenconvenience.

Wallmann_ **Nachhaltigkeit endet für uns aber nicht** an der Landesgrenze, sondern wird auch in unseren Beteiligungen weiter forciert. 2020 haben wir in der gesamten CEE/SEE-Region ein Netzwerk an Nachhaltigkeitsbeauftragten etabliert. Und auch bei unserer größten Tochter Aras Kargo legt man ein großes Augenmerk auf eine nachhaltige Entwicklung. Dort betreibt man beispielsweise bereits seit 2011 die größte E-Flotte in der Paketindustrie in der Türkei.



„Wir stellen uns als langfristig verlässliche Partnerin unserer Geschäftskund*innen auf – das bedeutet auch, dass wir heute und in Zukunft die Mengen verarbeiten können, die diese versenden wollen.“

Stefan Heiglauer,
Leitung Paket Österreich

WACHSTUMS- SCHRITTE DER POST



Demokratie ermöglichen

POST VERSENDET WAHLUNTERLAGEN, INFORMATIONEN ZU MASSENTESTS UND SCHUTZMASKEN

Bei der Gemeinderatswahl in Wien lag der Anteil der ausgestellten Wahlkarten bei einem Rekordwert von fast 44%. Diese Zahl unterstreicht die Rolle der Post als Säule eines funktionierenden Staates in Pandemiezeiten. Getreu ihrem Motto „Wir liefern immer eine Lösung“ ist es der Post gelungen, die Versorgung mit postalischen Grundleistungen auch im Corona-Jahr 2020 durchgängig zu gewährleisten.

Was das für das Gemeinwesen bedeutet, zeigt sich an unterschiedlichen Beispielen: Um größere Menschenansammlungen in den Wahllokalen aufgrund von COVID-19 zu vermeiden, hat die Österreichische Post die Wiener Stadtverwaltung bei der Stärkung der Briefwahl unterstützt. Neben einer eigenen Info-Seite für onlineaffine Wiener*innen wurden im Zuge der Wahl 150.000 Hauskundmachungen durch Briefzusteller*innen an den Schwarzen Brettern in Mehrparteienhäusern angebracht und jeweils 1,35 Mio persönlich adressierte Wahlkartenanträge sowie amtliche Wahlinformationen zugestellt. Auch bei den Massentests in Tirol hat die Post einen entscheidenden Beitrag geleistet und im Dezember rund 780.000 Tiroler*innen die entsprechenden Informationen zugestellt. Generell nutzten zahlreiche Behörden in diesem Jahr die Post, um die Bevölkerung rund um das Thema Corona zu informieren. Im Dezember übernahm die Post außerdem die Zustellung der für alle Österreicher*innen über 65 Jahre zur Verfügung stehenden FFP2-Schutzmasken.



Die Briefwahl ermöglicht sicheres Wählen auch in Pandemiezeiten.

IMMER EINE LÖSUNG LIEFERN

Neue Wege beim Kuvert

Das Kuvert startet
Vergleichsportal für
Online-Shopping

Das Kuvert zählt zu den größten und ökoeffizientesten Werbemedien Österreichs. 2020 startete die Post mit daskuvert.at zusätzlich ein smartes Vergleichsportal für Online-Shopping. Hier findet man für über 50 Mio Produkte den besten Preis, kann sich mit täglich neuen Deals das beste Schnäppchen sichern oder sich in den Stories inspirieren lassen.



170

Post-Gesellschaften hat der Weltpostverein verglichen und die Österreichische Post zur zweitbesten der Welt gekürt.

Die Post sichert die lokale Nahversorgung.



Infrastruktur schaffen

NEUE INITIATIVE DER POST STÄRKT DEN LÄNDLICHEN RAUM

In den vergangenen Dekaden hat die Ausdünnung wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Infrastruktureinrichtungen stark zugenommen – eine wachsende Herausforderung für Gemeinden und die Bevölkerung. Vor diesem Hintergrund haben sich auf Anregung der Post 2020 insgesamt 17 Kooperationspartner*innen in der Initiative Land Partner zusammengeschlossen und gemeinsam ein Paket zum Ausbau der Infrastrukturangebote im ländlichen Raum geschnürt. **Rund 100 Gemeinden ohne Nahversorger*innen und Post Partner könnten auf diesem Wege eine Grundversorgung an Lebensmitteln und Post- sowie Finanzdienstleistungen durch die bank99 erhalten.** Angebote weiterer Partner*innen sollen die neuen Standorte ergänzen. Für die Bevölkerung geht mit der sicheren lokalen Nahversorgung eine erhebliche Verbesserung ihrer Lebensqualität einher.

In den 100 Gebieten, die von der Kooperation derzeit evaluiert werden, stößt das Konzept auf reges Interesse und erste Land Partner-Standorte stehen bereits fest. So können etwa die Einwohner*innen von Hannersdorf bereits seit Dezember auf eine funktionierende Nahversorgung zurückgreifen und auch in Gersdorf, Katsdorf sowie Oberloisdorf werden bald weitere Land Partner eröffnet.



Die bank99 –
österreichweit zuhause



Etwas zurückgeben

BANK99 DANKT ÖSTERREICHS HELFER*INNEN IN SYSTEMRELEVANTEN BERUFEN

Krankenhauspersonal, Polizei, Mitarbeiter*innen im Lebensmitteleinzelhandel oder bei der Müllabfuhr – zahlreiche Menschen haben während der Corona-Pandemie in Österreich Großartiges geleistet. Sie haben das Land am Laufen gehalten und die Menschen mit dem versorgt, was sie brauchen. Bei diesen Angehörigen systemrelevanter Berufsgruppen hat sich die im April gestartete Bank der Post mit einem besonderen Angebot bedankt: **Mit dem helferkonto99 bietet die bank99 Mitgliedern systemerhaltender Organisationen die Möglichkeit der kostenfreien Kontoführung im ersten Jahr.** Danach bezahlen die Helfer*innen nur 50% vom jeweiligen konto99 und profitieren gleichzeitig vom flächendeckenden Netz an Geschäftsstellen: Die bank99 ist in allen rund 1.800 Postfilialen und Post Partnern österreichweit zuhause.

Für das Konzept einer Bank für 99% der Österreicher*innen – die sowohl digital als auch persönlich am Schalter gut erreichbar ist und verständliche Produkte ohne versteckte Kosten anbietet – haben sich allein im Berichtszeitraum mehr als 60.000 Kund*innen entschieden. Der große Erfolg bestätigt das Konzept eines Kontos ohne jegliche Diskriminierung hinsichtlich Geschlecht, Hautfarbe oder des Alters.



**Wir unterstützen
mit dem helferkonto99.**

Stärkt den heimischen Handel in der Krise: shöpping

DER ONLINE-MARKTPLATZ DER ÖSTERREICHISCHEN POST IST 2020 STARK GEWACHSEN

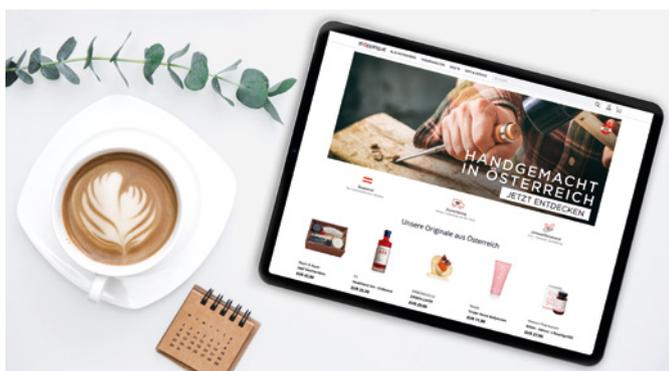
Im vergangenen Jahr konnte shöpping seine Stärken voll ausspielen: Während internationale Lieferketten immer wieder durch COVID-19 unterbrochen wurden, konnten die Österreicher*innen ihre Einkäufe problemlos bei heimischen Händler*innen tätigen. Mehrere hundert Händler*innen sind neu auf die Plattform hinzugekommen, die Zugriffe haben sich zu Spitzenzeiten verzehnfacht. Der Handelsumsatz hat sich im Vergleich zum Vorjahr verdreifacht, insgesamt wurden rund 500.000 Pakete über den Online-Marktplatz verschickt. Derzeit bieten 1.600 Händler*innen über 2,5 Mio Produkte auf shöpping an.

Ein deutliches Plus bei den Bestellungen im Vergleich zum Vorjahr ist ein Zeichen dafür, dass die Österreicher*innen dem heimischen Handel, und in weiterer Folge auch shöpping, ihr Vertrauen schenken. Das spiegelt sich auch in einer Marketagent.com-Umfrage wider, die im Zuge der Weihnachtseinkäufe 2020 durchgeführt wurde: Dabei wurde shöpping von den Österreicher*innen bereits an erster Stelle der heimischen Online-Plattformen genannt.

Als tausendste Händlerin durfte shöpping vergangenes Jahr Romann Shop aus dem niederösterreichischen Harmannsdorf-Rückersdorf willkommen heißen. Das Familienunternehmen bietet seit rund 20 Jahren Outdoor-Spielwaren wie etwa Kinder-Gokarts und Trampoline an. „Als Familienbetrieb liegen uns der regionale Einkauf und kurze Transportwege besonders am Herzen, genau das haben wir bei shöpping gefunden. Gerade in Corona-Zeiten ist es wichtig, die heimische Wirtschaft zu stärken und damit Arbeitsplätze im Land zu sichern. Deshalb war uns auch klar, dass wir unsere Produkte auch auf dem österreichischen Online-Marktplatz anbieten wollen“, berichtet Eva Romann, Juniorchefin und Leiterin der Sparte Spielwaren bei Romann Shop.

„Gerade in Corona-Zeiten ist es wichtig, die heimische Wirtschaft zu stärken und damit Arbeitsplätze im Land zu sichern.“

Eva Romann,
Juniorchefin und Leiterin der
Sparte Spielwaren bei Romann Shop



Die Post wächst in Österreich und darüber hinaus. Wir tun dies mit nachhaltigen, zukunftsfähigen und kund*innenorientierten Produkten und Dienstleistungen. Wir liefern immer eine

**LÖS
UNG**

WIRTSCHAFT & KUND*IN

Die Österreichische Post steht in der derzeitigen Situation starken Veränderungen im Geschäftsumfeld gegenüber. Um auf diese Herausforderungen optimal reagieren zu können, analysiert die Post kontinuierlich Markt- und Kund*innenansprüche und richtet ihre Zielsetzungen danach aus.

Trends und Herausforderungen

GRU 102-15, 103-2

Die voranschreitende Digitalisierung, der steigende Wettbewerbsdruck und die Internationalisierung der Märkte führen zu Veränderungen im Postgeschäft. Darüber hinaus wird unsere Zielgruppe immer komplexer und ihr Konsumverhalten ändert sich. Die sich wandelnden gesellschaftlichen Rahmenbedingungen machen kund*innenorientierte Anpassungen notwendig, um die Versorgung der österreichischen Bevölkerung mit Postdienstleistungen auch langfristig auf hohem Niveau zu gewährleisten. Gerade durch COVID-19 sind diese Entwicklungen im vergangenen Jahr noch schneller vorangeschritten. Wir mussten vor allem im Briefgeschäft und bei den Werbesendungen einen empfindlichen Rückgang erleben, dafür ist das Paketvolumen durch gestiegene Online-Geschäfte stark gewachsen. Darüber hinaus standen wir vor der Aufgabe, die Bevölkerung trotz der Einschränkungen weiter zu versorgen – und das ohne Kompromisse. Diese Entwicklungen forderten die gesamte Logistikbranche und damit auch uns. Das Unternehmen stellt sich aktiv auf diese veränderten Bedingungen ein, um den eigenen wirtschaftlichen Erfolg langfristig zu sichern.

Um die allgemeinen Umsatzverluste des Briefgeschäfts auszugleichen, erschließen wir neue Geschäftsfelder. Der zunehmende Online-Handel und die steigende Menge an Paketen bieten neue Wachstumsmöglichkeiten. Gleichzeitig schaffen wir innovative digitale Lösungen, um die Bedürfnisse der Kund*innen auch in Zukunft und unter veränderten Umständen bestmöglich zu erfüllen. Neben der Steigerung der Faktorkosten 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 unser Geschäft nehmen, wie folgt zusammenfassen:

E-SUBSTITUTION – DRUCK AUF DAS KERNGESCHÄFT

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

STEIGENDER WETTBEWERBSDRUCK

Die weiter zunehmende Bedeutung des Online-Handels führt zu steigenden Paketmengen im privaten Bereich. Gleichzeitig nimmt hier auch die Wettbewerbsintensität zu.

DEMOGRAPHISCHER WANDEL

Ob Alt oder Jung – die Österreichische Post muss alle Kund*innenbedürfnisse zielgruppengerecht bedienen.

AUSDIFFERENZIERTE LEBENSSTILE

Online oder persönlich – unsere innovativen Leistungen müssen stets verfügbar sein, 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.

Managementansatz der Post

GRI 103-1, 103-2

C Auch in der COVID-19 Pandemie verteidigt die Post weiterhin ihre Spitzenposition in Österreich und will profitabel in den definierten Märkten wachsen. Um unter den veränderten Umständen auch in Zukunft erfolgreich zu sein, investieren wir laufend in den Ausbau unserer Kapazitäten und die Modernisierung unserer Infrastruktur und Arbeitsprozesse.

Als Universaldienstleisterin in Österreich gelten für die Österreichische Post AG rechtliche Vorgaben hinsichtlich der Versorgungssicherheit und Zustellgeschwindigkeit. Dabei ist unser oberstes Ziel, die Anforderungen aller Kund*innen in bester Qualität zu erfüllen. Hier steht nach wie vor eine Frage im Fokus: Wie kann der Mehrwert für die Versender*innen erhöht und der Komfort für die Empfänger*innen verbessert werden? Wir wissen: Näher an den Kund*innen ist niemand. Wir kennen ihre Wünsche und Erwartungen – auch unter besonderen Umständen. Mit diesem Wissen entwickeln wir entsprechende Angebote und Services, wenn nötig auch kurzfristig. Das sichert unsere Wettbewerbsfähigkeit und erhöht die Kund*innenzufriedenheit. Deshalb sind Innovationen und passgenaue Angebote in diesen Zeiten wichtiger denn je.

Als börsennotiertes Unternehmen hat die Österreichische Post auch Verpflichtungen gegenüber ihren Eigentümer*innen und Aktionär*innen und will als solides Investment mit einer stabilen Dividendenpolitik wahrgenommen werden. Für die Post ist das Thema Stakeholder Value allgemein von großer Bedeutung. Durch faires Verhalten am Markt wollen wir einen Mehrwert für die Gesellschaft und die regionale Wirtschaft liefern. Regionale Lieferant*innen, Zahlungen an den Staat mittels Steuern und Dividende, eine faire Entlohnung der Mitarbeiter*innen und die Unterstützung von Spendenaktionen stehen hier im Mittelpunkt.

Diese Ausrichtung wird auch in unserer neuen integrierten Unternehmens- und Nachhaltigkeitsstrategie sichtbar. Im dazugehörigen Masterplan Nachhaltigkeit 2030 setzen wir unsere Ziele, um auch in Zukunft langfristig erfolgreich zu wirtschaften sowie unsere Angebote nachhaltig und kund*innenorientiert auszubauen. Dafür haben wir fünf wesentliche Themen definiert:

- Nachhaltige Präsenz & Privat-kund*innenangebote
- Nachhaltige Brief- & Paketprodukte
- Nachhaltige Beschaffung
- Nachhaltige Governance & Compliance (dieses wesentliche Thema wird im Kapitel Unternehmen & Verantwortung berichtet)
- Stakeholder Value

Nähere Informationen zu den wesentlichen Themen im Bereich Wirtschaft & Kund*in und ihrem Zusammenhang mit den SDGs finden Sie auf S. 27.

+30%

Das Paketvolumen ist durch gestiegene Online-Geschäfte stark angestiegen.



Unsere Abholstationen sind rund um die Uhr erreichbar.

Ziele

GRI 103-3

Um die Erfolge und Fortschritte in der Dimension Wirtschaft & Kund*in zu messen, hat die Post folgende Ziele und Maßnahmen definiert:

Wirtschaftsziele im Überblick

T 14 Ziele des wesentlichen Themas: Nachhaltige Präsenz & Privatkund*innenangebote

Unser Anspruch

→ Steigerung der Kund*innenzufriedenheit,

Stärkung des Post-Universums in der Außenwahrnehmung und durchgängige Customer Experience

Ziele	Maßnahmen	Status
Bis 2030 Steigerung der Kund*innen-zufriedenheit auf 73 Punkte	Diverse Maßnahmen erläutert unter den wesentlichen Themen: Nachhaltige Präsenz & Privatkundenangebote, Nachhaltige Brief- & Paketprodukte, Stakeholder Value	Der durchschnittliche CSI-Wert der Post lag 2020 bei 70 Punkten
24/7-Angebote bzw. digitale Angebote für alle Österreicher*innen Bis 2030 Verdoppelung der Sendungen in Selbstbedienungslösungen	Ausbau der verschiedenen 24/7-Angebote Erweiterung der Online-Lösungen	24/7-Angebote 2020: mehr als 51.000 Post-Empfangsboxen, 454 Abholstationen mit 86.109 Fächern, 463 Versandboxen, 363 Frankierautomaten Insgesamt wurden 13,3 Mio Sendungen über selbst zu bedienende Geräte abgewickelt Im Jahr 2020 wurde die Homepage post.at neu gelauncht
SDG 12.2 shöpping im Jahr 2021 CO ₂ -neutral stellen	Konzept analog zur CO ₂ NEUTRAL ZUGESTELLT Initiative der Österreichischen Post AG: 1. Vermeiden, 2. Alternative Technologien, 3. Kompensation	Die Konzepterstellung wurde im Jahr 2020 gestartet
SDG 8.10, 12.2 bank99 im Jahr 2022 CO ₂ -neutral stellen	Konzept analog zur CO ₂ NEUTRAL ZUGESTELLT Initiative der Österreichischen Post AG: 1. Vermeiden, 2. Alternative Technologien, 3. Kompensation	Die Konzepterstellung wurde im Jahr 2020 gestartet

T 15 Ziele des wesentlichen Themas: Nachhaltige Brief- & Paketprodukte

Unser Anspruch

→ Produkte und Dienstleistungen nach ökologischen und sozialen Aspekten weiterentwickeln

Ziele	Maßnahmen	Status
SDG 17.17 Im Jahr 2021 soll ein unternehmensübergreifender Round Table zur differenzierten Auseinandersetzung mit den Themen Werbesendungen und Pakete gegründet werden	Kooperation mit anderen Unternehmen zu gemeinsamen Maßnahmen zur Verbesserung der Produkte	Im Jahr 2020 wurde mit der Konzepterstellung gestartet
SDG 12.2 Bis 2022 sollen die Produkte „Brief“, „Paket“, „Werbesendungen“ und „digitale Dienstleistungen“ über Öko- und Sozialbilanzierungen geprüft werden	Umsetzung der Verbesserungspotenziale basierend auf der Öko- und Sozialbilanz Kuvert bei eigenen Produkten Durchführung von weiteren Öko- und Sozialbilanzen für die anderen genannten Produkte	Abschluss der Öko- und Sozialbilanz zum Kuvert im Jahr 2020 Umsetzung der Verbesserungspotenziale basierend auf der Öko- und Sozialbilanz Kuvert bei eigenen Produkten im Jahr 2021 Evaluierung der Durchführung von weiteren Öko- und Sozialbilanzen

T 16 Ziele des wesentlichen Themas: Nachhaltige Beschaffung

Unser Anspruch

→ Best Practice bei nachhaltiger Beschaffung unter den ATX-Unternehmen

Ziele	Maßnahmen	Status
<p>SDG 12.2, 12.5</p> <p>Im Jahr 2025 verfügen 80% der wesentlichen Lieferant*innen über ein anerkanntes Zertifikat hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeitsleistung</p>	<p>Durchführung von Lieferant*innenbewertungen im Zuge des Vendor Integrity Checks</p> <p>Erarbeitung eines internen Leitfadens für eine nachhaltige Beschaffung</p>	<p>Im Jahr 2020 wurden 176 Lieferant*innen im Zuge des Vendor Integrity Checks geprüft</p> <p>Im Jahr 2020 wurde eine Analyse zur Kategorisierung der derzeitigen Beschaffungssummen mit oder ohne Nachhaltigkeitsbezug durchgeführt</p> <p>Im Jahr 2021 ist die Definition von Nachhaltigkeitskriterien bzw. anerkannten Zertifikaten geplant</p>

T 17 Ziele des wesentlichen Themas: Stakeholder Value

Unser Anspruch

→ Sowohl kurz-, mittel- als auch langfristig (und damit nachhaltig) Werte für unsere Stakeholder schaffen

Ziele	Maßnahmen	Status
<p>SDG 8.5, 8.10</p> <p>Stetig steigende Umsatzentwicklung (3 Mrd EUR Umsatz bis 2030)</p> <p>Nachhaltig hohe Profitabilität und Fortsetzung der attraktiven Dividendenpolitik (>75% Nettoergebnis)</p>	<p>Maßnahmen im Rahmen der strategischen Stoßrichtungen und der sechs Märkte zur Umsatzsteigerung im Einklang mit Nachhaltigkeit, Diversität und Kund*innenorientierung</p> <p>Laufende Optimierung der Strukturen und Prozesse zur Effizienzsteigerung</p>	<p>Im Jahr 2020 hat die Post einen Umsatz von 2,2 Mrd EUR erwirtschaftet</p> <p>Vorausgesetzt der Zustimmung der Hauptversammlung am 15. April 2021 werden 1,60 EUR pro Aktie an Dividende ausgeschüttet</p>
<p>Gesetzliche Vorgabe von 1.650 Standorten übererfüllen</p> <p>Gewährleistung einer jederzeit zuverlässigen Zustellung und Übererfüllung der gesetzlichen Vorgaben durch die Österreichische Post AG</p>	<p>Sicherstellung eines österreichweiten Geschäftsstellennetzes über den gesetzlichen Versorgungsauftrag hinaus</p> <p>Qualitativ hochwertige, flächendeckende Zustellung</p>	<p>Im Jahr 2020 hat die Post mit 1.765 Standorten die rechtlichen Vorgaben des Geschäftsstellennetzes erneut übererfüllt</p> <p>Im Jahr 2020 liegen beide Zustellwerte über den gesetzlichen Anforderungen des Universaldienstes: 95,6% der Briefe werden am nächsten Werktag und 92,8% der aufgegebenen Pakete an Privatpersonen innerhalb von zwei Werktagen zugestellt</p>

Nachhaltige Präsenz & Privatkund*innenangebote

GRI 103-1, 103-2

Die Post kennt die Wünsche und Erwartungen ihrer Kund*innen gut – das ist eine wesentliche Säule unseres Erfolgs. Nur so ist es uns möglich, langfristig erfolgreich zu sein und maßgeschneiderte Lösungen und Innovationen im Bereich Privatkund*innenservices zu entwickeln. Wir stellen die Bedürfnisse unserer Kund*innen ins Zentrum und arbeiten laufend an neuen Angeboten, die zielgenau auf die aktuellen Kund*innenbedürfnisse nach mehr Flexibilität eingehen. Bei der Entwicklung neuer Lösungen haben wir immer die Nachhaltigkeit im Blick, um Produkte und Dienstleistungen zukunftsfähig und kund*innenorientiert zu gestalten.

Innovative und nachhaltige Services

Ganz im Sinne unseres Purpose „Wir liefern immer eine Lösung“ setzen wir auch in schwierigen Zeiten alles daran, die aktuellen Bedürfnisse unserer Kund*innen zu erfüllen und passende Lösungen zu erarbeiten. Der generelle Wandel im Markt und der E-Commerce-Boom, der durch COVID-19 stark beschleunigt wurde, fordern flexiblere Zustellkonzepte, erweiterte Online-Lösungen und einen höheren Kund*innenkomfort. Dazu zählen Services wie unser Portal shopping oder die Post App. Über die App können Pakete umgeleitet und etwa in der Filiale abgeholt werden sowie E-Briefe zugestellt werden. 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 für die Kund*innen einfacher zu gestalten. Um flexibel und

effizient Neuerungen in der digitalen Landschaft der Post umzusetzen, setzt die Post stark auf eine agile Projektplanung. Durch diesen effizienten Prozess konnte die neue Website der Post sogar unter erschwerten Bedingungen online gehen: Die Seite wurde während des ersten Lock-downs gelauncht, als sich alle beteiligten Mitarbeiter*innen im Homeoffice befanden.

DEM DEMOGRAPHISCHEN WANDEL UND DEN AUSS-DIFFERENZIIERTEN LEBENSSTILEN BEGEGNEN

Mit dem demographischen Wandel geht eine Veränderung der Bedürfnisse der Kund*innen einher. Mit der zunehmenden Digitalisierung verändern sich Lebensstile und entsprechend auch die Ansprüche: Die Kund*innen wollen jederzeit und von überall auf die Leistungen zugreifen können und ihre Geschäfte möglichst komfortabel, aber dennoch sicher erledigen.

Deshalb bieten wir zeitgemäße Produkte und Dienstleistungen an, die zielgenau auf die Bedürfnisse der verschiedenen Kund*innengruppen zugeschnitten sind. Um den neuen Lebensstilen entgegenzukommen, arbeiten wir laufend an innovativen Produkten und Services, die physische und digitale Kommunikationswelten verbinden. So möchten die Kund*innen heute ihre Postgeschäfte flexibel von überall und zu unterschiedlichen Zeiten erledigen – genau das machen wir z.B. mit unseren 24/7-Konzepten möglich, online wie offline. Gerade Selbstbedienungslösungen sind hier ein wichtiger Punkt. Zusätzlich zu den mehr als 51.000 installierten Post Empfangsboxen umfasste unser SB-Angebot im Berichtsjahr 454 Abholstationen mit 86.109 Fächern, 463 Versandboxen und 363 Frankierautomaten. Insgesamt 13,31 Mio Sendungen wurden über selbst zu bedienende Geräte abgewickelt.

Deswegen arbeiten wir dauerhaft daran, das Versenden der Pakete und Briefe noch leichter und bequemer zu machen. Anfang des Jahres wurden zwei Prototypen der Versandbox 2.0 vorgestellt. Das neue Gerät kombiniert die Funktionen des Frankierautomats und einer

Versandbox. Das adressierte Paket oder der Brief wird eingelegt, eine Waage und ein 3D-Scanner errechnen automatisch einen Tarifvorschlag. Unsere Kund*innen müssen nur noch bezahlen und die Sendung mit einem Label bekleben.

Im Berichtsjahr haben wir unser Angebot auch in Zusammenarbeit mit Partner*innen weiter ausgebaut: Zu den derzeit 34 Post-Stationen in Kooperation mit Hofer sind 40 weitere hinzugekommen. Auch in den Postfilialen werden weitere Abholstationen installiert.

Einen Beitrag zur Erfüllung der Kund*innenbedürfnisse leisten auch die Wohlfühlfilialen: Diese sollen die menschliche Begegnung 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 all diesen Maßnahmen bieten wir eine zeit- und kund*innengemäße regionale Infrastruktur für Postdienstleistungen.

Nachhaltig Gutes tun: direkt in den Filialen

Jede*r Österreicher*in ist Kund*in bei der Post. Wir sind uns der Verantwortung als eines der führenden Unternehmen in Österreich bewusst und wollen diese Nähe nutzen.

Unsere Kund*innen haben z. B. die Möglichkeit, sich in den Filialen Informationen zum Thema Energiekosten einzuholen. Mit dem Energiekosten-Rechner, einer objektiven Vergleichsplattform, findet sich schnell der passende Strom- oder Gastarif. Viele wechseln hier auf Öko- oder Grünstrom – so sparen sie nicht nur Geld, sondern tun zusätzlich der Umwelt etwas Gutes. Dieses Service steht auch online zur Verfügung.

—  post.at/energiekosten-rechner

Kund*innenzufriedenheit 2020



Ein weiterer wichtiger Punkt ist das Angebot im Bereich Telekommunikation gemeinsam mit A1 Telekom Austria in unseren Filialen. Das Kommunikationsunternehmen A1 verschreibt sich genauso wie die Post der Nachhaltigkeit und bietet die Infrastruktur sowie digitale Produkte und Lösungen so umweltfreundlich wie möglich an. Als erste Kommunikationsanbieterin Österreichs betreibt A1 ihr Netz seit 2014 zu 100% CO₂-neutral und ermöglicht den Kund*innen so, mit gutem Gewissen zu telefonieren, zu surfen und fernzusehen.

Plastikmüll ist eines der größten Umweltprobleme unserer Zeit. Mit unserem Tauschangebot für CO₂-Zylinder von Sodapop unterstützen wir unser Kund*innen dabei, Leitungswasser in Sodawasser zu verwandeln und so bis zu 40 große (1,5 Liter) PET-Flaschen pro Zylinder zu sparen. Die Herstellerfirma des Soda-Wassersprudlers ist Unterstützerin der weltweiten Bewegung „4Ocean“ und setzt diese für die Reinigung der Ozeane ein, indem sie unter anderem mit dem Erlös aus dem Verkauf von recyceltem Plastik Reinigungsmaßnahmen finanziert. Erwähnenswert ist auch die Mitgliedschaft bei dem weltweit führenden Unternehmensverband für offenen und nachhaltigen Handel. Daneben haben wir bei vielen Handelswaren im Bereich „Verpackung und Versenden“ viele Produkte, die mit Umweltzeichen/Nachhaltigkeits-Gütesiegel gekennzeichnet sind – vom Österreichischen Umweltzeichen über den Blauen Engel bis hin zum EU-Umweltzeichen sind die wichtigsten vertreten.

Homeoffice und Heimunterricht stellen viele aus ganz praktischen Gründen vor große Herausforderungen: Die Druckerpatronen zuhause stoßen oft an ihre Grenzen. Wir bieten deshalb in 324 Filialen SB-Drucker an. Drucken, scannen und kopieren ist dadurch rund um die Uhr möglich. Die Daten können entweder per USB-Stick oder bequem von zuhause aus oder unterwegs über das Post Web-Druck-Service verarbeitet werden. Das spart Toner und Material, denn große Industriedrucker sind deutlich sparsamer und haben größere Kartuschen als kleinere Heimgeräte.

Das Post Partner-Konzept

Bei der lückenlosen Versorgung spielt das Post Partner-Konzept eine entscheidende Rolle: Die Partner*innen der Post ergänzen das Standortnetz und stellen die Verfügbarkeit der Postdienstleistungen für die Kund*innen auch dann sicher, wenn keine Postfiliale in der Nähe ist. Damit stärkt das Post Partner-Konzept die nachhaltige Versorgung der Bevölkerung und bestehende wirtschaftliche Strukturen im ländlichen Raum. Denn: Ein Großteil der Partner*innen sind Lebensmittelgeschäfte, Tankstellen oder Apotheken, die zusätzlich Postdienstleistungen neben ihrem eigenen



Dokumente unterwegs oder zu Hause hochladen und in der Postfiliale ausdrucken.

Waren- und Dienstleistungsangebot anbieten. Es gibt auch Kooperationen mit Partner*innen aus dem Sozialbereich, z.B. karitativen Organisationen. Diese Partnerschaften sind besonders erfolgreich, da sie einen doppelten sozialen Effekt haben: Sie tragen zur Sicherung der Postversorgung bei und helfen gleichzeitig den Mitarbeiter*innen der Organisationen beim Wiedereinstieg in den Arbeitsmarkt. Darüber hinaus unterstützen wir zukünftige Partner*innen mit Informationsfoldern dabei, bei baulichen Veränderungen ihrer Betriebe auch rechtzeitig an Anforderungen der barrierefreien Gestaltung zu denken.

- c** Der durchgehende Betrieb der Postfilialen und die Öffnung von mehr als 95% aller Post Partner auch während der Corona-Krise zeigt deutlich, dass wir auch eine verlässliche Partnerin für Post- und Bankdienstleistungen sind.

Die Bank vor Ort: unsere bank99

Am 1. April ist die Bank der Post, die bank99, erfolgreich gestartet. Die Bank baut auf unser bewährtes Fundament: Verlässlichkeit, Vertrauen und persönliche Beziehung. Die bank99 ist „digital und filial“ unmittelbar verfügbar – und das für 99% der Österreicher*innen: Bei der Vergabe von Kreditkarten, Verzinsungen oder Kontenrahmen achten wir besonders darauf, keine Diskriminierung hinsichtlich Geschlecht, Hautfarbe oder Alter zuzulassen. Durch unser flächendeckendes Filialnetz ist die Bank überall in Österreich vertreten.

Während viele Banken ihre Filialen, vor allem in ländlichen Regionen, schließen, sind wir mit unseren knapp 1.800 Standorten jetzt und auch künftig nahe bei den Menschen und ermöglichen ihnen damit den einfachen Zugang zu ihrem Geld in Stadt und Land.

Gleichzeitig kann man alle Bankgeschäfte ganz bequem unter bank99.at bzw. mit der Smartphone-App „meine99“ erledigen.

Gut und fair (ver)kaufen: shöpping

Unser 2017 gegründetes Start-up shöpping ist heute der größte Online-Marktplatz aus Österreich.

- c** Während im Zuge von COVID-19 internationale Lieferketten unterbrochen wurden, konnten die heimischen Händler*innen ihre Stärken voll ausspielen. Mehr als 1.600 österreichische Händler*innen bieten inzwischen über 2,5 Mio Produkte über den Marktplatz an. Viele davon haben die Krise genutzt und in dieser Zeit bewusst den Online-Handel forciert – mehrere hundert Händler*innen sind neu hinzugekommen und greifen auf die zahlreichen Services – von Softwarelösungen bis zum Fulfillment-Service – zurück. Auch die Zugriffe haben sich zu Spitzenzeiten verzehnfacht.

Die Zustellung der Produkte erfolgt in allen Fällen durch die Österreichische Post. Online-Shopper*innen profitieren dadurch nicht nur von bequemen Empfangslösungen, wie der Abstellgenehmigung, Paketumleitung, Post Empfangsboxen, Wunschfilialen und Abholstationen, sondern können auch sicher sein, dass alle Sendungen auf kurzem Wege und CO₂-neutral zugestellt werden. Zudem unterstützt jeder Einkauf auf shöpping heimische Händler*innen und somit auch die österreichische Wirtschaft.

shoopping.at

Kund*innenzufriedenheit und Beschwerdemanagement

GRI 102-43, 102-44, 103-3

Die Zufriedenheit aller Kund*innen steht für die Post an erster Stelle. Ob bei neuen Ideen für innovative Services oder beim gewohnten Angebot – wir sind immer bestrebt, unseren Kund*innen Leistungen in höchster Qualität zu bieten. Dies wird mit guten und konstanten Zufriedenheitswerten honoriert. Im Berichtsjahr wurde die Kund*innenzufriedenheit quartalsweise vom 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 Kund*innenzufriedenheit und Kund*innenbindung zusammensetzt. Die Kund*innenzufriedenheitsmessung 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 gelten als ausgezeichnet. Der durchschnittliche CSI-Wert der Post lag im Berichtsjahr bei 70 Punkten. Der Ausgangswert lag bei 64 Punkten im Jahr 2011. Somit sind wir mit dem konstanten Halten der 70 Punkte sehr zufrieden.

- Ein zuverlässiger Kund*innenservice spielt eine große Rolle für die Zufriedenheit unserer Kund*innen. Bei Fragen, Anregungen oder anderen Anliegen besteht die Möglichkeit, via E-Mail, Kontaktformular oder Facebook **c** Kontakt mit uns aufzunehmen. Gerade durch die Veränderungen und die Unsicherheiten durch die COVID-19 Pandemie wurde dieser Service im Berichtsjahr stark genutzt: Die Post-Website wurde im Berichtsjahr 146 Mio mal aufgerufen.

Nachhaltige Brief- & Paketprodukte

GRI 103-1, 103-2

Die Post ist bestrebt, die Zustellung der Briefe und Pakete stetig zu optimieren. Dazu zählt nicht nur die Verbesserung der Prozesslösungen, sondern auch der Fokus auf nachhaltige Aspekte. Mit der Verknüpfung von digitalen und analogen Angeboten bieten wir Geschäftskund*innen Services, die über die klassische Post-Logistik hinausgehen. Dazu gehören innovative Lösungen, mit denen sie die Prozesse in ihren Unternehmen optimieren. Das beginnt beim Input, setzt sich fort mit modularen Services in der Postbearbeitung und modernsten Dokumentenmanagementlösungen und geht bis hin zum Outputmanagement.

Um unsere Services in bester Qualität und flächendeckend anbieten zu können, arbeiten wir mit vielen Unternehmen zusammen. So sichern wir unser effizientes Verbundnetz – und das schon seit vielen Jahren. Die Tochterunternehmen in Österreich und in neun weiteren Ländern Europas und der Türkei ergänzen unser Kerngeschäft auf sinnvolle Weise und eröffnen immer wieder neue Möglichkeiten, uns weiterzuentwickeln. Unsere Tochterunternehmen bringen ihr Spezialwissen in die Post-Familie ein und tragen so zum Unternehmenserfolg bei. Die Vielseitigkeit macht die Post bunter, innovativer, kreativer und stärker.

Briefgeschäft und digitale Dienstleistungen

Im Jahr 2020 machte das Briefgeschäft über 50% des Umsatzes aus. Hinzu kommen zunehmend digitale Dienstleistungen, die unser Angebot abrunden. Dabei stehen wir stets für Verlässlichkeit zu einem international wettbewerbsfähigen Preis: Unsere Tarife beispielsweise für Briefe in Österreich liegen im unteren Drittel im europaweiten Vergleich.

Die Post verteidigt im Briefgeschäft weiterhin ihre Spitzenposition in Österreich, will aber gleichzeitig in anderen definierten Märkten wachsen. Dies bezieht sich vor allem auf die Erschließung neuer Märkte im Ausland und auf den Ausbau von Marktanteilen in Bereichen mit einem anderen Geschäftsmodell wie z. B. den digitalen Dienstleistungen.

So positionieren wir uns beispielsweise mit dem Tochterunternehmen AUSTRIAN POST International außerhalb des Heimmarktes auch in Deutschland im klassischen Briefgeschäft. Das Unternehmen zählt zu den größten Anbietern von Postdienstleistungen in Deutschland. Vor Ort hat sich AUSTRIAN POST International auf Werbesendungen wie Mailings oder Kataloge sowie auf Bücher- und Warensendungen spezialisiert. In über 200 Ländern weltweit werden Geschäftspost, Werbesendungen sowie Bücher und leichtgewichtige Waren versandt. Dafür nutzt unser Tochterunternehmen Logistiknetzwerke internationaler Partner*innen und des Post-Konzerns.

Neben der Marktführerschaft im Briefgeschäft am österreichischen Markt steigt die Post vor allem mit ihren nationalen Konzernunternehmen in neue Märkte ein – beispielsweise in den Bereich der digitalen Dienstleistungen, etwa mit Scandienstleistungen, digitaler Datenverarbeitung, E-Commerce-Plattformen und digitaler Zustellung.

Scanpoint ist seit 2008 eine 100%ige Tochter der Post. Der Technologie- und Lösungsanbieter in der Datenverarbeitung optimiert dokumentenbasierte Geschäftsprozesse mit künstlicher und menschlicher Intelligenz. Das

Nachhaltig zertifiziert

Die Post hat sich zum Ziel gesetzt, die Herstellung der beliebten Werbesendung Kuvert nachhaltiger zu gestalten. So betreibt etwa das produzierende Tochterunternehmen Medien.Zustell GmbH ein zertifiziertes Umweltmanagementsystem nach ISO 14001. Im Jahr 2020 wurde für das Kuvert eine Öko- und Sozialbilanz bzw. ein Life Cycle Assessment gemäß ISO 14040 erstellt. Ziel der Analyse war es, umwelt- und sozialbelastende Prozessschritte sowie positive Aspekte zu erkennen und diese anschließend gezielt zu steuern. Im nächsten Schritt sollen im Jahr 2021 Öko- und Sozialbilanzen für weitere Produkte erstellt werden. Da es sich bei diesem Projekt um eine Betrachtung der gesamten Produktionskette handelt, sind im weiteren Schritt auch Maßnahmen in diesem Wertschöpfungsbereich angedacht.

bedeutet, der physische oder elektronische Posteingang wird mithilfe von künstlicher Intelligenz (KI) digitalisiert und die Qualität zudem von Expert*innen sichergestellt. Die KI kategorisiert E-Mails von Kund*innenservice-Centern für eine raschere Bearbeitung, liest automatisch die Inhalte von Rechnungen, damit sie sofort bezahlt werden können, oder digitalisiert Personal-, Kranken- und Kund*innenakten in Österreichs größter Scanstraße. Viele namhafte und große Unternehmen nutzen diesen Service.

Der Full-Service-Anbieter EMD stellt umfassende Scandienstleistungen zur Verfügung und verarbeitet analoge Inhalte zu elektronischen Dokumenten. Gemeinsam mit der Schwester Scanpoint können wir so das gesamte Spektrum an Scandienstleistungen abdecken.

Zudem sind wir Eigentümerin der ACL. Das führende Digital Competence Center unterstützt große Handlungshäuser und Markenhersteller*innen beim Aufbau und der Weiterentwicklung von digitalen Commerce-System-Landschaften. Dadurch haben wir unser E-Commerce-Angebot

erweitert und können Kund*innen mit Software-Kompetenz für Online-Handel mit Service-Kompetenz für komplette operative Geschäftsprozesse maßgeschneiderte Lösungen aus einer Hand bieten und ergänzen damit das Angebot der Systemlogistik in beide Richtungen.

sendhybrid ist ein führendes Kompetenz- und Technologie-Unternehmen im Bereich der digitalen Zustellung und Mitglied des Post-Konzerns. Es bietet Softwarelösungen rund um die duale Zustellung an. Mit ihrer Beteiligung können wir die Marktführerschaft des E-Briefs weiter ausbauen. Das bulgarische Tochterunternehmen M&BM Express ist mit seiner Marktführung im Bereich Hybridmail-Zustellung ein weiteres Vorzeigebeispiel und stellt jährlich 28 Mio adressierte Briefe zu.

Analoge und digitale Werbung

Ein bedeutender Teil des klassischen Briefgeschäfts ist die analoge Werbung. Auch in diesem Bereich setzt die Post auf das Know-how im gesamten Konzern.

Im Bereich der unadressierten Werbesendungen ist das Kuvert für die Post und ihr Tochterunternehmen Medien.Zustell GmbH von großer Bedeutung. Die 100%-Tochter produziert das zweimal wöchentlich erscheinende Kuvert. Das Kuvert und die darin enthaltenen Flugblätter versorgen österreichische Haushalte mit alltagstauglichen Beiträgen und praktischen Tipps sowie aktuellen Angeboten, Neuheiten und Preisvorteilen. Ihre Hauptaufgabe ist es, unadressierte Flugblätter mit einem sogenannten Collator zu bündeln. Neben der Erfüllung von Kund*innenwünschen hat sich die Post bei der Herstellung zum Ziel gesetzt, das Kuvert nachhaltig zu gestalten (siehe Kasten S. 64).

Darüber hinaus gibt es das Kuvert auch online: Im November 2020 haben wir mit daskuvert.at ein smartes Vergleichsportale für Online-Shopping gestartet. Die Nutzer*innen können dort die Preise von mehr als 50 Mio Artikeln online vergleichen und dabei Geld sparen.

Auch die Tochter feibra ist im Bereich der unadressierten Werbung tätig. Sie stellt klassische unadressierte Postwurfsendungen wie Prospekte oder Flugblätter, aber auch Sonderwerbformen wie Türhänger zu. Darüber hinaus bietet die Post-Tochter Versandlösungen für adressierte Sendungen wie Briefe, Direct Mails, Zeitungen oder Zeitschriften an, die weniger zeitkritisch sind.

Auch im Ausland ist die Post am Briefmarkt aktiv: Seit 2007 gehört die kroatische Weber Escal zur Post-Familie. Kerngeschäft ist auch hier die Zustellung von unadressierten Info- und Werbematerialien, Gratiszeitungen und Warenproben. Weber Escal ist dabei führend auf dem kroatischen Markt: Bei der Zustellung von unadressierten Werbesendungen liegt unser kroatisches Tochterunternehmen auf Platz eins.

Die Post ist aber auch im Bereich der digitalen Werbung aktiv. So haben wir 2020 ein eigenes Digital-Out-of-Home-Netzwerk gestartet, bei dem digitale Werbeschaltungen auf hochauflösenden 75-Zoll-Screens in Schaufenstern von besonders frequenzstarken Wiener Postfilialen platziert werden können. Die Standorte sollen in den nächsten Jahren ständig ausgebaut werden.

Ergänzend durch das Tochterunternehmen advertise, der führende Anbieter für Werbetechnologien und digitale Werbung im DACH-Raum (Deutschland, Österreich, Schweiz) und im restlichen Europa, bietet die Post ihren Geschäftskund*innen auch Unterstützung im Ad Management, also bei der Steuerung digitaler Kampagnen, bei der Analyse der Ergebnisse und der Verbesserung von Abläufen. Zudem gibt es verschiedene Möglichkeiten, Kund*innen digital zu erreichen – etwa über Marketing Automation oder Direct Mailings.

Paket national

c Durch die COVID-19 Krise und die Lockdowns kam es zu einem E-Commerce-Boom und einem rasanten Anstieg der Paketmengen – nicht nur in Österreich. Die Ausgangsbeschränkungen und geschlossenen Geschäfte bewirkten, dass mehr Menschen als sonst ihre Einkäufe im Internet erledigten. Die Corona-Krise hat dadurch neue Zielgruppen zum Online-Shopping gebracht. Über Wochen wurden 600.000 bis 700.000 Pakete pro Tag sortiert – Rekordmengen, die wir sonst nur aus der Weihnachtszeit kennen. Insgesamt verzeichnen wir einen Mengenwuchs bei Paketen von 30% im Vergleich zum Vorjahr. Um weiterhin alle Sendungen schnell sicher und zuverlässig zuzustellen, werden in allen Bereichen Kapazitäten erhöht und neue Innovationen angewandt. Gemeinsam mit einem Grazer Start-up entwickelte die Post eine Produktinnovation: den Rapid Unloader. Das Schnellentladesystem beschleunigt die Entladung der Pakete deutlich: bei Wechselladaubrücken (WAB) um bis zu 100% bzw. bei Lkw bis zu 75%.

Zusätzlich unterstützt das Netzwerk an Konzernunternehmen auch in der Paketlogistik.

Neben der professionellen Warenannahme, Lagerung, Kommissionierung, Verpackung und dem Versand übernimmt die Post Systemlogistik auch das Retourenmanagement für ihre Kund*innen. Mehrere tausend Artikel verlassen täglich die beiden Lager der Post Systemlogistik. Online bestellte Waren von Großkund*innen werden von dort versendet – natürlich mit der Post.

Für schnelle Sendungen innerhalb Österreichs oder ins Ausland ist Post Express die richtige Zustelllösung. In Österreich werden Post Express-Sendungen am Tag nach der Aufgabe bis spätestens 13:00 Uhr zugestellt.

Für eine sichere Bargeldlogistik, Transport und Lagerung von Werten aller Art hat die Post dank ihres

Tochterunternehmens Post Wertlogistik verschiedene Lösungen für ihre Kund*innen im Portfolio.

Paket international

Seit 2002 engagiert sich die Post auch im Ausland. Unsere internationalen Beteiligungen überspannen Europa von Deutschland bis zur Türkei. Wir haben Beteiligungen in neun Ländern: in den EU-Ländern Bulgarien, Deutschland, Kroatien, Slowakei, Ungarn sowie außerhalb der EU in Bosnien und Herzegowina, Serbien, Montenegro und der Türkei.

Einige wenige Auslandstöchter sind im Bereich Brief- und Werbepost tätig, der Schwerpunkt liegt jedoch

im Paketbereich. Auch hier profitieren wir vom Wachstum im E-Commerce und gleichen damit die Rückgänge im Briefgeschäft aus. Die Österreichische Post kann so von einem umfangreichen Netz in Ost- und Südosteuropa sowie in der Türkei profitieren. Unsere Kund*innen wiederum können sich auf einen sicheren Versand ihrer Pakete verlassen.

Seit dem Berichtsjahr hält die Post 80% der Aras Kargo. Das Unternehmen ist die Nummer zwei auf dem türkischen Logistikmarkt und verfügt über 47 Logistikstandorte, 830 Paketshops, 5.171 Fahrzeuge und bewegt pro Jahr rund 186 Mio Pakete und ist durchaus mit der Größe der Post vergleichbar. Die Türkei ist ein attraktiver, dynamischer und stark wachsender Markt – von diesem Wachstum können wir jetzt profitieren.

In den osteuropäischen Ländern sind die Tochterunternehmen der Post auf die Expresslieferung von Paketen spezialisiert und zählen auf ihren lokalen Märkten zu den wichtigsten 24-Stunden-Kurierdiensten. Kommen aus dem Segment der B2B-Zustellung, erweiterten sie in den letzten Jahren zunehmend die Zustellungen an Privatkund*innen (B2C), sodass diese inzwischen über 30% der Sendungen ausmachen. Somit sind die Beteiligungen in Osteuropa wichtige E-Commerce-Partner nicht nur auf ihren lokalen Märkten, sondern auch für große internationale E-Commerce-Player geworden. Mit 4.200 Mitarbeiter*innen, 181 Logistikstandorten und 2.250 Fahrzeugen liefern sie 44 Mio Pakete pro Jahr aus.

Der Verhaltenskodex für Lieferant*innen der Post

GRI 102-16

Umsetzung durch Auftragnehmer*innen, Einfluss auf Geschäfts- und Vertragsbeziehungen:

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

Nachhaltige Beschaffung

GRI 103-2, 204-1

Die Post legt Wert auf verantwortungsvolles Verhalten und Integrität – nicht nur in unternehmensinternen Prozessen, sondern auch in allen Geschäftsbeziehungen. Sie ist sich ihrer Rolle in der Lieferkette bewusst und nimmt ihre Verantwortung entlang der gesamten Wertschöpfungskette wahr. Aufgrund dessen sind ein gemeinsames Verständnis bezüglich Umweltschutz und Verantwortung sowie der Achtung der Menschenrechte mit den Lieferant*innen im Konzerneinkauf entscheidend.

Als Dienstleistungsunternehmen besteht die Kernaufgabe der Österreichischen Post darin, Sendungen entgegenzunehmen, zu sortieren und zuzustellen. Dafür benötigt die Post technische Anlagen, Maschinen, Betriebsmittel, Fahrzeuge, IT- und andere Dienstleistungen, wie zum Beispiel Frächter*innen, welche die Post in der Logistik unterstützen.

Deshalb wird zwischen der Beschaffung für das Kerngeschäft, insbesondere für Infrastruktur und Logistik, und der Beschaffung für die Verwaltung, wie etwa IT, aber auch indirekte Materialien und Services, unterschieden.



CDP Supplier Engagement Leader

Unsere intensive Zusammenarbeit mit unseren Lieferant*innen beim Thema Klimaschutz wurde vom Carbon Disclosure Project (CDP) ausgezeichnet. Die Post wurde als eines der Topunternehmen in das Supplier Engagement Leaderboard aufgenommen.

Fokus auf regionale und nachhaltige Beschaffung

GRI 102-9

Im Rahmen des verantwortungsvollen Einkaufs berücksichtigt die Post bei Einkaufsentscheidungen neben Preis, Qualität und Lieferzeit auch Umwelt- und Sozialaspekte. Zur Umsetzung der integrierten Unternehmens- und Nachhaltigkeitsstrategie wurden im dazugehörigen „Masterplan Nachhaltigkeit 2030“ auch für die nachhaltige Beschaffung Ziele und Maßnahmen definiert. Im Jahr 2020 wurde daher mit einer Status-quo-Erhebung über den Anteil von nachhaltigen Produkten an der Gesamtbeschaffungssumme begonnen. Dabei wurde ersichtlich, dass es bereits für 17% der Ausgaben definierte Nachhaltigkeitsstrategien gibt. Für weitere 40% der Ausgaben werden bereits Einzelmaßnahmen zur Nachhaltigkeit umgesetzt. Im Jahr 2021 wird ein interner Leitfaden für die nachhaltige Beschaffung der Post erarbeitet, in dem Vorgänge und Kriterien für eine nachhaltige Ausrichtung bei Einkaufsprozessen festgelegt werden. Dieser Leitfaden soll im Jahr 2021 sowohl in der Post AG als auch bei den Konzernunternehmen ausgerollt werden und Anwendung finden.

Der Konzerneinkauf verantwortet ein jährliches Auftragsvolumen von rund 700 Mio EUR. Damit gehört die Österreichische Post AG zu den führenden Auftraggeberinnen der Republik. In unserer Beschaffungspolitik setzen wir daher bereits jetzt auf regionale Strukturen: Rund 92% der insgesamt rund 6.000 Lieferant*innen sind in Österreich angesiedelt. Damit entfallen über 87% des Einkaufsvolumens auf österreichische Unternehmen.

VERHALTENSKODEX FÜR LIEFERANT*INNEN

GRI 102-16, 102-17

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

Seit 2012 ist der Verhaltenskodex für Lieferant*innen der Österreichischen Post Teil der Standardunterlagen bei Ausschreibungsverfahren. Die Lieferant*innen der Post unterliegen der konzerneigenen Beschaffungsrichtlinie und verpflichten sich, die im Verhaltenskodex für Lieferant*innen geforderten sozialen Mindeststandards einzuhalten.

Bei allen externen Lieferant*innen, mit denen die Post strategisch bedeutsame, finanziell wesentliche oder langfristige Geschäftsbeziehungen aufnehmen will, soll mittelfristig regelmäßig eine Risikobeurteilung durchgeführt werden. Ziel ist, das Einkaufs- und vor allem das Ausfalls- und Abhängigkeitsrisiko möglichst gering zu halten.

VENDOR INTEGRITY CHECK

GRI 102-17, 308-2, 414-2

Ein Instrument zur Überprüfung der Einhaltung des Verhaltenskodex für Lieferant*innen und zur Achtung der Menschenrechte im Verantwortungsbereich des Konzerneinkaufs ist die Compliance-Prüfung Vendor Integrity Check (VIC).

Ab einem jährlichen Nettobeschaffungsvolumen von mindestens 1 Mio EUR bzw. bei High Risk Categories

bereits ab 50.000 EUR werden Lieferant*innen dem VIC unterzogen. Dadurch überprüfen wir die Einhaltung des Verhaltenskodex für Lieferant*innen. Dieser berücksichtigt neben Compliance-relevanten Aspekten auch Nachhaltigkeitsaspekte, wie Menschenrechte und Arbeitsrecht, Gesundheit und Sicherheit, Umweltschutz sowie Ethik und Unternehmensverantwortung. Die Post setzt seit 2018 auf einen systemgestützten Prozess bei der Durchführung des VIC, die im Jahr 2019 um eine Social-Monitoring-Lösung erweitert wurde. Dieser systembasierte Ansatz erhöht die Datensicherheit und -qualität der erhobenen Informationen deutlich. Anschließend prüfen die Compliance-Abteilung und der Konzerneinkauf die Daten.

Bei kritischen Punkten werden die Lieferant*innen zur Stellungnahme aufgefordert. Erfüllt ein*e Lieferant*in die Kriterien des VIC nicht, werden Maßnahmen in Abstimmung mit der Compliance-Abteilung festgelegt und deren Umsetzung überprüft. Im Jahr 2020 sind sechs solche Fälle aufgetreten. Zur Weiterentwicklung des Lieferant*innenmanagements wird kontinuierlich am Prozess der vorgelagerten Prüfung gearbeitet.

Auch konzerneigene Unternehmen, also Konzernunternehmen, erbringen für die Post Dienstleistungen und zählen daher ebenfalls zu den Lieferant*innen. Sie sind jedoch vom VIC ausgenommen, weil sie im Compliance-Management-System der Österreichischen Post eingebunden sind. Die Post-Gesellschaften anderer Länder, mit denen Kooperationsvereinbarungen bestehen, benötigen

ebenfalls keinen VIC. Die internationale Zusammenarbeit und die Rahmenbedingungen des grenzüberschreitenden Postverkehrs werden vom Weltpostverein (Universal Postal Union) geregelt.

RICHTLINIEN

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 Lieferant*innenbeziehungen in Einklang mit der Nachhaltigkeitsstrategie. Die Regelungen in der Beschaffungsrichtlinie bezüglich Procurement Excellence (Qualitätsstandards, Reporting, Lieferant*innenbeurteilung) und Compliance gelten für den gesamten Konzerneinkauf. 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.

166^{Mio}



An durchschnittlichen Tagen transportierten wir österreichweit rund 450.000 Pakete.

Pakete wurden im Jahr 2020 mit der Post versendet.

Stakeholder Value

GRI 103-2, SDG 5, 7, 8

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 und ihre Stakeholder.

Seit der vollständigen Marktöffnung Österreichs sind wir Universaldienstleisterin und garantieren die Versorgung des Landes mit qualitativ hochwertigen Postdienstleistungen. Mit unseren Konzernunternehmen sind wir in den Bereichen Brief & Werbepost auch in Deutschland und mit Paket & Logistik in Südost- und Osteuropa sowie der Türkei aktiv.

Eine solide Umsatzentwicklung, eine nachhaltig hohe Profitabilität und die Fortsetzung der attraktiven Dividendenpolitik sind unsere erklärten Ziele. Denn nur ein wirtschaftlich erfolgreiches Unternehmen kann seine gesellschaftliche Verantwortung wahrnehmen und seinen Erfolg mit Mitarbeiter*innen, Aktionär*innen und in Form von Steuern an den Staat teilen. Unser Grundverständnis lautet daher: Eine nachhaltig erfolgreiche Unternehmenssteuerung muss sowohl finanzielle als auch nichtfinanzielle Aspekte berücksichtigen und zur Wertschöpfung beitragen. So haben die Zielvorgaben aus den Bereichen Wirtschaft & Kund*in, Umwelt & Klima sowie Mensch & Soziales einen positiven Effekt auf Einflussfaktoren der nachhaltigen Profitabilität, beispielsweise Mitarbeiter*innenzufriedenheit oder Energieeffizienz.

Für die Österreichische Post hat die Sicherstellung der flächendeckenden Versorgung Österreichs mit postalischen Diensten in erstklassiger Qualität sehr hohe Priorität. Denn damit leisten wir einen entscheidenden Beitrag zur Kommunikationsinfrastruktur des Landes. Wie wichtig diese Versorgungssicherheit ist, hat sich im Zuge der COVID-19 Krise gezeigt. Deshalb ist die Post auch als Teil der kritischen Infrastruktur Österreichs eingestuft. Als Universaldienstleisterin in Österreich gelten für uns auch rechtliche Vorgaben hinsichtlich der Versorgungssicherheit und Zustellgeschwindigkeit.

■  siehe Ratings S. 47 und Post im Überblick S. 12

■  siehe Geschäftsbericht 2020 S. 10f, 12ff, 18ff, 22ff

Versorgungssicherheit

GRI 103-1, 103-2, 203-1, 102-7, SDG 2, 5, 7

Als Universalanbieterin 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 8.976 Zusteller*innen (Vollzeitkräfte), 403 eigenbetriebenen Filialen und 1.362 Post Partnern bieten wir unsere Leistungen überall in Österreich an und sind damit eine verlässliche Partnerin für unsere Kund*innen. Mit einem breiten Angebot an Dienstleistungen – online wie offline – berücksichtigen wir die Kund*innenbedürfnisse und bieten alltagsnahe Lösungen an.

C Auch während der Corona-Krise sind wir eine verlässliche Konstante in Österreich und sorgen für den Erhalt der kritischen Infrastruktur. Wir beliefern täglich vier Mio Haushalte und haben selbst in den Quarantänegebieten die Zustellung aufrechterhalten. Zu den Wahlen haben wir in Wien 40 zusätzliche Briefkästen an stark frequentierten Stellen aufgestellt, da die Briefwahl in diesem Jahr coronabedingt verstärkt genutzt wurde. Sowohl in unseren Filialen als auch bei der Zustellung hatte dieses Jahr die Gesundheit und Sicherheit unserer Kund*innen und Mitarbeiter*innen höchste Priorität, hierfür gesetzte Maßnahmen waren beispielsweise die vorübergehend kontaktlose Zustellung oder Plexiglaswände in Filialen und bei Post Partnern.

■  siehe Umfassende Gesundheits- und Hygienemaßnahmen seit Beginn von COVID-19, S. 113, Interview S. 94

Um die steigenden Mengen vor allem im Paketbereich auch weiterhin mit hoher Qualität verarbeiten zu können, brauchen wir mehr Kapazität. Deswegen werden alle Ausbauprogramme in den Logistikzentren und Zustellbasen weitergeführt, auch wenn es coronabedingt zu kleineren Verzögerungen kommen kann. Um auch in Zukunft weiter das beste Logistiknetz in Österreich garantieren zu können, investieren wir massiv.

ÜBERERFÜLLUNG DER ANFORDERUNGEN DES UNIVERSALDIENSTES

Die schnelle, sichere und zuverlässige Versorgung der Kund*innen steht für uns im Fokus. Diesen Anspruch erfüllen wir mit sechs Brief- und zehn Paket-Logistikzentren sowie 244 Brief- und 27 Paket-Zustellbasen in ausgezeichneter Qualität: 2020 wurden 95,6% der Briefe bereits am nächsten Werktag und 92,8% 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 Kund*innenzufriedenheit sehr wichtiger Faktor – erreicht die Österreichische Post AG wie im Vorjahr gute Werte: Im Jahr 2020 konnten 94% der Pakete beim ersten Versuch erfolgreich zugestellt werden.

GRI 102-7

Um die optimale Versorgung der Kund*innen zu gewährleisten, stellt der Universaldienst eine weitere Anforderung: ein flächendeckendes Standortnetz mit mindestens 1.650 Geschäftsstellen. Auch hier übertreffen wir die gestellten Anforderungen deutlich. Mit 1.765 Geschäftsstellen, davon 403 eigenbetriebene Postfilialen und 1.362 Post Partner, sind wir flächendeckend im ganzen Land vertreten. Unser Geschäftsstellennetz zählt zu den größten Privatkund*innennetzen Österreichs und bietet den Kund*innen damit eine sehr gute Erreichbarkeit.

Wertschöpfung für Stakeholder

GRI 201-1, SDG 5, 7, 8

Die Post verfolgt das Ziel, eine nachhaltige Wertschöpfung für ihre Stakeholder und die gesamte Gesellschaft zu generieren. Dem von der Post im Jahr 2020 erwirtschafteten Umsatz von 2.253,3 Mio EUR (inkl. sonstiger betrieblicher Erträge) standen Vorleistungen von 1.039,1 Mio EUR gegenüber. Daraus ergibt sich eine Wertschöpfung der Post von 1.214,2 Mio EUR, die sich zum Großteil auf die Mitarbeiter*innen verteilt: einerseits in Form von Gehältern und Löhnen und andererseits durch den damit verbundenen Sozialaufwand. Insgesamt entfielen 1.044,0 Mio EUR auf die Mitarbeiter*innen.

📄 Nähere Informationen zur Ertragslage siehe Geschäftsbericht 2020 S. 133ff

Die Wertschöpfung der Post setzte sich im Jahr 2020 wie folgt zusammen:

T 18 Wertschöpfungsbetrachtung

Mio EUR	Österreichische Post AG ¹			Post-Konzern ²		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
ENTSTEHUNG						
Umsatzerlöse und sonstige betriebliche Erträge	1.862,4	1.945,8	1.927,1	2.054,6	2.153,0	2.253,3
abzüglich Vorleistungen	-705,3	-830,3	-825,8	-809,0	-965,7	-1.039,1
davon Material und bezogene Leistungen	-361,9	-392,5	-464,7	-441,2	-473,3	-596,2
davon sonstige betriebliche Aufwendungen	-274,2	-370,4	-286,1	-287,1	-374,4	-300,7
davon Abschreibungen	-69,1	-67,5	-75,0	-80,6	-118,1	-142,2
WERTSCHÖPFUNG	1.157,1	1.115,5	1.101,3	1.245,7	1.187,3	1.214,2
VERTEILUNG						
an Mitarbeiter*innen (Gehälter, Sozialaufwand)	935,7	912,2	940,8	1.011,9	980,1	1.044,0
an Aktionär*innen (Dividende)	140,5	140,5	108,1 ³	140,5	140,5	108,1 ³
an den Staat (Steuern)	62,9	57,5	41,5	65,1	61,6	44,4
an Kreditgeber*innen (Zinsaufwand)	2,4	0,2	0,2	1,0	4,7	5,1
Restbetrag	15,6	5,1	10,8	26,6	0,3	12,7
WERTSCHÖPFUNG	1.157,1	1.115,5	1.101,3	1.245,7	1.187,3	1.214,2

¹ nach UGB

² nach IFRS

³ Vorschlag an die Hauptversammlung am 15. April 2021

Zahlungen der Österreichischen Post AG an den Staat

GRI 201-1, SDG 5, 7, 8

Für das Geschäftsjahr 2020 erhält die Mehrheitsaktionärin (52,85%) der Österreichischen Post AG, die

Österreichische Beteiligungs AG (ÖBAG), 57,1 Mio EUR von insgesamt 108,1 Mio EUR an Dividenden ausbezahlt (vorbehaltlich der Zustimmung der Hauptversammlung am 15. April 2021). Zusätzlich flossen 44,4 Mio EUR in Form von Steuern und Abgaben (steuerliche Abgaben) an den Staat.

5,6%

Dividendenrendite per Ende des Jahres machen die Post zu einem gefragten Titel am Kapitalmarkt.



Die attraktive Dividendenpolitik ist ein wesentlicher Eckpfeiler unserer Investment Story.

Zahlungen vom Staat an die Österreichische Post AG

GRI 201-1, 203-1 **SDG 2, 5, 7, 8**

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 z. B. 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 können wir 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 Großteil vom Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums der EU sowie dem Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus gefördert.

Um die jeweiligen Projektleiter*innen optimal zu unterstützen, haben wir ein zentrales Fördermanagement eingerichtet. Als kompetenter interner und externer Ansprechpartner begleitet es die Projekte von der Einreichung bis zur Abrechnung der Projektkosten.

smartertogether.at

Kapitalmarkt – Stabile Dividendenpolitik

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

Die attraktive Dividendenpolitik der Post ist nicht nur ein wesentlicher Eckpfeiler der Investmentstory, sondern Fundament der gesamten Unternehmensphilosophie. Mindestens 75% des Nettoergebnisses sollen jährlich an die Aktionär*innen ausgeschüttet werden. Für das Geschäftsjahr 2020 wird der Vorstand der Hauptversammlung am 15. April 2021 die Ausschüttung von 108,1 Mio EUR (dies entspricht 1,60 EUR pro Aktie) an die Aktionär*innen vorschlagen.

Unsere Dividendenpolitik beruht auf einem soliden Geschäftsmodell und einem starken operativen Cashflow. Im Jahr 2020 erwirtschafteten wir ein Ergebnis vor Finanzergebnis und Ertragsteuern (EBIT) von 161 Mio EUR. Der Operative Free Cashflow lag im Jahr 2020 bei 125,7 Mio EUR nach 67,8 Mio EUR Erhaltungsinvestitionen und kann somit die geplante Dividendenausschüttung decken. Damit bildet der Operative Free Cashflow eine solide Basis für die künftige Investitions- und Dividendenfähigkeit. Mit einer Dividendenrendite von 5,6% per Ende des Jahres 2020 zählen wir sowohl in Österreich als auch international zu den attraktivsten Dividentiteln der vergangenen Jahre.

**SO WIRD
NACHHALTIGKEIT
EIN PROGRAMM**



**FÜR
ALLE**

**Die Post verbindet in ihrem Handeln
Umweltschutz und Wirtschaftlichkeit**



3

ESG: Drei Begriffe –
ein wichtiger Ansatz



UNIV.-PROF. SIGRID STAGL, AUFSICHTSRÄTIN DER ÖSTERREICHISCHEN POST

Seit Juni 2020 ist Sigrid Stagl im Aufsichtsrat der Österreichischen Post und dort als Professorin und Gründerin des Instituts für Ecological Economics die Expertin für Nachhaltigkeit.



Im Interview

Sigrid Stagl, Aufsichtsrätin der Österreichischen Post

- 1 ESG: Die englische Abkürzung ESG steht für Environmental, Social, Governance, im Deutschen also Umwelt, Soziales und Unternehmensführung.**
- 2 EU-Taxonomie: Die EU-Taxonomie ist zentraler Bestandteil des „Aktionsplans für ein nachhaltiges Finanzwesen“ und legt Kriterien für klimaverträgliche Investments fest.**

Wirtschaft grüner gestalten

SIE HABEN DAS INSTITUT FÜR ÖKOLOGISCHE ÖKONOMIE AN DER WIRTSCHAFTS-UNIVERSITÄT WIEN GEGRÜNDET – KÖNNEN SIE UNS ERKLÄREN, WAS ES MIT DIESER JUNGEN TEILDISZIPLIN DER WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFTEN AUF SICH HAT?

Sigrid Stagl_ **In der Ökologischen Ökonomie** geht es um das Zusammenspiel von Umwelt und Wirtschaft. Zum Beispiel: Wie können Unternehmen regenerativ wirtschaften, also mit erneuerbaren Ressourcen auskommen? Aber auch: Wie kann Klima und Umwelt in makroökonomischen Modellen besser abgebildet werden, um wirtschaftspolitische Entscheidungen umweltfreundlich zu treffen und nicht erst durch Umweltpolitik korrigieren zu müssen? Oder wie kann nachhaltig produziert werden, ohne höhere Arbeitslosigkeit oder soziale Ungleichheit zu riskieren?

INWIEFERN SEHEN SIE BEREITS EINE ENTWICKLUNG BEI DER VERKNÜPFUNG VON WIRTSCHAFTLICHEN, SOZIALEN UND UMWELTTHEMEN UND WAS ERWARTEN SIE HIER FÜR DIE ZUKUNFT – NICHT ZULETZT IM HINBLICK AUF DEN KAPITALMARKT?

Stagl_ **Die mangelnde Berücksichtigung** von Auswirkungen von Umweltpolitik auf verschiedene Bevölkerungsgruppen stellte sich in der Vergangenheit oft als Hürde in der Umsetzung heraus. **In der Ökologischen Ökonomie sind wir in interdisziplinärer Zusammenarbeit geübt und berücksichtigen in unseren Analysen alle drei Dimensionen. Das ist nötig, damit Nachhaltigkeit ein Programm für alle werden kann, und diese Perspektive setzt sich langsam durch.** Denkt man mehrere Dimensionen in den Entscheidungen gleich mit, muss weniger im Nachgang korrigiert werden. Mit den richtigen politischen Rahmenbedingungen rechnet sich Nachhaltigkeit. Es ist gerade viel in Bewegung. ESG¹-Kriterien werden wichtiger und die EU-Taxonomie² ist ab nächstem Jahr anzuwenden.



MIT ZAHLREICHEN INITIATIVEN IN BEREICHEN WIE E-MOBILITÄT, PHOTOVOLTAIK ODER CO₂-REDUKTION WIRD DIE ÖSTERREICHISCHE POST IMMER GRÜNER. WIE WICHTIG SIND AUS IHRER SICHT DIE BEITRÄGE EINZELNER UNTERNEHMEN FÜR DEN KLIMASCHUTZ?

Stagl_ **Unternehmen sind essenziell, um Klimaschutz** zu schaffen. Viele Entscheidungen mit großen Wirkungen werden in Unternehmen getroffen. Um die notwendigen Klimagasemissionsreduktionen zu schaffen, braucht es die Beiträge aller wirtschaftlichen Akteur*innen, das heißt Haushalte, Staat und Unternehmen. Die Post hat als Infrastrukturunternehmen und aufgrund des extrem hohen Bekanntheitsgrades besonderes Potenzial als Wegbereiterin und Multiplikatorin.

DAS THEMA „CIRCULAR ECONOMY“ RÜCKT FÜR DIE POST MIT ASPEKTEN WIE DEM UNIFORM-RECYCLING ODER GRÜNEN VERPACKUNGEN FÜR DEN STARK WACHSENDEN ONLINE-HANDEL ZUNEHMEND IN DEN FOKUS. WELCHE ROLLE WIRD DER ANSATZ DER KREISLAUFWIRTSCHAFT AUS IHRER SICHT IN DEN KOMMENDEN JAHREN UND JAHRZEHNTE SPIELEN?

Stagl_ **Die Kreislaufwirtschaft orientiert sich an der Natur – ohne Verschwendung produzieren.** Nach Klima- und Energiethemen wie Photovoltaikanlagen auf den Dächern der Logistikzentren, Reduktion des Raumwärmebedarfs und ehestbaldige komplette Umstellung der kleinen und mittleren Fahrzeuge auf E-Antrieb hat sich die Post vorgenommen, ihren Beitrag zur Reduktion des Materialverbrauchs zu leisten. Konsequenz gedacht und gut geplant, kann das auch betriebswirtschaftliche Vorteile bringen.

„Die Post hat als Infrastrukturunternehmen und aufgrund des extrem hohen Bekanntheitsgrades besonderes Potenzial als Wegbereiterin und Multiplikatorin.“

Sigrid Stagl,
Aufsichtsrätin der Österreichischen Post



Wirtschaftsuniversität Wien

GRÜNE UND EFFIZIENTE LÖSUNGEN



2030

Bis 2030 will die Post komplett CO₂-frei werden.

Emissionsfrei ab 2021

NACHHALTIGE CITYLOGISTIK FÜR CO₂-FREIE ZUSTELLUNG IN GRAZ UND DARÜBER HINAUS

Im Rahmen des Pilotprojekts „City Hub Graz“ sorgte die Österreichische Post in der steirischen Landeshauptstadt für ein verändertes Stadtbild und für eine emissionsfreie Zustellung: Von August bis Oktober brachten Zusteller*innen der Post Pakete in der Innenstadt zunehmend mit alternativen E-Fahrzeugen zu ihrem Bestimmungsort. Die nachhaltige Zustellung soll den Verkehr in der Stadt entlasten und ist Teil eines smarten Gesamtkonzepts, das sich „Grünes Graz“ nennt. „Das gemeinsame Pilotprojekt innerhalb der Altstadt-Zone soll der Startschuss für eine CO₂-freie Logistik im gesamten Stadtgebiet sein. Damit wäre Graz 2021 österreichweit die erste Stadt, in der das gelingt“, erklärte Mag. Siegfried Nagl, Bürgermeister von Graz. „Als Bürgermeister freut es mich sehr, dass die Post diesen Weg gemeinsam mit der Stadt Graz beschreitet und massiv in emissionsfreie Fahrzeuge und sanfte Mobilität investiert.“

Die Elektrifizierung des Fuhrparks ist ein wesentlicher Bestandteil der Nachhaltigkeitsstrategie der Post. Das Unternehmen betreibt mit 2.047 Fahrzeugen schon heute die größte E-Flotte des Landes und stellt bereits seit 2011 alle Sendungen in Österreich CO₂-neutral zu. Die Investitionen in E-Mobilität und alternative Antriebe zahlen auf das selbst gesteckte Ziel der Post ein, bis 2030 in der Zustellung komplett CO₂-frei zu werden und dafür auf der letzten Meile zu den Kund*innen ausschließlich Fahrzeuge mit alternativen Antrieben einzusetzen.

Die nachhaltige Zustellung ist Teil eines smarten Gesamtkonzepts, das sich „Grünes Graz“ nennt.



„Hohe gesellschaftliche Verantwortung“

STATEMENT VON LEONORE GEWESSLER,
BUNDESMINISTERIN FÜR KLIMASCHUTZ,
UMWELT, ENERGIE, MOBILITÄT, INFRASTRUKTUR
UND TECHNOLOGIE

Für unser Ziel der Klimaneutralität bis 2040 müssen unterschiedlichste Akteur*innen ihren Beitrag leisten. Die Österreichische Post geht in vielen Bereichen mit gutem Beispiel voran. Dazu zählen die CO₂-neutrale Zustellung ebenso wie die enormen Investitionen in den Ausbau der E-Flotte. Hier zeigt sich eindrucksvoll, was im Bereich der Dekarbonisierung des Verkehrs möglich ist – einer unserer zentralen Aufgaben, für die wir zahlreiche Förderungen anbieten und dabei besonders den Ausbau der öffentlichen Verkehrsmittel, das 1-2-3-Klimaticket und die E-Mobilität im Blick haben. Dadurch zeigt sich auch, dass Unternehmen einen wichtigen und notwendigen Beitrag zum Klimaschutz leisten können.

Auch außerhalb ihres Kerngeschäfts zeigt die Post ein hohes Maß an gesellschaftlicher Verantwortung: Das Erneuerbaren-Ausbau-Gesetz sieht vor, dass bis 2030 in Österreich nur noch erneuerbarer Strom genutzt wird. Dabei spielt die Photovoltaik eine wichtige Rolle. Die Post nutzt dafür bereits die Dächer von sechs ihrer Logistikzentren und ich bin mir sicher, da gibt es noch viele weitere Ideen, wie der weitere Ausbau gelingen kann. Auch in puncto Sicherheit auf unseren Straßen geht die Post innovative Wege und hat ihre Lkw-Flotte bereits freiwillig mit Abbiegeassistenten ausgestattet.

Die Rolle der Post als größte Logistkdienstleisterin des Landes und die systemrelevante Infrastruktur sind während der Corona-Pandemie besonders deutlich geworden. Es ist erfreulich, dass das Unternehmen seine gesellschaftliche Verantwortung sehr ernst nimmt und Nachhaltigkeit und Diversität in den Mittelpunkt stellt.

IMMER
EINE
LÖSUNG
LIEFERN

Lkw mit Solarpanelen

Post testet Einsatz von Solarpanelen im Fuhrpark

Seit März hat die Post Solarmodule auf drei Lkw-Dächern montiert und den erzeugten Strom direkt in die Fahrzeugbatterie eingespeist.



Leonore Gewessler, Bundesministerin für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Infrastruktur und Technologie, und Georg Pözl, Generaldirektor (CEO)

Gut
500

E-Fahrzeuge haben bei der weltgrößten E-Mobility Parade im September in Wien ein Zeichen gesetzt – die Post war mit dabei.



Grüne Infrastruktur

KAPAZITÄTserweiterungsprogramm DER POST MIT GRÜNER UMSETZUNG

Mit **166 Mio Paketen** hat die Post ihr Volumen in Österreich 2020 gegenüber dem Jahr 2019 um 30% erhöht. Um ihre Position als Marktführerin weiter auszubauen, hat sie ihre Kapazitäten landesweit erhöht und massiv in die Infrastruktur investiert – unter anderem in die neuen Logistikzentren Steiermark in Kalsdorf und in Salzburg Thalgau.

Bei allen Investitionen legt die Post den Fokus auch auf das Thema Nachhaltigkeit. So bewirtschaftet die Post die Grünfläche auf dem Betriebsgelände in Kalsdorf umweltfreundlich und ökologisch und hat bereits bei der Konstruktion des Logistikzentrums vorwiegend regionale Rohstoffe eingesetzt und ein Grünraumkonzept zur Biodiversitätsförderung umgesetzt. Auf dem Dach der Anlage sorgt eine netzgekoppelte Photovoltaikanlage für einen jährlichen Energieertrag von ca. 500.000 kWh. Die gesamte Intra-logistik der Österreichischen Post AG ist mit 179 Flurförderfahrzeugen vollständig elektrisch und reduziert so die CO₂-Emissionen um 67.000 kg pro Jahr.

Mit der schrittweisen Umstellung auf E-Mobilität und einer erweiterbaren Photovoltaikanlage punktet auch das Logistikzentrum in Thalgau in Sachen Nachhaltigkeit. Der Standort ist nach ISO 14001 zertifiziert – einer Norm für Umweltmanagementsysteme, die strenge Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz regelt. Und auch an diesem Standort wird auf die Biodiversität geachtet – Grünflächen und Bäume schaffen Platz für Insekten und andere Tiere.

IMMER
EINE
LÖSUNG
LIEFERN

„Bestimmt wäre es die einfachste Lösung, die ausgemusterten Uniformen zu entsorgen. Wir denken aber in Kreisläufen.“

Daniel-Sebastian Mühlbach,
Leitung CSR & Umweltmanagement



Upcycling-Projekt „Re:Post“

Kreislauf- wirtschaft fördern

POST UNTERSTÜTZT ERHALT VON MATERIALIEN IM WIRTSCHAFTSKREISLAUF

Wenn es darum geht, den Wert von Produkten und Materialien möglichst lange zu erhalten, nimmt die Logistik eine wichtige Rolle ein. Als führende Logistikdienstleisterin Österreichs übernimmt die Post hier ihre Verantwortung für kommende Generationen und leistet auf verschiedenen Ebenen einen Beitrag zum Ausbau der Kreislaufwirtschaft.

Neben der Abfallreduktion im Unternehmen spielt dabei angesichts des boomenden E-Commerce das Thema Verpackungen eine immer bedeutsamere Rolle: Kleidung, Lebensmittel, Büroartikel und technische Geräte – die Vielfalt der versendeten Waren sorgt für unterschiedlichste Anforderungen beim Versand. Um diese optimal zu erfüllen, kooperiert die Post bei der Entwicklung grüner Verpackungen, die den Ansprüchen der Kund*innen entsprechen, mit renommierten Forschungseinrichtungen. Zu den greifbaren Ergebnissen bisheriger Forschungsaktivitäten zählt unter anderem die wiederverwendbare Lebensmittelbox.

Eine langjährige Erfolgsgeschichte ist die Post-Mehrwegbox. Sie ist stapelbar, transportsicher und selbstverständlich wiederverwendbar. „Die Mehrwegboxen sind ideal für eine umweltfreundliche Belieferung unserer B2B-Kund*innen“, erklärt Thomas Althammer, Geschäftsführer von SSI Schäfer Shop. „Die Zustellung der Boxen erfolgt CO₂-neutral, ihr Einsatz vermeidet jährlich große Mengen Verpackungsmüll.“ SSI Schäfer Shop beliefert bereits seit 2008 seine Kund*innen erfolgreich und müllvermeidend mit den Mehrwegboxen.

Einen besonderen Beitrag zur Kreislaufwirtschaft leistete die Post 2020 mit dem Upcycling-Projekt „Re:Post“, bei dem Studierende gemeinsam mit Industrie- und Textildesignerin Lisa Klingersberger Ideen für neue Kleidungsstücke und Gebrauchsgegenstände aus den ausgemusterten Uniformen von 12.000 Mitarbeiter*innen entwickeln. Die Ergebnisse wird die Post in Zusammenarbeit mit Werkstätten, die sich um die Beschäftigung von Menschen mit Unterstützungsbedarf bemühen, zur Serienreife bringen.



Die Mehrwegbox der Post

**Die Post ist seit vielen Jahren
Vorreiterin in Sachen**

GR ÜNE

**Logistik. Daran hat sich auch im
Jahr 2020 nichts geändert. Mit der
neuen integrierten Strategie und
ambitionierten Zielen unterstreichen
wir nochmals diese Vorreiterrolle.**

UMWELT & KLIMA

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.

Trends und Herausforderungen

GRI 102-15, 103-2

Die Nachfrage nach Logistikdienstleistungen und innovativen Lösungen wächst weltweit durch die fortschreitende Globalisierung und das Wachstum des Online-Handels. Diese Entwicklung, ein zunehmender internationaler Handel und ein wachsendes Paketaufkommen machen den Logistiksektor zu einem bedeutenden Wachstumsmarkt. Die Österreichische Post beobachtet diese Entwicklungen, da sie nicht nur ihren Geschäftserfolg betreffen: Mit unseren Logistiklösungen verbinden wir Menschen, Regionen und Länder, schaffen Arbeitsplätze und generieren 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: Als eines der größten Logistikunternehmen in Österreich obliegt uns die besondere Verantwortung, aktiv daran mitzuwirken, die nationalen Klimaziele zu erreichen. Die zentrale Herausforderung und Aufgabe ist dabei, 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 Transportaufkommen aufgrund des E-Commerce-Booms.

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

Die Post will die Auswirkungen auf die Umwelt so gering wie möglich halten und ihren ökologischen Fußabdruck verkleinern.



GLOBALER KLIMAWANDEL – VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN

Der Klimawandel betrifft uns alle und nimmt uns alle in die Pflicht. Unser CO₂-Reduktionsziel basiert daher auf wissenschaftlichen Berechnungen, mit der Intention die Erderwärmung auf weniger als 2 °C zu beschränken. Im Jahr 2021 wird sogar ein noch ambitionierteres Ziel erarbeitet: Es soll zur maximalen Erderwärmung von 1,5 °C beitragen und entspricht somit dem Pariser Klimaschutzabkommen.

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

Große Logistiker*innen wie die Post sind motiviert, Energie zu sparen, grüne Energie einzukaufen und selbst zu erzeugen, um zur Energiewende beizutragen.

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 sowohl im Fuhrpark als auch im Immobilienbereich 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.

Managementansatz der Post

GRI 103-1, 103-2

Als großes Logistikunternehmen übernimmt die Post Verantwortung, die Auswirkungen auf die Umwelt so gering wie möglich zu halten und ihren ökologischen Fußabdruck zu verkleinern. Wir setzen daher bereits seit vielen Jahren Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz im Rahmen unseres Kerngeschäfts um und haben zudem konzernweite Umweltleistungen etabliert. Diese sind auf die wesentlichen Themen, die sich im Dialog mit den Stakeholdern ergeben haben, abgestimmt und darauf ausgerichtet, die Umweltrisiken zu minimieren und die Chancen bestmöglich auszuschöpfen:

- Grüne & effiziente Mobilität
- Grüne & effiziente Immobilien
- Ressourceneffiziente Prozesse
- Kreislaufwirtschaft

Nähere Informationen zu den wesentlichen Themen im Bereich Umwelt und ihrem Zusammenhang mit den SDGs finden Sie auf S. 27. Weiteres zur Umwelt- & Klimastrategie der Post finden Sie auf S. 21.

Ziele, Maßnahmen und Erreichtes 2020

GRI 103-3

Die Post verfolgt das Ziel, das Klima zu schützen und ressourcenschonend zu agieren. Dies umfasst auch die fortlaufende Sensibilisierung für Umweltthemen im Unternehmen. Unsere Leistungen und Fortschritte steuern und überprüfen wir anhand übergeordneter Zielsetzungen und daraus abgeleiteter Maßnahmen. Alle Kennzahlen aus dem Bereich Umwelt finden Sie ab S. 131.

Umweltziele im Überblick

T 19 Ziele des wesentlichen Themas: Grüne & effiziente Mobilität

Unser Anspruch

→ Mobilität auf Basis erneuerbarer und CO₂-armer Energie

Ziele	Maßnahmen	Status
<p>SDG 13.1, 13.2, 13.3, 13.3b</p> <p>Ab 2024 werden in der Zustellung nur mehr E-Fahrzeuge angeschafft</p> <p>100% E-Mobilität auf der letzten Meile bis 2030</p>	<p>Kontinuierliche Erhöhung der E-Fahrzeuge in der Zustellung</p> <hr/> <p>Ausweitung der Zustellgebiete mit grüner Zustellung (zu Fuß, E-Fahrrad, E-Moped, E-Pkw)</p> <hr/> <p>Umstellung der gesamten Brief- & Paket-zustellung in Graz von dieselbetriebenen Fahrzeugen auf 100% E-Fahrzeuge bis 2022</p>	<p>2.047 E-Fahrzeuge waren Ende 2020 bei der Österreichischen Post AG im Einsatz, das entspricht einem Anteil von 22,4% aller Zustellfahrzeuge</p> <hr/> <p>Status grüne Zustellung von Brief- und Werbesendungen (zu Fuß, E-Fahrrad, E-Moped, E-Pkw) in Landeshauptstädten:</p> <p>Bregenz: 87% Eisenstadt: 95% Graz: 66% Innsbruck: 71% Klagenfurt: 72% Linz: 57% Salzburg: 48% St. Pölten: 65% Wien: 97%</p> <hr/> <p>In Graz wurde 2020 das Projekt zur emissionsfreien Zustellung der gesamten Brief- & Paket-zustellung begonnen. Bis 2021 soll die gesamte Zustellung ausschließlich mit E-Fahrzeugen, zu Fuß oder mit Fahrrad erfolgen</p>
<p>SDG 13.1, 13.2, 13.3, 13.3b</p> <p>100% E-Mobilität in der Management- und Vertriebsfahrzeugflotte bis 2030</p>	<p>Angebot an Managementfahrzeugen im Bereich E-Mobility ausbauen</p> <p>Erarbeitung eines modernen und ökologischen Mobilitätskonzepts für Mitarbeiter*innen</p>	<p>Im Jahr 2020 waren 19 elektrische Managementfahrzeuge im Einsatz. Die Anzahl dieser wird kontinuierlich erhöht</p> <hr/> <p>Im Jahr 2020 wurden an zwei Standorten Stationen mit Dienstfahrrädern installiert. Mitarbeiter*innen können somit kurze Dienstwege mit den zur Verfügung gestellten Fahrrädern zurücklegen</p> <hr/> <p>Im Jahr 2021 wird ein neues Mobilitätskonzept für Mitarbeiter*innen erarbeitet</p>
<p>SDG 7.3, 12.2</p> <p>Steigerung der Fahrzeugauslastung von 77% auf 80% im Bereich der Transportlogistik im Zeitraum 2020 bis 2025</p> <p>Tests, Anschaffung und Einsatz von alternativen Antrieben im eigenen Lkw-Fuhrpark je nach Verfügbarkeit</p> <p>Ab 2030 nur mehr Anschaffung von Lkw mit alternativen Antrieben</p>	<p>Technische Lösungen zur Erhöhung der Effizienz und Sicherheit</p>	<p>Im Jahr 2020 wurden alle 145 Lkw der Post mit Abbiegeassistenten zum Schutz der Bevölkerung ausgestattet</p> <hr/> <p>Im Jahr 2020 wurden drei Lkw mit Photovoltaikfolien zur Reduktion des Treibstoffverbrauchs ausgestattet</p> <hr/> <p>Bestellung eines flüssiggasbetriebenen Lkw (LNG-Lkw) mit Inbetriebnahme 2021</p>

T 20 Ziele des wesentlichen Themas: Grüne & effiziente Immobilien

Unser Anspruch

→ Immobilien ökoeffizient entwickeln und betreiben

Ziele	Maßnahmen	Status
<p>SDG 7.2, 7.3, 13.1, 13.2, 13.3, 13.3b</p> <p>Stabilisierung der CO₂-Emissionen im Immobilienbereich</p>	<p>Bezug von Strom aus erneuerbaren Energien</p>	<p>Die Österreichische Post AG bezieht bereits seit 2012 erneuerbaren Strom</p> <p>Seit 2017 bezieht die Österreichische Post AG ausschließlich erneuerbaren Strom aus Österreich</p> <p>Die österreichischen Konzernunternehmen beziehen seit 2018 ausschließlich erneuerbaren Strom aus Österreich</p>
<p>SDG 7.2</p> <p>Anteil der Eigenerzeugung an Strom aus erneuerbaren Energien bis 2030 verdoppeln</p>	<p>Ausbau Photovoltaikanlagen</p>	<p>Derzeit sind sechs Photovoltaikanlagen mit rund 2.400 kWp in Betrieb. Weitere 1.300 kWp sind in technischer Planung und der Ausbau von weiteren 2.500 kWp ist vorgesehen</p> <p>Beschluss eines Pilotprojekts zur Umsetzung eines neuen Energiekonzepts für die neu geplante Postbasis Bruck a. d. Leitha: Kombination einer Photovoltaikanlage & Energiespeicher & E-Mobility</p> <p>Installation von Photovoltaikanlagen an allen neu gebauten Logistikzentren und Postbasen</p>
<p>SDG 7.3</p> <p>Verbesserung der Energieeffizienz bei thermischer Energie pro m² um 10% bis 2030</p>	<p>Durchführung von Energieaudits gemäß Energieeffizienzgesetz (EEffG) und Umsetzung von Energieeffizienzmaßnahmen</p>	<p>Umsetzung von zehn Energieeffizienzmaßnahmen in den Kategorien Beleuchtung, Raumwärme, Strommessung und Warmwasserbereitung bei der Österreichischen Post AG und den nationalen Konzernunternehmen</p> <p>Schrittweiser Ausstieg aus Nutzung von Erdöl als Raumwärmeenergieträger</p>
<p>SDG 12.2, 12.5</p> <p>Bis 2026 nachhaltige Infrastrukturstandards über verschiedene Projekte umsetzen</p>	<p>Verstärkter Fokus auf nachhaltige Neubauten</p> <p>Forcierung von Biodiversitätsmaßnahmen</p>	<p>Verwendung von regionalem Holz aus Österreich für die Errichtung der Hallenkonstruktion beim Neubau des Logistikzentrums Steiermark in Kalsdorf und Logistikzentrums Salzburg Thalgau</p> <p>Umsetzung eines Grünraumkonzepts für das neue Logistikzentrum Steiermark und das Logistikzentrum Salzburg Thalgau</p> <p>Planung eines Grünraumkonzepts für das neue Logistikzentrum Tirol</p> <p>Fortführung der Standortspende für acht Bienenvölker am Standort Briefzentrum Wien</p> <p>Bau und Pflege des Gründachs des Briefzentrums Wien: Das Dach bietet der vom Aussterben bedrohten Vogelart Haubenlerche (rote Liste) und Wildbienen Schwärmen ein Zuhause</p>

T 21 Ziele des wesentlichen Themas: Ressourceneffiziente Prozesse**Unser Anspruch****→ Prozesse ressourceneffizient gestalten**

Ziele	Maßnahmen	Status
<p>SDG 7.3, 12.5, 13.3</p> <p>Unternehmenszentrale, alle Logistikzentren und Zustellbasen mit mehr als 70 Mitarbeiter*innen sind bis 2025 nach ISO 14001 zertifiziert</p>	<p>Zertifizierung weiterer Standorte nach ISO 14001</p> <p>Optimierungs- und Qualitätssicherungsprojekte zum Thema Abfall an eigenen Standorten</p>	<p>Im Jahr 2020 wurde die ISO 14001 auf einen weiteren Post-Standort ausgeweitet. In Summe sind nun vier Logistikstandorte der Post und das gesamte Konzernunternehmen Medien.Zustell GmbH nach ISO 14001 zertifiziert</p> <p>Die Abfallentsorgung wurde an mehreren Standorten in der Steiermark neu aufgestellt und logistisch optimiert</p>
<p>SDG 7.3, 12.5, 13.3</p> <p>Sensibilisierung aller Mitarbeiter*innen an diesen Standorten über das Programm Post-Umwelt- und Energiecoach bis 2030</p>	<p>Sensibilisierung von Mitarbeiter*innen zum Thema Abfall</p> <p>Fokus Nachhaltigkeit bei Meetings und Veranstaltungen</p>	<p>An den zwei größten Standorten mit einer ISO-14001-Zertifizierung wurden praktische Abfallschulungen durchgeführt. Das gesamte Personal des Konzernunternehmens Medien.Zustell GmbH erhielt ebenfalls eine praktische Abfallschulung</p> <p>Neues Catering für die Unternehmenszentrale Post am Rochus: Verwendung von regionalen und saisonalen Produkten, Anlieferung mittels E-Fahrzeug</p> <p>Ab 2019 werden alle großen Veranstaltungen (Jahresauftakt, Weihnachtsfeier, Prospektaward, Hauptversammlung) als Green Events ausgeführt und danach zertifiziert. Für kleinere Veranstaltungen wird der interne Leitfaden für nachhaltige Veranstaltungen angewendet</p>

T 22 Ziele des wesentlichen Themas: Kreislaufwirtschaft**Unser Anspruch****→ Zur Schaffung einer Kreislaufwirtschaft beitragen**

Ziele	Maßnahmen	Status
<p>SDG 12.5</p> <p>Bis 2021 Angebot an Mehrwegverpackungslösungen entwickeln</p> <p>Ab 2022 Mehrwegverpackungslösungen über Post vertreiben</p>	<p>Kooperationen zur Forcierung der Kreislaufwirtschaft, u. a. mit Kund*innen und Forschungseinrichtungen</p>	<p>Start eines Projekts mit einer österreichischen Forschungseinrichtung (FH Steyr) zur Evaluierung von Mehrwegversandlösungen für Pakete</p>

Klimaschutz und Energie

GRI 103-2

Die 2011 gestartete Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT bildet den Kern des Engagements und der Leistungen im Bereich Klimaschutz und Energie. Mit ihr verfolgt die Post vor allem das Ziel, die eigenen Treibhausgasemissionen kontinuierlich und weitreichend zu reduzieren (siehe Abbildung S. 21).

Der erste Schritt umfasst Maßnahmen zur Steigerung der Effizienz in den Kernprozessen. Dies sind beispielsweise 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 energetisch analysiert und verbessert.

Im zweiten Schritt erfolgt die Nutzung von alternativen Energieformen. Bereits seit 2012 setzt die Österreichische Post AG ausschließlich auf Strom aus erneuerbaren Energiequellen. Seit Anfang 2017 beziehen wir nur noch erneuerbaren Strom aus Österreich, seit 2018 gilt dies auch für alle österreichischen Konzernunternehmen. Zudem betreiben wir sechs Photovoltaikanlagen mit einer Leistung von rund 2.400 Kilowatt-peak (kWp). Zusätzliche Anlagen mit einer Leistung von 1.300 kWp sind in technischer Planung sowie weitere 2.500 kWp sind mittelfristig zur Realisierung vorgesehen.

Alle CO₂-Emissionen, die derzeit nicht vermeidbar sind, werden in einem dritten Schritt durch die Unterstützung von nationalen und internationalen Klimaschutzprojekten kompensiert.

Durch die Umsetzung dieser Maßnahmen stellt die Post bereits seit 2011 alle Sendungen in Österreich CO₂-neutral zu. Dies wird jährlich vom TÜV Austria bestätigt. Damit sind wir in diesem Bereich national und international Vorreiter.

Die Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT trägt wesentlich zur Umweltsensibilisierung unserer Mitarbeiter*innen, Kund*innen und anderer Stakeholdergruppen bei. Im Unternehmen stärkt die Initiative die Identifikation mit der Post. Unsere Mitarbeiter*innen bewerten die CO₂-Initiativen in der Mitarbeiter*innumfrage zudem als positiv.

Die CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT-Initiative kommt auch in der Gesellschaft gut an. Das zeigt der hohe Bekanntheitsgrad in den halbjährlich zu diesem Thema durchgeführten Kund*innenzufriedenheitsumfragen. Denn durch die CO₂-neutrale Zustellung ihrer Sendungen wird auch die Klimabilanz der Kund*innen nicht belastet. Interessierte Geschäftskund*innen können ein Zertifikat anfordern, das die CO₂-neutrale Zustellung

aller ihrer Sendungen des Vorjahres bestätigt. Rund 600 solcher Zertifikate hat die Österreichische Post AG 2020 ausgegeben. Zudem können sie das CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT-Logo für ihre Kommunikation nutzen.

Emissionen

GRI 103-2

Bis 2017 konnte die Post die Emissionen durch die konsequente Umsetzung der Maßnahmen zur Energieeinsparung und durch die vermehrte Nutzung alternativer Energien jährlich verringern.

Seit 2018 verzeichnen wir jedoch jährlich eine leichte Erhöhung der Gesamtemissionen, trotz zahlreicher Energieeffizienzmaßnahmen. Im Vergleich zum Basisjahr sind die Emissionen auch 2020 um 23,5% gestiegen. Vor allem das starke Wachstum im Paketbereich (138% im Zeitraum 2013 bis 2020) und die größere Paketmenge durch die Kooperation mit der Deutschen Post DHL steigerten unsere Kilometerleistung. Das führte zu einem insgesamt höheren Energieverbrauch im Fuhrpark und damit einhergehend zu mehr CO₂-Emissionen. Die relativen Emissionen pro transportierter Sendungstonne sinken jedoch.

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

—  siehe Facts & Figures S. 131ff

Science-based Targets

Seit 2017 nimmt die Post an der Science Based Targets Initiative teil, einer internationalen Organisation, die unter anderem vom WWF unterstützt wird. Damit stärken wir unser klares Bekenntnis zum Klimaschutz. Die Initiative verfolgt das Ziel, Unternehmen aktiv in den Klimaschutz einzubinden. Die Post hat – als zweites österreichisches Unternehmen überhaupt – ein sogenanntes Science-based Target eingereicht und nimmt damit im Hinblick auf die wissenschaftlich fundierte Herangehensweise für die Erarbeitung eines CO₂-Reduktionsziels eine Vorreiterrolle ein. Das Reduktionsziel steht im Einklang mit den Ergebnissen des Pariser Klimaabkommens und leistet einen Beitrag, die globale Erderwärmung auf unter 2 °C zu beschränken. Konkret will die Österreichische Post AG bis zum Jahr 2025 die CO₂-Emissionen um 14% reduzieren (Basisjahr 2013). Seit der Berechnung des ersten Science-based Target im Jahr 2017 haben sich die für die Berechnung verwendeten Annahmen des Paketwachstums und die Rahmenbedingungen erheblich verändert. Deshalb wurde im Jahr 2020

im Rahmen eines Projekts des Klima- & Energiefonds mit der Erarbeitung eines neues Science-Based Target begonnen. Das neue Ziel soll zu einer Erderwärmung von maximal 1,5 °C beitragen und wird im Laufe des Jahres 2021 bei der Science-Based Targets Initiative eingereicht.

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 unmittelbaren Einflussbereich der Österreichischen Post AG liegen

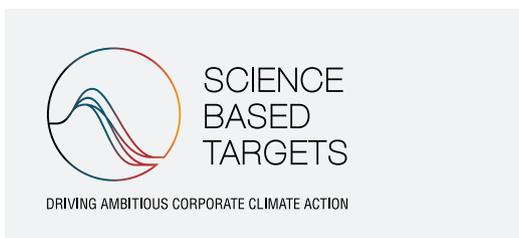
Klimaschutzengagement der Österreichischen Post AG



Die Post ist offizielle TCFD-Supporterin.



Die Post ist EV100-Mitglied und hat sich ein Ziel zur Elektromobilität gesetzt.



Die Post hat sich bereits im Jahr 2017 ein Science-based Target gesetzt.

sciencebasedtargets.org

(Scope 1 und Scope 2), sondern auch CO₂-Emissionen von Frächter*innen (Scope-3-Ziele). Entsprechend wird die Post bei der Zusammenarbeit mit diesen Unternehmen noch intensiver 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. Im Rahmen der CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT-Initiative sind dies aktuell diverse Klimaschutzprojekte in Österreich und im Ausland, um nicht vermeidbare Emissionen zu kompensieren. Im Inland sind dies Projekte wie der Ersatz veralteter Heizsysteme auf Basis fossiler Energieträger durch moderne Pelletheizungen oder der Ankauf von E-Fahrzeugen für gemeinnützige Einrichtungen. Durch das Engagement werden CO₂-Emissionen vermieden und die regionale Wirtschaft über eine hohe Umwegrentabilität gefördert.

Auf internationaler Ebene unterstützen wir zahlreiche zertifizierte Klimaschutzprojekte wie die Erzeugung erneuerbarer Energie durch Solaranlagen in Indien oder die Entwicklung günstiger und effizienter Öfen für die Bevölkerung in Kenia und in Honduras. Durch die Öfen sollen der Brennstoffverbrauch reduziert und Gesundheitsrisiken minimiert werden. Im Virunga Nationalpark in Ruanda trägt die Post außerdem zum Schutz der dortigen Berggorillas bei.

Einen besonders hohen Stellenwert haben für die Post als Leitunternehmen in Österreich der Klimaschutz und die regionale Entwicklung. Deswegen wollen wir die nicht vermeidbaren Emissionen in Zukunft mit eigenen Projekten kompensieren und untersuchen derzeit Möglichkeiten, um ein posteigenes Waldschutz- bzw. Aufforstungsprojekt umzusetzen. Derzeit unterstützen wir bereits das Weltnaturerbe Wildnisgebiet Dürrenstein – den letzten Urwald Österreichs.

Grüne & effiziente Mobilität

GRN 103-1, 103-2, 302-4 **SDG** 7, 8, 12, 13

Der Transport ist für die Post als Logistikunternehmen der größte Hebel zur Vermeidung bzw. Reduktion von CO₂-Emissionen. Unsere Brief- und Paketzusteller*innen stellen jährlich 4,2 Mrd Sendungen an rund vier Mio Haushalte und Unternehmen in Österreich zu.

4,2 Mrd

Sendungen stellen unsere Zusteller*innen an über vier Mio 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 Lkw. Vor diesem Hintergrund arbeiten wir intensiv daran, ihre Transporte so umweltverträglich wie möglich zu gestalten.

Täglich sind 9.669 Fahrzeuge für die Post im Einsatz. Die Effizienz der Fahrzeugflotte wird im Wesentlichen durch den Zustand der Fahrzeuge bestimmt. Deshalb setzen wir auf moderne Fahrzeuge mit schadstoffarmen Emissionsklassen und regelmäßige Wartungen, um die Effizienz im Fuhrpark fortlaufend zu optimieren. Bei Neuananschaffungen steht die Umweltverträglichkeit im Vordergrund: Ab 2024 sollen ausschließlich E-Fahrzeuge für die Zustellung angeschafft werden. Die Umsetzung ist vom entsprechenden Marktangebot abhängig, insbesondere bei Allrad-Fahrzeugen. Bis dahin und für den Güterverkehr gilt: Wenn keine E-Fahrzeuge beschafft werden, kaufen wir 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.

■  siehe Facts & Figures S. 135f

Einsatz von alternativen Antrieben in der Zustellung und bei Dienstfahrzeugen

Rund 25% der Zustellrayone können die Zusteller*innen umweltfreundlich zu Fuß, mit dem Fahrrad oder mit E-Fahrzeugen beliefern. Die anderen Rayone sind nur motorisiert erreichbar. Für diesen Bereich gilt es, nachhaltige Lösungen zu finden, die genauso oder ähnlich geringe Umweltauswirkungen haben wie die nicht motorisierten Transporte. Zwei wesentliche Ansatzpunkte sind hier die Optimierung der Routenplanung und die Modernisierung der Fahrzeugflotte mit dem Ziel, die Effizienz in beiden Bereichen zu steigern und dadurch die Emissionen zu senken.

Wir haben uns für einen ökologischeren Verkehr ein klares Ziel gesetzt: Bis 2030 soll die gesamte Zustellung von Brief- und Paketsendungen an die Kund*innen mit Elektrofahrzeugen bewältigt werden. Daher spielen alternative Antriebe in der Zustellung eine zunehmend wichtige Rolle. Derzeit beträgt der Anteil an Elektrofahrzeugen in der Zustellung bei der Österreichischen Post AG 22,4%.

Die Post hat im Jahr 2020 die Anzahl ihrer E-Fahrzeuge im Fuhrpark nochmals um 17% zum Vorjahr gesteigert. Dabei werden wir durch das Förderprogramm „klima:aktiv mobil“ des Bundesministeriums für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation & Technologie (BMK), vom Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums der EU (ELER) und dem Klima- und Energiefonds der Bundesregierung unterstützt. Die Österreichische Post AG verfügt heute über 2.047 E-Fahrzeuge, davon 1.080 einspurige und Sonderfahrzeuge (Quads und Trikes) sowie 967 E-Autos. Damit sind wir die größte E-Flotten-Betreiberin in Österreich. Im Post-Konzern waren im Jahr 2020 2.053 Elektrofahrzeuge im Einsatz.

Die E-Fahrzeuge sind derzeit hauptsächlich in Ballungsräumen im Einsatz, insbesondere in Wien und den Landes- und Bezirkshauptstädten. In vielen Landes- und Bezirkshauptstädten erfolgt heute die Briefzustellung bereits annähernd emissionsfrei – ohne CO₂ und Lärmemissionen.

Aktuell setzen wir in diesem Kontext ein weiteres umfassendes Projekt um: Bis Sommer 2021 soll die gesamte Brief- und Paketzustellung in der Landeshauptstadt Graz emissionsfrei erfolgen und somit gänzlich auf fossile Energie verzichten. Es sollen keine herkömmlichen Mopeds oder Autos mehr eingesetzt werden, sondern ausschließlich Muskelkraft und elektrische Energie. Im Jahr 2020 wurde dazu ein zentraler City Hub eingerichtet. Ein System, das einen Schritt weiterdenkt: Dank des City Hubs müssen die Zusteller*innen nicht mehr zwischen dem Logistikzentrum Steiermark in Kalsdorf und der Stadt Graz hin- und zurückfahren, sondern starten und beenden ihren Arbeitstag in der Grazer Innenstadt. Damit verzichten wir nicht nur generell auf CO₂- und Lärmemissionen, sondern reduzieren zudem unnötige Leerfahrten, optimieren die Zustell Touren und entlasten somit den städtischen Verkehr im Gesamten. Das Projekt baut auf den Erkenntnissen des Tests „City Hub Wien“ auf und wurde weiterentwickelt sowie an die Grazer Gegebenheiten angepasst.

Zur Erreichung dieses Ziels wurden 2020 am Standort Graz Bahnhof E-Ladestationen in Betrieb genommen, welche über ein intelligentes Lademanagement verfügen. Zusätzlich wurden zu den bereits im Einsatz stehenden E-Fahrzeugen neue in Betrieb genommen. Dabei werden auch erstmals Pakettransporter mit entsprechend großen Ladevolumen eingesetzt. Im Jahr 2021 wird das Projekt Grünes Graz mit der Inbetriebnahme von weiteren E-Pakettransportern in Kalsdorf fertiggestellt.

Auch bei Dienstfahrzeugen setzt die Post immer stärker auf E-Mobilität. Mitarbeiter*innen haben die Möglichkeit, ein Elektrofahrzeug als Dienstwagen

auszuwählen. Zur Förderung der nachhaltigen Mobilität sollen durch das Fuhrparkmanagement im Jahr 2021 neben dem klassischen Dienstwagen auch alternative Mobilitätskonzepte für Mitarbeiter*innen erarbeitet werden. Denkbar wären hier das Angebot von Tickets für den öffentlichen Verkehr oder Dienstfahrräder. Im Jahr 2020 wurden für kurze Dienstwege an zwei Standorten Radstationen montiert, an denen Mitarbeiter*innen Fahrräder entleihen und nach der Nutzung auch dort wieder parken können. Für die Sicherheit ist natürlich auch hier gesorgt: Radhelme sind an den Standorten hinterlegt.

Wir leisten mit unseren 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, z.B. wurde 2018 das Konzept der Elektromobilität mit dem international renommierten Umweltpreis „Energy Globe World Award“ ausgezeichnet. Im Jahr 2019 haben wir den ARBÖ-Umweltpreis für die Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT erhalten.

Flottenoptimierung im Güterverkehr

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 bzw. auf dem Einsatz moderner Technologien. Die gesamte Flotte der Transportlogistik verfügt über die Abgastechnologie EEV oder einen höheren Standard – mehr als die Hälfte der Flotte verfügt über die derzeit modernste Abgastechnologie EURO-6. So wurden im Jahr 2020 weitere 23 umweltverträgliche EURO-6-Lkw angeschafft, deren Motoren in Bezug auf die CO₂-Emissionen äußerst effizient arbeiten. Das Zusammenspiel von hochwirksamen Katalysatoren, dem Zusatzstoff AdBlue und geschlossenen Partikelfiltern reduziert die Emission von Rußpartikeln und den Feinstaubausstoß aus dem Motor.

Weiterhin haben wir die räumliche Auslastung der Lkw erhöht, um den Treibstoffverbrauch und die Emissionen zu reduzieren. In diesem Zusammenhang erfolgten Tourenoptimierungen, um unnötige Fahrstrecken zu minimieren, und die eingesetzten Fahrzeugtypen wurden an die Strecken mit geringerer Auslastung angepasst.

Darüber hinaus setzt die Österreichische Post AG **c** auf Lenker*innenschulungen. Im Jahr 2020 konnten COVID-19 bedingt keine Schulungen der Mitarbeiter*innen im Lenkdienst durchgeführt werden. Die geplanten Schulungen im Bereich Fahrsicherheit, effiziente und spritsparende Fahrweise werden im Jahr 2021 nachgeholt. Eine davon abgeleitete Maßnahme ist die regelmäßige verpflichtende Kontrolle des Reifendrucks, wodurch ein

effizienterer Treibstoffeinsatz erreicht wird. Zudem werden durch diese Maßnahme die Lärmemissionen gesenkt.

Wir wollen zudem die Sicherheit auf den Verkehrswegen noch weiter erhöhen und zum Schutz der schwächsten Verkehrsteilnehmer*innen beitragen. Deswegen haben wir unsere gesamte Lkw-Flotte – insgesamt 145 Fahrzeuge – freiwillig mit Abbiegeassistenten ausgestattet.

Um auch unsere Frächter*innen zum Einsatz einer modernen und umweltfreundlichen Flotte zu animieren und unsere Umweltauswirkungen im Scope-3-Bereich zu reduzieren, haben wir unsere Vergütung entsprechend angepasst. So vergüten wir etwa die angefallene Maut für die Straßenbenützung nur im Ausmaß der bestmöglichen Abgaskategorie und motivieren sie dadurch zum Einsatz moderner Lkw-Flotten.

NEUE TECHNOLOGIEN IM TESTBETRIEB

Um die Fahrzeugeffizienz zu verbessern, haben wir auf drei Lkw unserer Flotte seit März 2020 testweise Solarpaneele verbaut. Die dabei gewonnene Energie wird in die Fahrzeugbatterie eingespeist, wodurch die motorbetriebene Stromerzeugung des Lkw reduziert wird. Dadurch wird der Treibstoffverbrauch reduziert und folglich der CO₂-Ausstoß verringert. Für die Zukunft prüfen wir weitere Systeme alternativer Anbieter, um ein noch effizienteres System zu finden.

Neben dem geplanten Ankauf von weiteren 36 neuen EURO-6-Lkw wird im Jahr 2021 ebenso ein flüssiggasbetriebener Lkw (LNG-Lkw) die Flotte erweitern. Dies ermöglicht uns und Fahrzeugherstellern, diese neue Brückentechnologie intensiv im Echtbetrieb zu testen, um eine weitere Modernisierung der Flotte voranzutreiben.

Grüne & effiziente Immobilien

GRI 103-1, 103-2, 302-4, SDG 7, 8, 12, 13

Mit mehr als 1 Mio m² Gebäudenutzfläche benötigt die Post für ihre Standorte eine große Menge an Energie. Daher haben wir verschiedene Maßnahmen etabliert, um bei unseren Aktivitäten einen möglichst kleinen Fußabdruck zu hinterlassen und von Jahr zu Jahr ökologischer zu werden – ohne bei der Qualität unserer Dienstleistung oder dem Versorgungsauftrag Kompromisse zu machen.

■  siehe Facts & Figures S. 132

Gebäudemanagement

Die Post arbeitet kontinuierlich daran, ihre Energieverbräuche aus dem Gebäudebetrieb zu senken und so Emissionen zu reduzieren. Dazu überwachen wir den Energieverbrauch konsequent und stellen die Beleuchtungssysteme in den Logistikzentren weiter auf LED-Lichtlösungen um. Bei Neubauten achten wir auf eine nachhaltige und effiziente Bauweise. Eine entsprechende Richtlinie mit Kriterien für nachhaltige Gebäude ist derzeit in Vorbereitung, wobei manche Teilbereiche bereits jetzt berücksichtigt werden.

Im Jahr 2019 wurde erneut ein Energieaudit für den gesamten Konzern durchgeführt. Einige der dabei identifizierten Einsparpotenziale wurden im Jahr 2020 umgesetzt, z. B. die Umstellung auf Fernwärme oder der Einbau effizienter Heiz- und Warmwasserbereitungssysteme an verschiedenen Standorten.

Klimafreundlich und zukunftsfähig: erneuerbare Energien

Bereits seit 2017 bezieht die Österreichische Post AG 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. Auch die österreichischen Konzernunternehmen beziehen seit 2018 ausschließlich erneuerbaren Strom aus Österreich. Die Energieverbräuche enthalten einen geringen Anteil an Strom aus unbekanntem Quellen. Dieser entsteht bei Post Partner-Standorten der Österreichischen Post AG und in angemieteten Objekten, an denen die Stromversorgung unbekannt ist.

Die Österreichische Post AG produziert darüber hinaus auch Strom aus erneuerbaren Energien. Auf dem Dach des Briefzentrums in Wien-Inzersdorf betreiben wir seit Herbst 2013 eine der größten Aufdach-Photovoltaikanlagen Österreichs mit einer Leistung von 882 Kilowatt-Peak (kWp). Seither wurden laufend weitere Photovoltaikanlagen in Betrieb genommen, sodass inzwischen an sechs Standorten eigener Sonnenstrom mit einer Gesamtleistung von rund 2.400 kWp produziert wird. Neue Anlagen mit einer Leistung von 1.300 kWp befinden sich gerade in technischer Planung und weitere 2.500 kWp sind zur Realisierung vorgesehen. Zusätzlich werden in Zukunft auch an allen neu gebauten Zustellbasen Photovoltaikanlagen installiert. Der Ertrag aus den im Jahr 2020 betriebenen Photovoltaikanlagen lag bei 1,6 MWh, wobei jene in Kalsdorf und in Thalgau erst im Laufe des Jahres in Betrieb genommen wurden. Mit der derzeit durchschnittlichen jährlich gewonnenen Energie von rund 2,5 MWh aller

Photovoltaikanlagen kann nahezu die gesamte E-Flotte der Österreichischen Post AG mit Strom aus eigener, sauberer Solarenergie versorgt werden.

Förderung der Biodiversität

Darüber hinaus bieten die Dächer der Post-Gebäude verschiedenen Tierarten ein Zuhause. Auf dem bepflanzten Dach des Briefzentrums Wien haben sich beispielsweise die seltene Haubenlerche und Wildbienen Schwärme angesiedelt. Auch auf den Außen- und Terrassenflächen der Unternehmenszentrale im dritten Wiener Gemeindebezirk wurde auf ausreichende Begrünung viel Wert gelegt. Infolge der Ansiedlung von acht Honigbienen Völkern auf den Grünflächen des Briefzentrums Wien im Frühjahr 2019 entstand zudem eine Kooperation zwischen dem Verein Stadtimker und der Österreichischen Post: Die Stadtimker stellen die fachliche Expertise für die Betreuung der Bienen Völker durch ausgebildete Imker*innen und die Post den Standort zur Ansiedlung der Bienen Völker zur Verfügung. Im Herbst 2020 wurde zum zweiten Mal biologischer Post-Honig geerntet.

Aber auch auf den Flächen rund um unsere Gebäude fördern wir die Biodiversität mit der Entwicklung und Umsetzung von Grünraumkonzepten. Im Jahr 2020 wurde das erste Grünraumkonzept im Logistikzentrum Steiermark in Kalsdorf umgesetzt, ein weiteres für das neue Logistikzentrum Tirol in Vomp befindet sich in Erarbeitung. Auch beim Logistikzentrum Salzburg Thalgau und einer Postbasis in Bruck an der Leitha wurde auf die Schaffung von Grünflächen Wert gelegt.

Gebäudezertifizierung 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 die „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.



Grünraumkonzept im Logistikzentrum Steiermark in Kalsdorf

Ressourceneffiziente Prozesse

GRI 103-1, 103-2

Mit der zunehmenden Transportleistung steigt die Herausforderung, die dafür benötigten Ressourcen optimal in diversen Prozessen einzusetzen, um Energie zu sparen und die Umweltbelastung zu senken. Dabei ist auch der notwendige Materialeinsatz zur Erbringung der Postdienstleistungen ein wichtiges Thema. Um eine Steigerung der Ressourceneffizienz zu erreichen, setzen wir neben nach ISO 14001 zertifizierten Umweltmanagementsystemen auch auf die Sensibilisierung von externen und internen Stakeholdern und ein nachhaltiges Veranstaltungsmanagement.

Bewusster Einsatz von Ressourcen in Logistikprozessen

GRI 306-2, SDG 12

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

Zur Steuerung des bewussten Einsatzes und Umgangs mit diesen Materialien haben wir seit 2016 Umweltmanagementsysteme nach ISO 14001 in inzwischen sieben Logistikstandorten etabliert. Mittlerweile sind unter anderem das Briefzentrum Wien, das Logistikzentrum Kärnten in Wernberg, das Logistikzentrum Niederösterreich in Hagenbrunn, das Logistikzentrum Salzburg Thalgau und das gesamte Konzernunternehmen Medien.Zustell GmbH mit drei Logistikzentren nach ISO 14001 zertifiziert. Umweltschutz und Nachhaltigkeit gewinnen an diesen Standorten weiter an Bedeutung, da die Themen über einen geregelten Managementprozess in der Organisation verankert sind. Die Hauptaugenmerke liegen auf der Sensibilisierung der Mitarbeiter*innen für den Umweltschutz, der Verringerung des Energieverbrauchs und der Reduktion des Restmüllaufkommens. Eine Verbesserung der Umweltmanagementsysteme erfolgt durch die jährliche Validierung eines zertifizierten Auditors des TÜV Austria. Für das Jahr 2021 ist die Zertifizierung des Paketzentrums Wien in Inzersdorf und der Unternehmenszentrale Post am Rochus geplant.

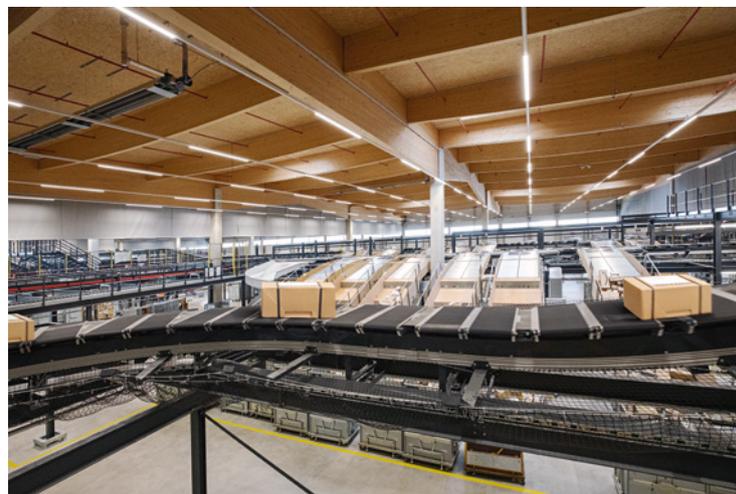
Umweltsensibilisierung von Mitarbeiter*innen

Die Post ist davon überzeugt: Mitarbeiter*innen tragen mit ihrer Motivation und ihrem Engagement maßgeblich zur Umsetzung der Umweltschutz- und Effizienzmaßnahmen bei. Deswegen sensibilisieren wir unsere Mitarbeiter*innen laufend zum Thema Umwelt und setzen dementsprechende interne Aktivitäten um: Medien wie hausinterne Infoscreens, das Intranet und das Mitarbeiter*innenmagazin informieren regelmäßig über die Initiative CO₂ NEUTRAL ZUGESTELLT und weitere CSR-Maßnahmen. An den Standorten mit einem zertifizierten Umweltmanagementsystem nach ISO 14001 gibt es zudem Schulungen für die Mitarbeiter*innen zum bewussten Umgang mit Ressourcen und zur Trennung der Wertstoffe.

Dass das Thema Nachhaltigkeit für die Mitarbeiter*innen sehr bedeutend ist, zeigte sich an internen Umfragen in den Jahren 2019 und 2020. Die Rücklaufquoten waren bei beiden durchgeführten Umfragen sehr gut und die Wichtigkeit des Themas Nachhaltigkeit und Umweltschutz wurde mit „hoch“ bewertet.

Bewusster Einsatz von Ressourcen im Wirkungsbereich der Unternehmenszentrale

Auch in den zentralen Einheiten des Konzerns, wie etwa in der Unternehmenszentrale Post am Rochus und bei Veranstaltungen, legt die Post großen Wert auf Nachhaltigkeit. So wurde im Jahr 2020 im Zuge der



Energiesparende LED-Technik in unseren Logistikzentren

Ausschreibung eines neuen Caterings für den Standort Post am Rochus starkes Augenmerk auf die Verwendung regionaler und saisonaler Lebensmittel sowie auf die umweltfreundliche Anlieferung gelegt.

Auch im Veranstaltungsmanagement wird auf den effizienten Einsatz von Rohstoffen geachtet: Alle großen Veranstaltungen, wie der Jahresauftakt der Führungskräfte, die Weihnachtsfeier, das Kund*innenevent „Prospekt Award“ und die jährliche Hauptversammlung, werden nach den Kriterien für Green Events durchgeführt und dementsprechend mit dem österreichischen Umweltzeichen zertifiziert. Dass Nachhaltigkeit in der Eventbranche Eingang gefunden hat, zeigt die Möglichkeit der Zertifizierung als Green Event für digitale Veranstaltungen. Daher werden bei der Post nun auch bei virtuell abgehaltenen Events Nachhaltigkeitskriterien berücksichtigt und Zertifizierungen angestrebt. Beispielsweise wurde das virtuelle Event des Jahresauftakts der Führungskräfte im Jahr 2021 als Green Event zertifiziert. Zudem werden in den Unternehmenszentralen Post am Rochus und Donaustadt alle kleineren Events als nachhaltige

Veranstaltungen durchgeführt, angelehnt an die Kriterien für Green Events. Hierzu wurde ein unternehmensinterner Veranstaltungsleitfaden entwickelt. Die Kriterien umfassen dabei die gesamte Nachhaltigkeit: So spielt etwa die klimafreundliche Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder einem Shuttleservice, das regionale Catering, die Barrierefreiheit und das soziale Teilnehmer*innenmanagement eine Rolle. Aufgrund von COVID-19 wurden 2020 viele Veranstaltungen abgesagt oder fanden digital statt.

c

Kreislaufwirtschaft

GRI 103-1, 103-2

Als führende Logistik- und Postdienstleisterin partizipiert die Post an den globalen Entwicklungen im E-Commerce. Konzernweit erhält die Kreislaufwirtschaft daher einen immer größer werdenden Stellenwert. Wie bei Logistikunternehmen üblich, fällt der eigene Abfall hauptsächlich in Form von Altpapier, Kunststoff, Altholz (Paletten) und Restmüll an.

Wir wollen den eigenen Abfallanfall größtmöglich reduzieren. Das unterstreichen wir z. B. durch den Umgang mit ausgedienter Dienstkleidung. Im Zuge der Überarbeitung des neuen Corporate Designs wurden die Mitarbeiter*innen im Filialnetz sowie die Zusteller*innen mit neuer Dienstkleidung ausgestattet. Anstatt die alten Uniformen zu entsorgen, haben wir das Uniformrecycling-Projekt „Re:Post“ gestartet: Aus den ausgemusterten Kleidungsstücken sollte Neues entstehen. Im Februar und September 2020 fanden zwei Ideen-Generatoren statt, an dem Studierende aus den Bereichen Kunst, Architektur, Mode und Design in Begleitung von Professor*innen Ideen zur Verwendung der Kleidungsstücke erarbeiteten. Für die daraus entstandenen Prototypen wurden Schnittmuster erarbeitet. Im Jahr 2021 sollen bereits einige der Ideen umgesetzt werden – idealerweise mit sozialen Einrichtungen. Auch ist im Jahr 2021, sofern es unter den dann geltenden COVID-19 Bestimmungen möglich ist, eine Präsentation aller Ideen in der Unternehmenszentrale Post am Rochus geplant.

Die Post möchte auch außerhalb des eigenen Wirkungsbereichs ihre Verantwortung wahrnehmen und zur Förderung der Kreislaufwirtschaft beitragen. Entlang der Wertschöpfungskette sind unsere Einflussmöglichkeiten hinsichtlich des anfallenden Abfalls stark begrenzt, da wir lediglich als Transporteur der Waren auftreten und der Materialeinsatz, etwa für die Verpackung von Paketen, maßgeblich von Kund*innen bzw. deren beauftragten Subunternehmen bestimmt wird. Trotzdem versuchen wir

Abfälle so gering wie möglich zu halten und ergreifen im Sinne einer nachhaltigen Unternehmensführung entsprechende Maßnahmen:

Beispielsweise wurde im Jahr 2020 für das Kuvert eine Öko- & Sozialbilanz bzw. ein Life Cycle Assessment gemäß ISO 14040 erstellt, unter anderem um umweltbelastende Prozessschritte zu erkennen und diese anschließend gezielt optimieren zu können. Da es sich bei diesem Projekt um eine Betrachtung der gesamten Produktionskette handelt, sind im weiteren Schritt auch Maßnahmen entlang des gesamten Wertschöpfungsbereichs angedacht.

Zudem befassen wir uns gemeinsam mit interessierten Kund*innen und Logistikpartner*innen mit der ökologischen Verpackung in der Paketzustellung. Neben der Ist-Analyse zur derzeitigen Situation und zu bereits existierenden Innovationstrends werden neue Lösungsansätze im Rahmen einer Forschungskoooperation generiert. Unter anderem sollen Aspekte wie Materialart, Verpackungsgröße und -menge wie auch die Wiederverwendbarkeit bzw. Mehrwegverpackungen bei den nachhaltigen Verpackungslösungen im Vordergrund stehen.

**URSULA BACHMAIR, LEITUNG GESUNDHEITSMANAGEMENT,
UND FRANZ NIGL, LEITUNG PERSONALMANAGEMENT**

Franz Nigl leitet seit 2010 das Personalmanagement der Post, Ursula Bachmair arbeitet seit 1976 bei der Post und übernahm im Jahr 2016 die Leitung des Gesundheitsmanagements.



**WISSEN, WAS
IN CORONA-
ZEITEN ZÄHLT:**

**SICHER
GEHT'S
WEITER**

Um volle Leistung zu bringen,
müssen die Bedingungen stimmen.
Dann können wir auch das Beste
für unsere Kund*innen geben.



1

Ein Team – eine Post

IMMER
EINE
LÖSUNG
LIEFERN



„Bei der Post
gilt wie in ganz
Österreich:
,Schau auf dich,
schau auf mich.
So schützen
wir uns.'“

Franz Nigl,
Leitung Personalmanagement

DAS JAHR 2020 WAR AUCH FÜR DIE POST BEISPIELOS ...

Franz Nigl_ **Die Pandemie hat eine Krise hervorgerufen**, der wir uns als Arbeitgeberin und Teil der kritischen Infrastruktur in besonderer Weise stellen mussten. **Um die Balance zwischen dem Schutz unserer Mitarbeiter*innen und der sicheren Versorgung aller Österreicher*innen zu halten**, haben wir in engem Austausch mit Gesundheitsbehörden, Regierung sowie internen und externen **Expert*innen zahlreiche Maßnahmen entwickelt und immer wieder an die neuesten Erkenntnisse angepasst.** Orientierung bietet allen Führungskräften dabei seit September unser unternehmensinternes Ampelsystem mit individuellen Maßnahmenpaketen für alle Fachbereiche.

MIT WELCHEN SCHUTZMASSNAHMEN HAT DIE POST AUF DEN AUSBRUCH DER PANDEMIE REAGIERT?

Ursula Bachmair_ **Uns war es von Anfang an wichtig**, unsere Mitarbeiter*innen als Teil der kritischen Infrastruktur auf Firmenkosten mit Schutzausrüstung zu versorgen. In der ersten Phase haben wir versucht schnellstmöglich Desinfektionsmittel, Handschuhe und Mund-Nasen-Schutz zu organisieren und diese über die Post Systemlogistik an die Dienststellen ausgeliefert.

NEBEN DER AUSRÜSTUNG ZÄHLT AUFKLÄRUNG ZU DEN ZENTRALEN SCHUTZMASSNAHMEN ...

Nigl_ **Aus diesem Grund war die unternehmensinterne Kommunikation** von Anfang an wesentlicher Bestandteil des Krisenmanagements. Die oftmals mehrsprachige Kommunikation mit der Belegschaft erfolgte dabei online, über das Schwarze Brett, die Infoscreens, unsere Mitarbeiter*innenzeitschrift, telefonisch, per Mail und persönlich.



„Unser unternehmensinternes Ampelsystem sorgt mit individuellen Maßnahmenpaketen bei allen Fachbereichen für Sicherheit und Orientierung in der Corona-Pandemie.“

Ursula Bachmair,
Leitung Gesundheitsmanagement

Im Interview

Ursula Bachmair, Leitung Gesundheitsmanagement,
und Franz Nigl, Leitung Personalmanagement



Führungskräfte haben wir gleich zu Beginn darauf hingewiesen, dass unsere Arbeitsmediziner*innen jederzeit für Fragen zur Verfügung stehen. Ergänzend haben wir ein Postfach für Anfragen, eine Homepage und einen damit verbundenen SMS-Info-Service eingerichtet. Vorstände und Führungskräfte haben sich regelmäßig über kurze Videos direkt an die Mitarbeiter*innen gewandt, um sie zu motivieren und ihnen zu danken.

WAR DIE POST AUF DIE ZWEITE WELLE VORBEREITET?

Bachmair_ Wir haben von den Erfahrungen der ersten Welle gelernt. Maßnahmen wie etwa die Fiebermesskontrollen in den Logistikzentren, die Test-Strategie oder die Schutzausrüstung entwickeln wir kontinuierlich weiter. In Anpassung an die Verordnungen, durch das Know-how der Arbeitsmediziner*innen sowie durch Austausch mit externen Expert*innen konnten wir die gewonnene Routine und das erarbeitete Wissen in der zweiten Welle optimal nutzen.

Eine ausreichende Menge an Schutzausrüstung erlaubt es uns, auf kurzfristige Neuerungen einzugehen. **Daneben bleibt die Kommunikation ein wesentlicher Faktor. So haben wir etwa im Herbst ein Handbuch mit sämtlichen Maßnahmen und Regelungen für die gesamte Post und die einzelnen Fachbereiche als Nachschlagewerk für die Führungskräfte vor Ort veröffentlicht.**

GIBT ES UNTERSCHIEDLICHE KONZEPTE FÜR DIE ZUSTELLUNG, DIE FILIALEN UND DIE BÜROARBEITSPLÄTZE?

Nigl_ In der Zustellung und den Filialen besteht die Herausforderung im täglichen Kontakt mit Kund*innen. In den Filialen sorgen Schutzausrüstungen und Maßnahmen wie Plexiglas-Scheiben, eine Zutrittsregulierung, Ausrüstung mit Desinfektionsmitteln, eine erhöhte Reinigungsfrequenz oder die Organisation der Mitarbeiter*innen in Kleinteams für bestmöglichen Schutz.

Bei der Zustellung zählen neben Desinfektionsmitteln und Mund-Nasen-Schutz auch Trennwände in den Dienststellen und ein versetzter Dienstbeginn zu den wichtigsten Maßnahmen.

In der Verwaltung unterstützen unser Gesundheitsmanagement und die IT seit März laufend unsere Kolleg*innen bei den Herausforderungen des Homeoffice. Außerdem können sich alle Beschäftigten neben dem stetigen Informationsfluss von unserer Seite jederzeit mit Fragen an ihre Führungskräfte, Arbeitsmediziner*innen und Sicherheitsfachkräfte wenden. Bei der Post gilt wie in ganz Österreich: ‚Schau auf dich, schau auf mich. So schützen wir uns.‘



Bis zu

700

EUR Corona-Prämie haben die Mitarbeiter*innen in Österreich als Dank für ihre großartige Leistung erhalten.

VERANTWORTUNGSBEWUSST HANDELN

Mehr als vorgeschrieben

POST.SOZIAL-ANGEBOT ÜBERSTEIGT ÜBLICHE SOZIALLEISTUNGEN

Vor 16 Jahren hat die Post den gemeinnützigen Verein post.sozial gegründet und zeigt damit ein hohes Maß an sozialer Verantwortung gegenüber allen Mitarbeiter*innen: post.sozial kümmert sich mit maßgeschneiderten Leistungen um die soziale Betreuung der aktiven Belegschaft des Konzerns, der Mitarbeiter*innen im Ruhestand sowie der Angehörigen und Hinterbliebenen aller Beschäftigten.

Dabei geht die Post weit über gesetzliche Vorgaben hinaus und bietet neben finanzieller Unterstützung bei außergewöhnlichen Belastungen auch vergünstigte Eintrittskarten und Urlaubsangebote, Kinderbetreuung während der Ferienzeit sowie Maßnahmen zur Krankheitsprävention und Freizeitaktivitäten. **Mit den sogenannten „Post-Kulturvereinen“ fördert post.sozial gemeinsam mit der Österreichischen Post sieben Post-Musikkapellen und zwei Post-Chöre, in denen rund 400 Menschen musizieren.** Viele sind Mitarbeiter*innen der Post, aber auch andere Musikbegeisterte können mitmachen. „Dass post.sozial die Post und Telekom Musik Wien finanziert und so den gesellschaftlich und kulturell bedeutsamen Bereich Musik berücksichtigt, ist nicht selbstverständlich und für uns als Künstler*innen ein wichtiges Zeichen“, erklärt Markus Karner, Tenorhornist und Mitarbeiter im Bereich POS-Marketing.

„Die schönste Zeit des sehr herausfordernden Jahres 2020 war unser Familienurlaub in Bad Ischl“, berichtet Dietmar Brandl, Konzerncontrolling, der seinen Sommerurlaub im Ferienhaus Bad Ischl verbracht hat, einem der 15 post.sozial-Häuser in Österreich. „Wir verbringen immer wieder gerne ein paar Tage in Bad Ischl, doch der erstmals neu installierte Kids-Club während der Sommerferien direkt im Ferienhaus hat meinen beiden Söhnen tolle Abenteuer beschert. Die beiden freuen sich heute schon auf unseren kommenden Sommerurlaub und neue Erlebnisse im Bad Ischler Kids-Club.“

Ein solches Feedback bestätigt post.sozial-Geschäftsführer Gerhard Fritz in seiner täglichen Arbeit: „Uns geht es darum, allen Mitarbeiter*innen etwas zurückzugeben. 2020 gab es trotz Schließungen aufgrund Corona 45.691 Nächtigungen in unseren Häusern und in Summe wurden rund 4,3 Mio EUR in Form von Essensbons und direkter finanzieller Unterstützung an unsere Mitglieder ausbezahlt.“



„Die schönste Zeit des sehr herausfordernden Jahres 2020 war unser Familienurlaub in Bad Ischl.“

Dietmar Brandl,
Konzerncontrolling

IMMER
EINE
LÖSUNG
LIEFERN

Post und Telekom Musik Wien

bedanken sich bei
allen Mitarbeiter*innen
für die tollen Leistungen
in den schwierigen
Corona-Zeiten mit
diesem Musikstück.

Hier klicken
<https://youtu.be/zfVtCEW9sRI>
oder QR-Code scannen:



Zeichen der Gemeinschaft

POSTMASKEN FÜR MITARBEITER*INNEN IN DER CEE-REGION

Insgesamt 4.200 Kolleg*innen arbeiten in sieben Ländern bei der Österreichischen Post und ihren Beteiligungsgesellschaften in der CEE-Region. Sie alle waren wegen der Corona-Pandemie im vergangenen Jahr besonderen Belastungen ausgesetzt und haben gemeinsam Außergewöhnliches geleistet.

Um die Zugehörigkeit zur großen Postfamilie für die Kolleg*innen sichtbar zu machen und das Gemeinschaftsgefühl auch über Unternehmens- und Landesgrenzen hinweg zu stärken, hat der Vorstand allen Mitarbeiter*innen in den Beteiligungen in der Slowakei, Ungarn, Kroatien, Serbien, Bosnien und Herzegowina, Montenegro und Bulgarien einen wiederverwendbaren Mund-Nasen-Schutz mit den Logos der Post und der jeweiligen Beteiligungsgesellschaft geschickt. In einem Brief in der Landessprache ermutigte der Vorstand die Mitarbeiter*innen, die Sicherheitsmaßnahmen weiterhin sorgfältig einzuhalten und so einen wichtigen Beitrag für die Sicherheit der Kolleg*innen und Kund*innen zu leisten.



Mitarbeiter der Express One
in Bosnien und Herzegowina mit
Mund-Nasen-Schutz der Post.

Elly auf Kurs



Die Post strebt ein ausgeglichenes Geschlechterverhältnis in allen Bereichen und Führungspositionen an.

FRAUENFÖRDERUNGSPROGRAMM DER POST SETZT AUF GENDER BALANCE

Im Rahmen ihres **Gender-Balance-Projekts Elly** hat sich die Post 2018 als erstes österreichisches Unternehmen für eine Teilnahme an der Indexierung durch den „Frauen-Karriere-Index“ entschieden. Das unabhängige Messinstrument untersucht die Karriereentwicklung von Frauen auf verschiedenen Führungsebenen. Bereits im Jahr 2019 verzeichnete die Post mit 75 von 100 möglichen Punkten unter den 42 teilnehmenden Unternehmen die größte Verbesserung gegenüber dem Vorjahr. Kein Wunder: Die Post strebt ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis in allen Bereichen und Führungspositionen an und setzt mit ihrem ambitionierten Programm auf gezielte Maßnahmen für den dafür nötigen Kultur- und Strukturwandel im Unternehmen.

Zu diesen zählten im Jahr 2020 neben Vereinbarungen zur Zielerreichung im Hinblick auf Frauen in Führungspositionen oder der Durchführung von „Unconscious Bias“-Trainings auch zwei Karenz-Frühstücke für Eltern. Viele Berufstätige fürchten in der Karenz nach der Geburt eines Kindes, den Kontakt zum Unternehmen zu verlieren. Im Jänner lud die Post deshalb Eltern in Karenz aus Wien, Niederösterreich und dem Burgenland in die Unternehmenszentrale zum Erfahrungsaustausch beim gemeinsamen Frühstück ein. Die Kolleg*innen konnten dort mit ihrer Führungskraft plaudern und Neuigkeiten aus ihren Abteilungen und dem Unternehmen in Erfahrung bringen. Im November folgte ein erstes digitales Karenzfrühstück für ganz Österreich.

Awards in Gold und Silber

POST FÜR LEHRLINGS-MARKETING AUSGEZEICHNET

Jugendliche sind am Arbeitsmarkt heiß begehrt. Um die besten Lehrlinge für die Post zu begeistern, setzen wir auf vielfältige Maßnahmen. Mit den Projekten „Kampagne Lehrlinge 2020“ und „Post-Lehrling 2020“ wurde die Post beim Lehrlingsmarketing Award mit Gold und Silber ausgezeichnet.



IMMER EINE LÖSUNG LIEFERN

Digitale Lernplattform

Post nutzt Vorteile
des E-Learnings

Mit der Lernplattform SAP SuccessFactors Learning setzt die Post auf digitale Wissensvermittlung. Zukünftig werden die Vorteile einer modernen Lernumgebung genutzt. Mitarbeiter*innen der Post und der bank99 profitieren von mehr Flexibilität, Transparenz und einem zielgruppenspezifischen, digitalen Angebot.

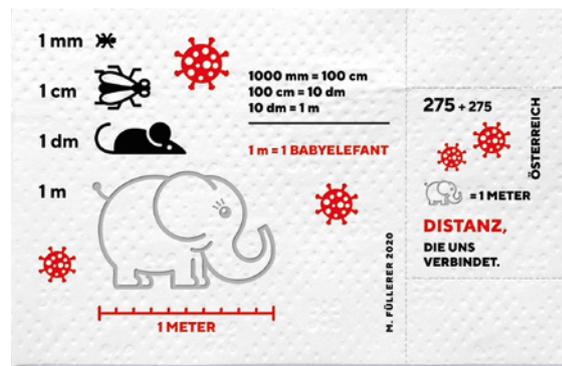
Sicherheit und Datenschutz sind uns wichtig

Seit Oktober ist der Adress Shop vom TÜV Austria als „TÜV Trusted Application“ zertifiziert und die Post damit eine Vorreiterin in der Branche der Adressverlage.

Soziales Engagement mit Klopapier- marke

POST GIBT SONDERBRIEF- MARKE ZUM BESTIMMENDEN THEMA DES JAHRES HERAUS

Die Corona-Marke besteht aus Klopapier, unter dem eine Selbstklebefolie angebracht ist. Wer zehn Markenblöcke aneinanderlegt, kommt auf eine Länge von einem Meter – dem 2020 österreichweit mit dem Symbol eines Babyelefanten verbundenen Mindestabstand für ein sicheres Miteinander. Das berühmte Tierbaby ist auch das Motiv der Marke. Der Zuschlag in Höhe von 2,75 EUR pro Marke geht an die ORF-Aktion „Licht ins Dunkel“. Je ein Drittel davon geht an den Corona-Nothilfefonds von Caritas und Kronen Zeitung, an UNICEF Österreich und an weitere Projekte von „Licht ins Dunkel“.



Die Mitarbeiter*innen sind der ultimative Erfolgsfaktor der Post. Unser Anspruch ist es, die Toparbeitgeberin am Markt zu sein. Darüber hinaus blicken wir über den Tellerrand und engagieren uns für die gute

SACHS
CHE

MENSCH & SOZIALES

Für die Post steht der Mensch im Mittelpunkt – als Dienstleisterin, als Arbeitgeberin und als österreichisches Unternehmen. Sie setzt sich gleichermaßen für die Interessen der Kund*innen, Mitarbeiter*innen und für die Gesellschaft ein.

Trends und Herausforderungen

GR 102-15, 103-2

Die Österreichische Post befindet sich in einem Umfeld der steten Veränderung. Die Digitalisierung, der demographische Wandel sowie die zunehmende Mobilität und Flexibilität verändern die Bedürfnisse von Kund*innen und Mitarbeiter*innen. Das wiederum bringt neue Anforderungen und Herausforderungen mit sich. Um den neuen Ansprüchen gerecht zu werden, benötigt die Post qualifizierte Beschäftigte, die sowohl das Unternehmen als auch neue, innovative Leistungen aktiv mitgestalten.



Die Post engagiert sich für alle Mitarbeiter*innen.

Durch die Digitalisierung verändern sich die Prozesse und Arbeitsabläufe, daher werden eine kontinuierliche Entwicklung der Mitarbeiter*innen sowie neue Denkweisen und Kompetenzen notwendig. Neue Anforderungen im Bereich der Führungskräfteentwicklung und generell der Aus- und Weiterbildung sind entstanden. Mit der zunehmenden Digitalisierung gewinnt zudem das Thema Datensicherheit immer weiter an Bedeutung. Da unser Kerngeschäft nur durch den Austausch von Daten möglich ist, sehen wir uns hier in besonderer Verantwortung.

In Zeiten stetigen Wandels ändern sich auch die Ansprüche der Mitarbeiter*innen. Die Attraktivität von Arbeitgeber*innen beeinflusst verstärkt die Entscheidungen von Fachkräften. Besonders Zusatzleistungen wie eine betriebliche Gesundheitsförderung oder Angebote zur Unterstützung der Work-Life-Balance spielen eine immer wichtigere Rolle.

Aber auch die Ansprüche der Gesellschaft an Unternehmen nehmen stetig zu. Der Dialog mit den potenziellen Zielgruppen wird immer wichtiger, um Bedürfnisse zu erkennen und gemeinsam gesellschaftlichen und unternehmerischen Herausforderungen begegnen zu können.

Die wesentlichen Trends und Herausforderungen, denen wir im Bereich Mensch & Soziales gegenüberstehen, 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 Mitarbeiter*innen nur, wenn sie laufend geschult werden.

EFFIZIENZDRUCK – SOZIALVERTRÄGLICHKEIT DER ANPASSUNGEN

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

AUTOMATISIERUNG – MINIMIERUNG VON UNFALLRISIKEN UND SCHUTZ DER MITARBEITER*INNEN

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

WORK-LIFE-BALANCE – STEIGERUNG DER MOTIVATION UND MITARBEITER*INNENBINDUNG

Mitarbeiter*innen sind motivierter und leistungsfähiger, wenn auf ihre Bedürfnisse seitens der Arbeitgeber*innen eingegangen wird.

SCHUTZ SENSIBLER DATEN – GEWÄHRLEISTUNG EINES SICHEREN DATENAUSTAUSCHS IM RAHMEN DER DIGITALISIERUNG

Der Austausch von Daten bildet das Kerngeschäft der Post, gerade deshalb kommt dem Schutz der Daten vor allem auch im Rahmen der Digitalisierung ein besonderer Stellenwert zu.

GESELLSCHAFTLICHER DIALOG – IDENTIFIKATION VON EXTERNEN ANFORDERUNGEN

Die Bedürfnisse und Anforderungen der gesellschaftlichen Interessengruppen müssen verstanden und berücksichtigt werden.

KOOPERATION – ZUSAMMENARBEIT MIT EXTERNEN ORGANISATIONEN

Das gesellschaftliche Engagement für Kunst, Kultur, Umwelt und Gemeinwohl wird durch eine enge Zusammenarbeit mit externen Unternehmen und Institutionen vorangetrieben.

Managementansatz der Post

GRI 103-1, 103-2

Ein gutes Arbeitsumfeld, attraktive Karriere-möglichkeiten, Arbeitssicherheit und etablierte betriebliche Gesundheitsförderung spielen heute bei der Wahl des*der Arbeitgebers*in eine bedeutende Rolle. Unser

Personalmanagement trägt mit vielfältigen Maßnahmen wesentlich zum Erfolg und zur Zukunftsfähigkeit des Unternehmens bei. Engagierte Mitarbeiter*innen, die sich an ihrem Arbeitsplatz wohlfühlen, bleiben langfristig, sind motivierter und bringen die beste Leistung für das Unternehmen. Unsere Personalarbeit fördert die Unternehmens- und Führungskultur und unterstützt sie durch zahlreiche Programme und Angebote.

Eine geteilte, klare Vision und gemeinsame Wertvorstellungen für Mitarbeiter*innen und Führungskräfte sind gerade in einem Umfeld wichtig, das so stark von Veränderungen und Wandel geprägt ist. Sie bilden ein Wertgerüst, nach dem alle zielorientiert und nachhaltig agieren. Das Post-Leitbild ist die Grundlage des gemeinsamen Handelns und bildet die Basis unserer Kultur, die von Respekt, Offenheit, Vertrauen und Wertschätzung geprägt ist.

Selbstverständlich – um das nicht unerwähnt zu lassen – ergreifen wir umfangreiche Vorsorge, um die Vertraulichkeit von Kund*innen- und Unternehmensdaten wie auch die Integrität und Verfügbarkeit der von uns betriebenen IT-Systeme zu gewährleisten.

Darüber hinaus engagieren wir uns über die Unternehmensgrenzen hinweg und unterstützen eine Reihe von sozialen, gesellschafts- und umweltrelevanten Projekten und Aktivitäten im Rahmen unterschiedlicher Kooperationen. Dabei achten wir darauf, dass das soziale Engagement einen Bezug zum Kerngeschäft der Post hat und die Kernkompetenz zur Unterstützung sinnvoll eingebracht werden kann.

Die Leistungen im Bereich Mensch & Soziales sind auf die wesentlichen Themen, die sich aus den Dialogen mit den Stakeholdern ergeben haben, abgestimmt. Sie stellen sich wie folgt dar:

- Unternehmens- & Arbeitskultur
- Integriertes Diversitätsmanagement
- Arbeits- & Gesundheitsschutz
- Digitale Verantwortung
- Gesellschaftlicher Dialog & Kooperationen

Nähere Informationen zu den Themen im Bereich Mensch & Soziales und ihrem Zusammenhang mit den SDGs finden Sie auf S. 27. Eine Übersicht zu den Zielen und Maßnahmen finden Sie in den folgenden Tabellen:

Ziele im Bereich Mensch & Soziales im Überblick

GRI 103-3

T 23 Ziele des wesentlichen Themas: Unternehmens- & Arbeitskultur

Unser Anspruch

→ Unternehmens- und Führungskultur weiterentwickeln

Ziele	Maßnahmen	Status
<p>SDG 8.5 Mitarbeiter*innenengagement bis 2030 von 76% auf 82% steigern (Indikator basierend auf der letzten Mitarbeiter*innenzufriedenheitsumfrage von 2017)</p> <p>Fluktuationswert bei allen neu eintretenden Mitarbeiter*innen gemäß Kollektivvertrag-Neu bis 2030 von 35,8% auf 28% senken</p>	<p>Wertschätzende Unternehmens- und Führungskultur: Programme zur Förderung von Vielfalt und Chancengleichheit</p> <p>Attraktive Karrieremöglichkeiten und Aus- und Weiterbildungsangebote</p> <p>Angebote zur Unterstützung der Work-Life-Balance</p> <p>Maßnahmen zur Gewährleistung von Arbeitssicherheit</p> <p>Betriebliche Gesundheitsförderungsprogramme</p> <p>Verschiedene Umfragen zur Messung des Mitarbeiter*innenengagements</p>	<p>Maßnahmen in Umsetzung</p> <p>Anzahl Seminare: 1.577</p> <p>Anzahl Seminarteilnehmer*innen: 33.539</p> <p>Schulungsstunden: 95.397</p>
<p>SDG 8.5 Definition eines freiwilligen finanziellen Sozialaufwands, Berechnung eines Prozentwerts im Verhältnis zum ordentlichen Personalaufwand und Festlegung eines ambitionierten Ziels bis 2030</p>	<p>Beteiligung am Unternehmenserfolg</p> <p>Umfangreiche Sozialleistungen von post.sozial</p> <p>Gesundheitsvorsorgeangebote</p> <p>Umfassende Aus- und Weiterbildungsangebote</p>	<p>post.sozial:</p> <p>Materielle Mittel gesamt: 6.352.000 EUR</p> <p>helfens.wert: Wert der Essensbons 3.830.000 EUR</p> <p>helfens.wert: ausbezahlte Unterstützungsbeiträge 510.000 EUR</p> <p>Nächtigungen durch fair.reisen: 45.691</p> <p>sehens.wert: aufgrund von COVID-19 2020 keine Angebote</p>
<p>SDG 5.5, 10.2 40% Anteil von Frauen in Führungspositionen bis 2030 auf Basis des Gender-Balance-Projekts Elly</p>	<p>Gender-Balance-Projekt Elly</p> <p>Teilnahme am Frauen-Karriere-Index</p> <p>Vereinbarungen zur Zielerreichung hinsichtlich Frauen in Führungspositionen</p> <p>Aktives Karenzmanagement</p>	<p>Maßnahmen in Umsetzung</p> <p>Status Gender-Balance-Projekt Elly¹</p> <p>Frauen in Führungspositionen</p> <p>2019: 33,1%</p> <p>2020: 34,6%</p>

¹ In den Kennzahlen des Gender-Balance-Projekts Elly werden zur Steuerung von Maßnahmen ausschließlich Mitarbeiter*innen der Post (exkl. Konzernunternehmen) berücksichtigt. Es werden jene Abrechnungseinheiten ausgenommen, die nicht im Projektumfang inkludiert sind. Dies betrifft vorwiegend den Post-Arbeitsmarkt, die Personalvertretung und die Vorstände inkl. deren Assistenzfunktionen. Die Kennzahlen sind in Köpfen zum 31.12. berechnet. Langfristig abwesende Mitarbeiter*innen werden berücksichtigt. Definition Führungsposition im Kontext Projekt Elly: Mitarbeiter*innen der Berichtsebene 2-5, inkl. Mitarbeiter*innen weiterer Leitungsfunktionen und unabhängig von der Anzahl der geführten Mitarbeiter*innen

T 24 Ziele des wesentlichen Themas: Integriertes Diversitätsmanagement

Unser Anspruch

→ Diversität und Chancengleichheit leben

Ziele	Maßnahmen	Status
Diversitätsaktivitäten in der Post bündeln	Konzept zur Verankerung und Umsetzung	In Ausarbeitung
<p>SDG 5.5, 10.2 Diversitätsaktivitäten systematisch als Querschnitt in die Kernprozesse und Supportfunktionen der Post verankern und standardisieren</p>	<p>„Unconscious Bias“-Trainings für Führungskräfte</p> <p>Sensibilisierungsmaßnahmen zur Reduktion von „Unconscious Bias“ im Recruiting-Prozess</p> <p>Geschlechterinklusive Sprachstandard</p>	Maßnahmen in Umsetzung

T 25 Ziele des wesentlichen Themas: Arbeits- & Gesundheitsschutz

Unser Anspruch

→ Auf Gesundheit und Sicherheit achten

Ziele	Maßnahmen	Status
<p>SDG 3.6</p> <p>Keine tödlichen Arbeitsunfälle in der Brief- und Paketzustellung</p> <p>Reduktion der Unfallhäufigkeit (je 1 Mio Produktivstunden) um 15% bis 2030</p>	<p>Arbeitsschutzausschüsse etabliert</p> <p>Beratungen seitens der Organe des Arbeitnehmer*innenschutzes</p> <p>Organisationsvorschriften, Betriebsanweisungen und Merkblätter zur Unterstützung der Arbeitssicherheit</p> <p>Regelmäßige Unterweisungen und Schulungen zu Sicherheitsrisiken und Gefährdungspotenzialen</p> <p>Regelmäßige Begehungen und Evaluierungen zur Identifizierung von Gefahrenpotenzialen</p>	<p>Rund 1.000 Arbeitssicherheitstrainings</p> <p>Rund 3.500 Arbeitsstättenbegehungen und Evaluierungen</p>
<p>SDG 3.6</p> <p>Implementierung eines Managementsystems nach ISO 45001 und Zertifizierung der Post bis 2030</p>		

T 26 Ziele des wesentlichen Themas: Digitale Verantwortung

Unser Anspruch

→ Kund*innenerwartungen entsprechen, Risiken minimieren und Rechtssicherheit im Bereich Datenschutz sicherstellen

Ziele	Maßnahmen	Status
<p>Datenschutz:</p> <p>Reduktion der Datenschutzbeschwerden um über 70% bis 2025 (Stichtag 31.12.2020)</p> <p>Beschleunigte Erledigung der Betroffenenrechte</p> <p>Etablierung Dialog mit zuständigen Behörden bzw. Zertifizierungen durch externe Stellen</p>	<p>Weiterführung und Fortentwicklung der Datenschutzorganisation</p> <p>Prozessverbesserungen zur qualitativ hochwertigen und effizienten Bearbeitung</p>	<p>2020 wurde das bestehende Datenschutz-Managementsystem weiterentwickelt und neben dem Datenschutzrechtsteam ein Datenschutzzentrum etabliert, welches die Umsetzung der datenschutzrechtlichen Anforderungen in der Post AG überwacht und vorantreibt</p>
<p>Datensicherheit:</p> <p>Ausbau angemessener Schutzmaßnahmen zur Vermeidung unerlaubter Entwendung von Daten</p> <p>Minimierung des Schadensrisikos aus Cyberkriminalität</p>	<p>Informationssicherheitsmanagement und IT-Sicherheit basierend auf ISO 27001</p> <p>Technische Komponenten zur Prävention, Detektion und Reaktion von IT-Sicherheitsvorfällen</p> <p>Organisatorische Maßnahmen zur Kontrolle und Sensibilisierung</p>	<p>Im Jahr 2020 wurde eine Abteilung in der Konzern-IT für die technische Datensicherheit etabliert</p> <p>Technische Maßnahmen zur Absicherung der Endgeräte und Information über Cybersicherheitsmaßnahmen für Mitarbeiter*innen im Zuge des verstärkten Homeoffice bedingt durch COVID-19</p>

T 27 Ziele des wesentlichen Themas: Gesellschaftlicher Dialog & Kooperationen

Unser Anspruch

→ Durch Dialoge und Kooperationen positive Wirkung für die Gesellschaft erzielen

Ziele	Maßnahmen	Status
<p>SDG 17.17</p> <p>Durchführung von mindestens jeweils einem zentralen sowie regionalen Stakeholder Round Table pro Jahr</p>	<p>Einmal jährlich ein zentraler Stakeholder Round Table in Wien</p> <p>Mindestens einmal jährlich ein regionaler Stakeholder Round Table in einem weiteren Bundesland</p>	<p>Aufgrund der COVID-19 Pandemie fanden im Jahr 2020 keine Stakeholder Round Tables statt</p> <p>Stattdessen wurde 2020 eine digitale Stakeholder-Befragung durchgeführt, um die Meinung der Stakeholder aktiv bei der Erstellung des Masterplans Nachhaltigkeit 2030 zu berücksichtigen</p>

<p>SDG 5.5, 10.2, 17.17</p> <p>Beteiligung an jeweils einer übergeordneten Aktion im Umwelt- und Sozialbereich</p>	<p>Aktive Unterstützung sozialer Projekte durch unser Kerngeschäft</p> <hr/> <p>Post Generator</p>	<p>2020 wurden in bewährter Weise mehrere soziale Projekte, wie „Pakete fürs Christkind“ oder die Ö3-Wundertüte, unterstützt</p> <hr/> <p>Das Upcycling-Projekt „Re:Post“ zur Verwertung der alten Post-Uniformen wurde 2020 im Rahmen von zwei Designworkshops mit Nachwuchsdesigner*innen gestartet</p> <hr/> <p>Im Jahr 2021 sollen nun einige der Ideen in Zusammenarbeit mit Werkstätten, die sich um die Beschäftigung von Menschen mit Unterstützungsbedarf bemühen, in die Serienfertigung gehen</p>
<p>SDG 13.b</p> <p>Einrichtung eines postspezifischen Unternehmenswalds mit dem Ziel des Klima- und Naturschutzes bis 2022</p>	<p>Sondierung von alternativen Möglichkeiten</p>	<p>Im Jahr 2020 wurden erste Gesprächsrunden mit diversen Anbieter*innen geführt</p>
<p>SDG 7.2, 7.3, 13.1, 13.2, 1.3</p> <p>Ab 2022 Umweltsensibilisierung und Aufklärung unserer Mitarbeiter*innen zum Thema Klima- und Naturschutz mit externer Kooperation</p>	<p>Konzepterstellung zum Thema Umweltsensibilisierung zu Klima- und Naturschutz</p>	<p>Im Jahr 2020 unterstützte die Post das Wildnisgebiet Dürrenstein</p> <hr/> <p>Auflage einer Sonderbriefmarke für das Wildnisgebiet Dürrenstein</p>

Unternehmens- & Arbeitskultur

GRI 103-1, 103-2

Der Erfolg des Unternehmens baut auf den Leistungen der Mitarbeiter*innen auf. Dafür braucht es engagierte und qualifizierte Mitarbeiter*innen, die Tag für Tag Einsatz zeigen. So können wir sicherstellen, dass die Dienstleistungen und Services der Post bestmöglich umgesetzt werden.

Die Post muss sich hier als moderne Arbeitgeberin positionieren. Nur so können wir Fachkräfte gewinnen und langfristig binden. Wir unternehmen viele Anstrengungen, um als Arbeitgeberin attraktiv zu sein. Wir schaffen ein ansprechendes Arbeitsumfeld, z. B. durch zusätzliche Sozialleistungen oder umfassende Weiterbildungsangebote. Zum Arbeitsumfeld zählt auch eine wertschätzende Unternehmenskultur, mit der sich Mitarbeiter*innen identifizieren können und die auf jeder Ebene inklusiv gelebt wird. Welche Schritte wir in diesem Bereich umsetzen, wird in den folgenden Abschnitten verdeutlicht.

Unternehmenskultur weiterentwickeln

GRI 102-43

Um wirtschaftlich erfolgreich zu sein, müssen sich Unternehmen und Mitarbeiter*innen heute fortlaufend weiterentwickeln und ständig an neue Gegebenheiten anpassen. Die Unternehmenskultur und das Arbeitsumfeld sollen die Mitarbeiter*innen zu Kreativität und Innovation motivieren und die Umsetzung neuer Ideen unterstützen. Deshalb arbeiten wir laufend an der Weiterentwicklung einer offenen und modernen

Unternehmens- und Führungskultur. Unser Fokus liegt auf dem weiteren Ausbau und der Stärkung der Feedbackkultur.

IDENTIFIZIERENDE UNTERNEHMENSKULTUR

Im Jahr 2020 hat die Österreichische Post an der Weiterentwicklung der Strategie und der damit verbundenen Unternehmenswerte gearbeitet. Unser Leitbild gibt die Richtung vor, schafft ein gemeinsames Wertesystem und einen klaren Maßstab für alle Mitarbeiter*innen und Führungskräfte. Es dient zum einen als Orientierung für unser Verhalten und dem Umgang im Arbeitsalltag – mit Geschäftspartner*innen, aber auch Kolleg*innen im Unternehmen. Zum anderen gibt das Leitbild klare Zielvorstellungen vor und zeigt, welchen Fokus wir setzen: Wir wollen nachhaltigen Unternehmenserfolg, und das nicht nur über ökonomische Aspekte, sondern auch über das gesellschaftliche Umfeld, die Umwelt und die Mitarbeiter*innen.

Mit unseren Mitarbeiter*innen pflegen wir unternehmensweit einen offenen Dialog, der auf Respekt, Wertschätzung, Ehrlichkeit und Vertrauen basiert. Dazu gehört auch, dass die Post zeitnah und regelmäßig über wesentliche Entwicklungen und Veränderungen im Unternehmen informiert.

WERTSCHÄTZENDE FÜHRUNGSKULTUR

Durch ständige Veränderungen und die herausfordernden Zeiten ist wertschätzende Führung so wichtig wie nie zuvor. Gerade jetzt ist es entscheidend, als Führungskraft präsent zu sein, Orientierung zu geben und als Vorbild Verantwortung zu übernehmen sowie eine offene Lern- und Fehlerkultur zu etablieren.

Transparente Kommunikation und die Fähigkeit, Menschen im Alltag zu leiten, sind der Schlüssel zum Erfolg. Zusammenarbeit ist wichtiger denn je. Führungskräfte bei der Post denken bereichsübergreifend und brechen (Abteilungs-)Silos auf. Vernetztes Handeln und das Teilen von Wissen fördern die Innovationskraft und machen die Post zu einem erfolgreichen Unternehmen.

Im letzten Jahr haben wir auch unsere Führungsleitlinien einer Evaluierung unterzogen und leicht adaptiert.

Führungsakademie – Die Schulungen unserer Führungskräfte erfolgen seit 2012 in der eigenen Führungsakademie der Post. Das langfristig angelegte Weiterbildungsprogramm unterstützt Führungs- und Schlüsselkräfte bei der Umsetzung unserer Führungsleitlinien in ihrer täglichen Arbeitspraxis. 2020 wurde ein Relaunch der Führungsakademie vorgenommen, um noch mehr auf den individuellen Entwicklungswunsch Rücksicht zu nehmen.

Führungsleitlinien der Post – Diese bilden den Rahmen für unser 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 Mitarbeiter*innenpotenziale eine wichtige Stellung ein.

Messen der Führungsqualität mit dem 360-Grad-Feedback – Das neue Kompetenzmodell bildet auch die Grundlage für eine regelmäßige Erhebung der Führungsqualitäten unserer Mitarbeiter*innen im Rahmen des 360-Grad-Feedbacks. In Zusammenarbeit mit Führungskräften haben wir mithilfe des 360-Grad-Feedbacks sowohl Prozessoptimierungen identifizieren als auch die Qualität des Feedbacks und die weiteren Entwicklungsangebote für die Führungskräfte verbessern können.

Förderung der Willkommenskultur durch Onboarding-Prozess – Der neue Onboarding-Prozess in der Unternehmenszentrale hilft bei der fachlichen, organisatorischen und kulturellen Integration neuer Mitarbeiter*innen. Eine starke Willkommenskultur fördert die rasche Bindung an das Unternehmen und unterstützt die Zufriedenheit auf positive Art und Weise. Seit dem Jahr 2020 begrüßt die Österreichische Post monatlich alle Neuzugänge der Unternehmenszentrale in einem virtuellen Kurzformat, in dem vor allem die Vernetzung mit anderen Kolleg*innen über den eigenen Fachbereich hinaus im Vordergrund steht.

Ein Tag beim Kunden – Einmal im Jahr findet gewöhnlich der „Tag beim Kunden“ statt, bei dem Führungskräfte Einblick in die Arbeit von Kolleg*innen mit direktem Kund*innenkontakt erhalten. Die Führungskräfte nehmen an diesem Tag direkt und persönlich

am Arbeitsalltag an der Kund*innenschnittstelle teil und lernen so, die jeweiligen Herausforderungen besser einzuschätzen. Der „Tag beim Kunden“ fördert den Austausch zwischen Mitarbeiter*innen und Führungskräften, das Verständnis füreinander und unterstützt das Post-Leitbild. Im Jahr 2020 musste aufgrund der Corona-Situation der „Tag beim Kunden“ ausgesetzt werden.

ZUSATZLEISTUNGEN FÜR MITARBEITER*INNEN

401-2

Beteiligung am Unternehmenserfolg – Bereits seit 2002 beteiligt die Post als eines von wenigen Unternehmen in Österreich ihre Mitarbeiter*innen am Unternehmenserfolg in Form einer „EBIT-Prämie“. So können die Mitarbeiter*innen direkt am Erfolg unseres Unternehmens mitpartizipieren und die Ergebnisse unserer gemeinsamen Anstrengungen speziell gewürdigt erleben.

 Darüber hinaus erhielten die Mitarbeiter*innen im Jahr 2020 Corona-Prämien als Dank und Anerkennung für ihre Leistungen unter den herausfordernden COVID-19 Rahmenbedingungen.

post.sozial – Der gemeinnützige Verein post.sozial wurde 2005 gegründet und bietet maßgeschneiderte Sozialleistungen für aktive Mitarbeiter*innen der Post und deren Konzernunternehmen, aber auch für ehemalige Mitarbeiter*innen im Ruhestand sowie Angehörige und Hinterbliebene.

Das Leistungsangebot reicht von finanzieller Unterstützung bei außergewöhnlichen Belastungen wie Krankheit oder Naturkatastrophen über vergünstigte Eintrittskarten zu Kultur- und Sportveranstaltungen bis hin zu kostengünstigen Urlaubsangeboten und Angeboten zur Kinderbetreuung während der Ferienzeit. post.sozial betreibt an 15 Standorten in Österreich Ferienhäuser und Ferienzimmer, die von aktiven und pensionierten Mitarbeiter*innen zu günstigen und sozial gestaffelten Preisen für ihren Urlaub angemietet werden können.

Zusätzlich unterstützt post.sozial Gesundheitsmaßnahmen und Freizeitaktivitäten, wie z.B. die Übernahme der Anmeldegebühr bei verschiedenen Laufveranstaltungen.

Mitarbeiter*innen gewinnen, binden, entwickeln

Die gesellschaftlichen und branchenspezifischen Veränderungen der heutigen Zeit fordern das Unternehmen und die Belegschaft jeden Tag aufs Neue. Der wirtschaftliche Erfolg der Österreichischen Post ist dabei vor allem abhängig von der Motivation und dem Einsatz gut ausgebildeter Mitarbeiter*innen. Diese wollen wir als engagierte Talente für uns gewinnen und langfristig

an die Post binden. Dabei setzen wir unter anderem auf gezielte und attraktive Weiterbildungsmaßnahmen zur Unterstützung der persönlichen und beruflichen Entwicklung.

ZIELGRUPPENORIENTIERTES RECRUITING

In Zeiten des Fachkräftemangels stehen wir als Arbeitgeberin mittlerweile hart im Wettbewerb um Topfachkräfte auf dem Bewerber*innenmarkt. Im Zentrum dieser Entwicklungen steht die Frage, wie wir uns als attraktive Arbeitgeberin auf dem Markt präsentieren können, um neue Talente zu gewinnen.

Wir positionieren uns mit einer Employer-Branding-Strategie, die sich auf unsere Werte und Leitlinien stützt. Mit allen Prozessen zur Personalbeschaffung verfolgen wir das Ziel, die besten Mitarbeiter*innen für die ausgeschriebenen Stellen in der Österreichischen Post AG zu gewinnen. Um den Prozess weiter zu verbessern und zielgruppenspezifischer zu agieren, wurde eine Unterscheidung zwischen zentralen und regionalen Recruitingaufgaben vorgenommen.

PERSPEKTIVEN & PERSONALENTWICKLUNG

GR 404-2, SDG 8

Wir ermöglichen unseren Mitarbeiter*innen, sich fachlich und persönlich weiterzuentwickeln. Dazu haben wir zusätzlich zur Führungsakademie 2020 auch die zielgruppen- und kompetenzorientierte Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter*innen weitergeführt. Mit Fachschulungen, Weiterbildungskursen, Coachings und Trainings stellt sie einen Schwerpunkt im Personalmanagement der Post dar. Zusätzlich bieten wir ein breites Ausbildungsangebot und damit die Möglichkeit für unterschiedlichste Karrierewege im Unternehmen.

—  siehe Facts & Figures S. 130

Die individuelle Förderung unserer Mitarbeiter*innen auf Basis ihrer spezifischen Fähigkeiten und Potenziale ist für die Post besonders wichtig. Mitarbeiter*innen und ihre Führungskräfte können in regelmäßigen Mitarbeiter*innengesprächen persönliche Entwicklungsschwerpunkte und Ziele festlegen sowie Maßnahmen in Form von Aus- und Weiterbildung gemeinsam vereinbaren. Die Mitarbeiter*innengespräche finden mindestens einmal jährlich statt.

Projekt Work@Post, Traineeprogramm und Lehrlingsausbildung

Im Projekt Work@Post erheben Arbeitsgruppen laufende Verbesserungspotenziale zu den Themenbereichen Employer Branding, Recruiting, Onboarding,

post.sozial 2020

Nächtigungen
durch fair.reisen

45.691

post.sozial:
materielle Mittel
gesamt

Mio EUR
6,35

helfens.wert:
Wert der Essensbons

Mio EUR
3,83

helfens.wert:
ausbezahlte Unter-
stützungsbeiträge

TEUR
510

Nachwuchskräfte/Talente, Führungskräfte, Kompensation, EDV Success Factors und Feedback, die laufend umgesetzt werden. Durch die zahlreich umgesetzten Maßnahmen konnten wir das Ziel erreichen, die Drop-out-Quote zu verringern. Die Maßnahmen werden fortgesetzt und einem kontinuierlichen Monitoring unterzogen, um weitere Verbesserungspotenziale zu erkennen und zu nutzen.

Im Oktober 2020 haben zwölf neue Trainees ihre Laufbahn bei der Post begonnen. Sie durchlaufen im Unternehmen nun unterschiedliche Abteilungen und erhalten so eine umfassende Ausbildung.

Zudem bietet die Österreichische Post AG Jugendlichen seit zehn Jahren die „Lehre mit Matura“ an. Im Jahr 2020 haben wir unsere Lehrlingsoffensive weitergeführt und Lehrlinge in sechs unterschiedlichen Lehrberufen gesucht. Ziel dieser Offensive ist es, eigenen Nachwuchs auszubilden und junge, dynamische Kräfte an das Unternehmen zu binden. Seit September 2020 bilden wir im gesamten Unternehmen insgesamt 70 Lehrlinge im Beruf „Nah- und Distributionslogistiker*in“ aus. In der Unternehmenszentrale wurde zudem die Lehrlingsausbildung im IT-Bereich erweitert, sodass nun zwei weitere Lehrlinge zu IT-Systemtechniker*innen ausgebildet werden.

Außerdem bilden wir seit September 2020 österreichweit 161 Lehrlinge zum*r Einzelhandelskaufmann/-kauffrau mit Schwerpunkt Telekommunikation und zum*r Bürokaufmann/-frau und E-Commerce-Kaufmann/-frau und in diversen IT-Berufen aus.

Das zahlt sich aus: Mit den Projekten „Kampagne Lehrlinge 2020“ und „Post-Lehrling 2020“ wurde die Post AG beim Lehrlingsmarketing Award mit Gold und Silber ausgezeichnet.

Kooperation mit Universitäten, Experienced Hires & Internship Programm

Die Österreichische Post AG bietet Akademiker*innen aus verschiedenen Bereichen spannende Tätigkeitsgebiete und vielfältige Möglichkeiten zur beruflichen Weiterentwicklung. In Kooperation mit dem Center of Excellence der Wirtschaftsuniversität Wien fördern wir angehende Akademiker*innen mit ausgezeichneten Studienleistungen über zwei Studienjahre. Außerdem unterstützt die Österreichische Post AG ein hochwertiges Zusatzausbildungsprogramm der Delta Akademie der Montanuniversität Leoben.

Im Rahmen des Internship Programms 2021 haben FH- und Universitätsstudent*innen die Möglichkeit, ein Praktikum bei der Post zu absolvieren. Der Austausch mit der jüngeren Generation hilft nicht nur bei der Rekrutierung von potenziellen Mitarbeiter*innen, sondern schafft auch wertvolle Innovationsbeiträge für das Unternehmen.

E-Learning

Die Österreichische Post AG will die Vorteile der digitalen Wissensvermittlung nutzen und setzt zu diesem Zweck die Lernplattform SAP SuccessFactors Learning ein. Diese wird sukzessive auf alle Bereiche ausgerollt. Erste erfolgreiche Projekte wurden mit der Lernplattform bereits umgesetzt: Mit Gründung der bank99 mussten beispielsweise ca. 1.400 Post- und Bank-Mitarbeiter*innen und ca. 1.360 Post Partner mit rund

1.855 Mitarbeiter*innen auf die neuen Herausforderungen vorbereitet werden. Mit neuen webbasierten Trainings wurden die Mitarbeiter*innen in kurzer Zeit ortsunabhängig und erfolgreich mit der neuen E-Learning-Plattform geschult.

Post-Arbeitsmarkt

Aufgrund des steigenden Wettbewerbs sowie ständiger Veränderungen des Markts müssen wir laufend unsere Personalstruktur anpassen. Die Österreichische Post AG ist sich dabei ihrer Verantwortung bewusst und legt Wert darauf, diese notwendigen Veränderungen sozialverträglich durchzuführen und aktiv zu begleiten.

Mitarbeiter*innen, die von Restrukturierungsmaßnahmen betroffen sind, unterstützt die Post durch Möglichkeiten zur beruflichen Neuorientierung. Die Abteilung „Post-Arbeitsmarkt“ bietet unter anderem Laufbahnberatungen und Berufsorientierungen an. Mitarbeiter*innen werden mithilfe von persönlichen Beratungsgesprächen dabei unterstützt, einen neuen Arbeitsplatz innerhalb oder außerhalb des Unternehmens zu finden. Über die Schulungsinitiative post.qualified können Mitarbeiter*innen z. B. ihre IT-Fähigkeiten ausbauen und zertifizieren lassen oder anderwärtige Qualifikationen erlangen. Die Abteilung versteht sich zudem als interne Personalberatung und engagiert sich bei der Arbeitskräfteüberlassung für kurz- und mittelfristige temporäre Einsätze.

Ein Erfolgsmodell für den sozialverträglichen Umgang mit Personalüberkapazitäten ist die Initiative „Post-Mitarbeiter*innen zu den Bundesministerien“. Bis Ende 2020 haben rund 700 ehemalige Postbeamt*innen zu Bundesbehörden gewechselt. Die Zahl zeigt, dass die Kompetenzen von Post-Mitarbeiter*innen in den Ministerien sehr gefragt sind.

MODERNE ARBEITGEBERIN POST

Die Anforderungen an Arbeitgeber*innen verändern sich. Bewerber*innen wie Mitarbeiter*innen achten auf eine moderne Unternehmenskultur, mit der sie sich identifizieren können. Bei der Mitarbeiter*innengewinnung setzen wir deshalb auf innovative Rekrutierungswege und führen selbstverständlich Bewerbungsgespräche auch virtuell durch. Im Arbeitsalltag zeigt sich die Post unseren Arbeitnehmer*innen gegenüber fortschrittlich: Wir fällen Entscheidungen transparent, schaffen Möglichkeiten für persönliches Wachstum und bieten flexible Arbeitszeiten sowie seit diesem Jahr verstärkt auch mobiles Arbeiten an. Um eine leistungsfördernde Atmosphäre zu erzeugen, unterstützt die Post ausdrücklich eine faire Teamkultur, die auf Wertschätzung und Vertrauen aufbaut.

Mitarbeiter*innen aus verschiedenen Nationen

4.299

Mitarbeiter*innen der Post stammen aus insgesamt

95

verschiedenen Nationen (ohne Österreich)

62

der Post-Führungskräfte kommen aus

18

Nationen (ohne Österreich)

STRATEGISCHE WISSENSÜBERGABE

Wissen ist ein zentraler Wettbewerbsfaktor und eine wichtige Ressource. Das Festhalten und Weitertragen von unternehmensrelevanten Informationen sind wichtige Erfolgsfaktoren für die Post. Gerade auch in Bezug auf den Generationenwechsel sichert eine frühzeitige und strategische Wissensübergabe unsere Handlungsfähigkeit.

Integriertes Diversitätsmanagement

GRI 103-1, 103-2

Die Post ist überzeugt von dem Potenzial einer vielfältigen Belegschaft, weil Vielfalt die Innovationsfähigkeit sowie die Kreativität in Unternehmen fördert. Im Rahmen unseres Diversity-Managements fördern wir

daher soziale Vielfalt aller Facetten und setzen sie konstruktiv ein. Im Rekrutierungsprozess achten wir zudem streng auf die Gleichbehandlung aller Bewerber*innen.

Chancengleichheit am Arbeitsplatz und Gleichbehandlung von Mitarbeiter*innen sind für die Österreichische Post AG wie auch für ihre Konzernunternehmen selbstverständlich. Jeglicher Form von Diskriminierung, Mobbing oder sexueller Belästigung treten wir daher entschieden entgegen.

Die individuelle Verschiedenheit unserer Mitarbeiter*innen wollen wir im ganzen Unternehmen im Sinne einer positiven Wertschätzung besonders fördern.

CHARTA DER VIELFALT

Die Österreichische Post AG hat 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.

Seit dem Jahr 2020 ist das Thema Diversität auch im Angebot der Führungsakademie verankert. Erste Trainings zu „Unconscious Bias“ leisten einen wesentlichen Beitrag, proaktiv eine Kultur der Vielfalt und Diversität zu fördern.

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 bereits seit vielen Jahren über die gesetzlichen Rahmenbedingungen hinaus. 2020 waren 1.136 Mitarbeiter*innen mit Behinderung bei der Österreichischen Post AG beschäftigt.

Seit 2014 können sich alle Beschäftigten auch vertraulich an eine interne Ombudsperson wenden, wenn sie Hilfe bei persönlichen Problemen im Arbeitsumfeld benötigen oder wenn es um die Einhaltung der Leitbildwerte geht.

Gender Balance – Maßnahmen zur Erhöhung des Frauenanteils

GENDER-BALANCE-PROJEKT ELLY

Die Post strebt ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis in allen Bereichen und Führungspositionen an. Derzeit sind zwei Drittel der Post-Belegschaft männlich. Mit dem Gender-Balance-Projekt Elly fördern wir

mit gezielten Maßnahmen den dafür nötigen Kultur- und Strukturwandel im Unternehmen, denn Frauen wie Männer sollen in allen Arbeitsbereichen und Hierarchieebenen der Post gleiche Einstiegs- und Entwicklungsmöglichkeiten vorfinden. Seit 2018 sprechen wir noch gezielter Frauen auf dem Arbeitsmarkt an und fördern verstärkt die Entwicklung weiblicher Führungskräfte. Dabei setzen wir als erstes österreichisches Unternehmen den Frauen-Karriere-Index (FKI) als Steuerungs- und Benchmarking-Instrument ein. Mit dem in Deutschland bereits etablierten unabhängigen Messinstrument untersucht das Unternehmen, wie sich Frauen auf den verschiedenen Führungsebenen in ihren Karrieren entwickeln können. Im zweiten Jahr der Teilnahme konnte die Österreichische Post im FKI 2019 die größte Verbesserung unter den 42 teilnehmenden Unternehmen gegenüber dem Vorjahr erzielen (auf 75 von 100 möglichen Punkten). Die Indexierung der Post im Rahmen des FKI 2020 befindet sich aktuell in Durchführung

Darüber hinaus konnten 2020 auf allen Maßnahmenebenen des Gender-Balance-Projekts Elly kultur- und strukturverändernde Maßnahmen implementiert werden. Hierzu zählen Vereinbarungen zur Zielerreichung hinsichtlich Frauen in Führungspositionen sowie die Integration und Durchführung von „Unconscious Bias“-Trainings für Führungskräfte. Darüber hinaus haben wir ein erstes Karenzfrühstück in der Unternehmenszentrale für Kolleg*innen aus Wien, Niederösterreich und dem Burgenland sowie ein erstes digitales Karenzfrühstück für ganz Österreich als Elemente eines aktiven Karenzmanagements durchgeführt.

Teil des Gender-Balance-Projekts Elly sind auch Sensibilisierungsmaßnahmen zur Reduktion von „Unconscious Bias“ im Recruiting-Prozess sowie die Entscheidung für einen geschlechterinklusive Sprachstandard in der Post. Dieser Standard erkennt mehr als zwei Geschlechter und Geschlechtsidentitäten und damit die Vielfalt geschlechtlicher Ausdrucksweisen und Körper an und trägt so zur Vermeidung von Diskriminierungen bei.

Die angeführten Maßnahmen sind elementare Bausteine zur schrittweisen Verankerung von Gender Balance in den Standardprozessen der Post und dem damit verbundenen Wandel der Organisationskultur, in der Menschen aller Geschlechtsidentitäten die gleichen Zugangs- und Aufstiegschancen haben.

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 neue Ziele auf Basis von Vereinbarungen festgehalten. Das betrifft z. B. die Einbindung von karenzierten Mitarbeiter*innen 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.

Diversitätsmanagement

Diversitätsmanagement bei der Post bedeutet, die Unterschiede und Gemeinsamkeiten aller Mitarbeiter*innen und Kund*innen in den Blick zu nehmen und damit verbundene Chancen für unser Unternehmen gezielt zu nutzen. Denn die Diversität unserer Teams ist für unseren Erfolg als Logistikdienstleisterin ebenso zentral wie die Vielfalt an Produkten und Services oder unsere internationalen Engagements. Insofern wurde Diversität als Innovationsmoment und Leitlinie für alle Unternehmensaktivitäten in die Unternehmensstrategie integriert und strategisch verankert.

Im Sinne eines integrierten Diversitätsmanagements und der systemischen Verschränkung mit allen Bereichen und Prozessen in der Post wurden daher folgende Maßnahmenebenen im Rahmen des Masterplans Nachhaltigkeit definiert:

- ein diversitätssensibles Produkt- und Dienstleistungsangebot mit der Orientierung auf diversitätsbezogene Trends;
- eine inklusive Ansprache aller Menschen sowie die Förderung diversitätssensibler Geschäfts- und Privatkund*innenangebote;
- eine diversitätssensible Serviceleistungspalette für unsere Stakeholder mit Barrierefreiheit, inklusiver Sprache und Lösungskompetenz sowie die Förderung eines diversitätssensiblen Filial- und Banknetzes;
- die Beachtung von Diversität bei gesellschaftlichen Dialogen, Kooperationen und Vernetzung sowie diversitätsorientierte Serviceprozesse im Sinne von Beschaffung, Governance und Compliance wie auch Mobilität;
- eine diversitätssensible Gestaltung und Umsetzung aller Produktions- und Logistikprozesse;

- eine Diversitätssensibilisierung der Zentralbereiche mittels Schaffung einer diversitätsspezifischen Organisationsstruktur, der Förderung von Diversitätssensibilität in verschiedenen Bereichen, dem Setzen von Impulsen für Lehrlinge ebenso wie für ältere Mitarbeiter*innen und Angeboten der Sprachförderung für Mitarbeiter*innen.

Durch diesen breiten Fokus nutzen wir viele unterschiedliche Denkweisen und Ideen, ein weites Spektrum an Kompetenzen und Hintergründen sowie bisher ungenutzte Potenziale und Ressourcen für die Post. Dadurch begegnet die Post den demographischen Veränderungen umfassend und steigert gleichzeitig ihre Innovationskraft.

Arbeits- & Gesundheitsschutz

GRI 103-1, 103-2

Gesunde und motivierte Mitarbeiter*innen sind in der Lage, bestmögliche Leistung zu erbringen. Sie tragen aktiv zur Weiterentwicklung des Unternehmens bei und sind zufriedener mit ihrem Arbeitsplatz. Deshalb legt die Österreichische Post größten Wert darauf, die Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeiter*innen zu erhalten und zu fördern sowie Unfälle und arbeitsbedingte Krankheiten zu vermeiden. Alle Rahmenbedingungen für den Bereich Arbeitsschutz sind in der Richtlinie „Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz – Arbeitnehmer*innenschutz“ geregelt. Diese gibt einen Überblick über die wesentlichen Grundsätze und Verhaltensregeln. Sie beinhaltet auch die Verantwortung und Kontrolle für den Arbeitnehmer*innenschutz. Das Prüf- und Kontrollsystem ist kaskadisch aufgebaut, so soll eine durchgängige Kontrolle über alle Bereichs- und Führungsebenen gewährleistet werden. Um unsere Führungskräfte, die für die Einhaltung des Arbeitnehmer*innenschutzes verantwortlich sind, bestmöglich zu unterstützen, stellen wir Checklisten zur Verfügung und haben im Jahr 2020 wieder Schulungskampagnen durchgeführt, um das Bewusstsein der Führungskräfte für ihre Verantwortung sowie ihre Vorbildfunktion zu schärfen. Zur leichteren Handhabung wurde eine Broschüre aufgelegt, in der die Richtlinie vereinfacht zusammengefasst wurde.

Das langfristige Ziel ist es, dass Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz für Mitarbeiter*innen und Führungskräfte zum Selbstverständnis und gelebten Alltag wird.

—  siehe Facts & Figures S. 129

Gesundheitsmanagement

GRI 403-6

Die Post bietet im Rahmen ihres Gesundheitsmanagements an verschiedenen Standorten in Österreich präventive Maßnahmen an, um die Gesundheit und Arbeitsfähigkeit aller Mitarbeiter*innen zu erhalten und zu fördern. Beispiele dafür sind Impfungen, Raucher*innenentwöhnungen und augenmedizinische Untersuchungen sowie regelmäßige Gesundheitsberatungen und Gesundheitstage. Leider war aufgrund der heurigen COVID-19 Situation nur ein an die Umstände angepasstes Angebot möglich. So musste etwa die Aktion „Gesundes Herz und Du“ ausgesetzt werden und wird nach Möglichkeit 2021 fortgesetzt.

Die Arbeitsmediziner*innen standen selbstverständlich dennoch für persönliche Gespräche zum Thema Gesundheit und auch für spezielle Fragen, Sorgen und Ängste zum Thema COVID-19 zur Verfügung. Ergänzend haben wir 2020 den Fokus auf das Impfangebot gelegt. Die Österreichische Post AG konnte sich rechtzeitig ein hohes Kontingent an Grippeimpfstoffen sichern, um das gestiegene Interesse der Mitarbeiter*innen abdecken zu können. Zum ersten Mal wurden neben den Grippeimpfungen auch die FSME-Impfungen österreichweit gratis angeboten.

Gesundheitsschutz 2020

FSME-Impfungen

~2.850

Grippeimpfungen

~2.300

Auch 2020 hat die Österreichische Post AG die Evaluierung psychischer Belastungen am Arbeitsplatz fortgesetzt und die Erhebungsphase in der Unternehmenszentrale sowie dem Post-Kundenservice abgeschlossen. Für unterschiedliche Tätigkeitsbereiche wurden repräsentative Mitarbeiter*innengruppen gebildet, um die gruppenspezifischen Belastungen im Rahmen von Arbeitsbewertungsskala-Workshops (ABS) und Interviews zu erheben. Die Planung der weiteren Vorgehensweise und der Kommunikation der Ergebnisse sowie die Maßnahmenumsetzung wurden jedoch – aufgrund der COVID-19 Situation – auf 2021 verlegt.

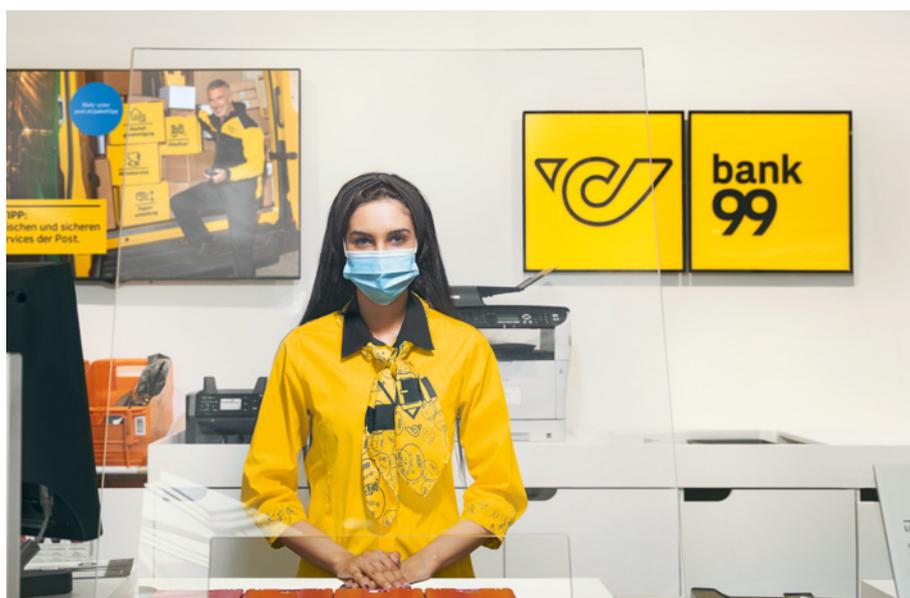
c Umfassende Gesundheits- und Hygienemaßnahmen seit Beginn von COVID-19

Mithilfe des professionellen Gesundheitsmanagements überwacht die Österreichische Post bereits seit Beginn des COVID-19 Ausbruchs die aktuellen Entwicklungen, trifft Vorsichtsmaßnahmen und evaluiert diese fortlaufend. Als besonders wichtig sehen wir dabei die umfassende Information unserer Mitarbeiter*innen zu korrekten Verhaltensweisen und Hygienemaßnahmen an, die durch unsere Präventivfachkräfte, Führungskräfte und interne Medien erfolgt. Zudem haben wir umfangreiche Maßnahmenpakete entwickelt, die sich am Ampelsystem der Bundesregierung orientieren und

über die wir gewährleisten können, dass der Geschäftsbetrieb so wenig wie möglich beeinträchtigt wird. Diese Maßnahmen wurden im Herbst 2020 in Form eines Präventionshandbuchs veröffentlicht, welches wichtige Informationen für alle Bereiche des Unternehmens umfasst.

Das allgemeine Präventionshandbuch stellt eine Zusammenfassung der wichtigsten Maßnahmen und Regelungen dar. Zusätzlich wurden ergänzende, fachbereichsspezifische Handbücher erstellt. Diese sollen den Führungskräften als Unterstützung dienen, um schnell auf sich ändernde Situationen, wie etwa sich rasch ändernde Fallzahlen, eingehen zu können.

Die vierfärbige Ampel ist ein Werkzeug zur regionalen Einschätzung der epidemischen Lage zu COVID-19. Die Ampelfarbe zeigt das Risiko an, z.B. bedeutet grüne Ampelfarbe geringes Risiko. Von der Ampelfarbe leiten sich sodann die vom jeweiligen bestehenden Risiko für die bestimmte Region einzuhaltenden Maßnahmen und Empfehlungen ab. Ziel ist, neuen Infektionen mit dem Coronavirus vorzubeugen. Den Festlegungen des Bundesministeriums im Corona-Ampelsystem folgend leiten sich somit auch die Verhaltensregelungen und Maßnahmen ab, die im Unternehmen verpflichtend einzuhalten sind. Mit jeder Ampelfarbe sind je Fachbereich unterschiedliche zusätzliche Maßnahmen verknüpft.



Alle Postfilialen wurden mit Plexiglastrennwänden und Bodenmarkierungen ausgestattet.

Arbeitssicherheit 2020

Anzahl der Arbeitssicherheitstrainings

~1.000

Anzahl Arbeitsstättenbegehungen & Anzahl Evaluierungen

~3.500

Maßnahmen in den Logistikzentren umfassen beispielsweise das verpflichtende Tragen eines Mund-Nasen-Schutzes, die Gestaltung des Schichtwechsels ohne direkten Kontakt der Mitarbeiter*innen, stichprobenartige Testungen von Mitarbeiter*innen und das Fiebermessen beim Betreten des Logistikzentrums. Um der sprachlichen Vielfalt unserer Mitarbeiter*innen gerecht zu werden, wurden wesentliche Informationen, wie z.B. typische COVID-19 Symptome, in die gängigsten Sprachen übersetzt.

Auch im Bereich der Zustellung haben wir zusätzliche Maßnahmen ergriffen, die abhängig von der Ampelfarbe anzuwenden sind. Dazu zählen die Einführung eines versetzten Dienstbeginns oder das verpflichtende Tragen eines Mund-Nasen-Schutzes beim Kontakt mit Kund*innen. Wenn Mindestabstände nicht eingehalten werden konnten, haben wir Trennwände in den Zustellbasen aufgestellt.

Im März 2020 wurde das Zustellgesetz dahingehend angepasst, dass behördliche Sendungen kontaktlos zuzustellen sind. In diesen Fällen konnten Zusteller*innen unsere Kund*innen (Empfänger*innen) über den Erhalt einer Behördensendung informieren und im Auftrag der Kund*innen (Empfänger*innen) unterschreiben. Diese Änderung auf kontaktlose Zustellung wurde auch bei anderen Produkten der Post (z.B. Einschreib- und Paketsendungen) umgesetzt. Die Änderung des Zustellgesetzes ist mit 30. Juni 2020 ausgelaufen. Seither werden sämtliche Sendungen wieder wie gewohnt und mit entsprechendem Sicherheitsabstand zugestellt. Ist es jedoch nicht möglich, den Sicherheitsabstand

einzuhalten, muss verpflichtend ein Mund-Nasen-Schutz getragen werden.

Auch in den Postfilialen ist das Tragen eines Mund-Nasen-Schutzes während aller Tätigkeiten vorgeschrieben. Zudem darf nur eine begrenzte Anzahl an Kund*innen gleichzeitig die jeweilige Filiale betreten. Alle Postfilialen wurden außerdem mit Plexiglastrennwänden und Bodenmarkierungen ausgestattet. Auch unsere Post Partner haben wir mit solchen Plexiglastrennwänden ausgestattet. Sensible Oberflächen wie Touchscreens in den Selbstbedienungszonen werden regelmäßig gereinigt bzw. desinfiziert.

Mitte März 2020 wurde die Möglichkeit geschaffen, dass rund 2.000 Mitarbeiter*innen weitgehend im Homeoffice arbeiten konnten, sodass die komplette Zusammenarbeit digital stattfand. Auch für die Unternehmenszentrale wurden die Schutzmaßnahmen abhängig vom Ampelsystem der Bundesregierung implementiert, sodass sich beispielsweise in der Unternehmenszentrale am Wiener Rochusmarkt bei roter Ampelfarbe maximal 20% der Mitarbeiter*innen gleichzeitig im Gebäude aufhalten dürfen. Meetings werden vorzugsweise digital durchgeführt. Im ganzen Gebäude gelten verkürzte Reinigungsintervalle. Zudem wurden zusätzliche Seifen- und Desinfektionsmittelspender zur Verfügung gestellt.

Die Handbücher, ergänzende Unterweisungen und Checklisten sollen unsere Führungskräfte im Arbeitsalltag bei der Einhaltung der Maßnahmen unterstützen. Darüber hinaus haben wir unseren Mitarbeiter*innen COVID-19 Schutzartikel, wie Mund-Nasen-Schutzmasken und Desinfektionsmittel etc., zur Verfügung gestellt.



Die Themen Arbeitssicherheit und Unfallschutz sind bei der Post fest verankert.

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, Arbeitsmediziner*innen, Sicherheitsvertrauenspersonen, die Belegschaftsvertretung sowie die Arbeitgeberin selbst gehören.

Im Jahr 2020 wurden bei der Österreichischen Post AG 15 regionale Arbeitsschutzausschusssitzungen für Arbeitsstätten mit mehr als 100 Mitarbeiter*innen bzw. 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 bei diesen Ausschusssitzungen Verbesserungsvorschläge erarbeitet und die Umsetzung von Maßnahmen besprochen. Beispielsweise wurden zur Minimierung der Mopedunfälle Fahrsicherheitstrainings durchgeführt oder Moped-Rayone auf Pkw-Rayone umgestellt. Unabhängig davon erfolgen in jeder Arbeitsstätte gemäß den gesetzlichen Vorgaben Beratungen seitens der Organe des Arbeitnehmer*innenschutzes. Somit wird die gesamte Belegschaft durch

den Arbeitnehmer*innenschutz – Sicherheitsfachkräfte sowie Arbeitsmediziner*innen – betreut.

Zum Thema Arbeitssicherheit und Unfallschutz gibt es neben den gesetzlichen Vorgaben unternehmensinterne Organisationsvorschriften, Betriebsanweisungen und Merkblätter.

In wesentlichen Belangen der Arbeitssicherheit und des Unfallschutzes wird die Belegschaftsvertretung miteinbezogen. Sie ist zudem in den genannten Arbeitsschutzausschüssen vertreten.

RISIKOMINIMIERUNG UND ARBEITSSCHUTZSCHULUNGEN

Die Post setzt darauf, das Bewusstsein der Mitarbeiter*innen für potenzielle Gefahren zu schärfen. Alle neuen Mitarbeiter*innen erhalten vor Arbeitsbeginn Unterweisungen und Schulungen zu Sicherheitsrisiken und Gefährdungspotenzialen. Diese Schulungen finden jährlich statt, um regelmäßig zu informieren und zu sensibilisieren. Ziel ist, dass Mitarbeiter*innen durch richtiges und eigenverantwortliches Verhalten Unfällen vorbeugen und damit sich selbst und auch Kolleg*innen schützen. Die Unterweisungen erfolgen durch Präventivfachkräfte, Führungskräfte oder Einhaltungs- und Durchführungsbeauftragte. Aufgrund von COVID-19 wurden die Schulungen im Jahr 2020 entweder im kleinen Rahmen oder im

Freien unter Einhaltung der Abstandsregelungen und mit Mund-Nasen-Schutz durchgeführt.

Um Hindernisse wie Sprachbarrieren abzubauen und die Inhalte deutlich zu vermitteln, gab es das Pilotprojekt „Post-Deutsch“ sowie unterstützende Plakate, Videofilme, Hinweisschilder und Piktogramme. Diese Maßnahmen konnten aufgrund von COVID-19 bedauerlicherweise nur eingeschränkt umgesetzt werden.

Durch regelmäßige Begehungen und Evaluierungen werden Gefahrenpotenziale identifiziert und neue Erkenntnisse erhoben. Bei Bedarf werden von Präventivfachkräften und Führungskräften gemeinsam ein Maßnahmenblatt und eine Risikobewertung mit den Arbeitnehmer*innenschutzrelevanten Gefährdungen erstellt. Danach werden für die Umsetzung korrekativer Maßnahmen verantwortliche Personen und Fristen festgelegt. Findet die Umsetzung der Maßnahmen nicht statt, greift das Kontrollsystem und die nächsthöhere Führungskraft wird verständigt. Zusätzlich wird die Leitung des Gesundheitsmanagements informiert. Ergänzend findet ein quartalsmäßiges Reporting an den für den Arbeitnehmer*innenschutz-Beauftragten der Post statt.

Weiters besteht für alle Mitarbeiter*innen die Möglichkeit, subjektiv wahrgenommene Gefahren an die Leitung des Gesundheitsmanagements bzw. eine Ombudsperson zu melden, die vertraulich behandelt werden.

KRANKENSTANDS- UND UNFALLSTATISTIK

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

Im Geschäftsjahr 2020 wurden 791 Arbeitsunfälle bei der Österreichischen Post AG erfasst. Sturz und Fall, Verkehrsunfälle und die Bedienung von Arbeitsmitteln sind die Hauptunfallursachen und gleichzeitig auch die größten Risikofaktoren für schwere Unfälle. Witterungsbedingte Straßenverhältnisse, Gehsteigkanten und Stufen führen häufig zu Sturz und Fall sowie zu Verkehrsunfällen. Bei der Unfallursache „Bedienung von Arbeitsmitteln“ spielt die Manipulation von Rollbehältern eine große Rolle. Nach einem Unfall werden die Ursachen erhoben, die Gefahren nachevaluert und entsprechende Gegenmaßnahmen festgelegt. Die verunfallte Person erhält eine Unterweisung. Bei schwereren Unfällen findet zusätzlich eine Unterweisung aller potenziell betroffenen Mitarbeiter*innen statt. Die Führungskräfte erhalten quartalsmäßig Informationen über die Anzahl der Unfälle und die häufigsten Unfallursachen. Für Dienststellen, an denen bestimmte Unfallursachen häufig auftreten oder ansteigen, werden gezielte Präventionsmaßnahmen erarbeitet und umgesetzt. Die Zuständigkeiten und Meldeabläufe von Unfällen sind im Detail in der Richtlinie

06/2018 „Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz“ geregelt. Im Jahr 2020 ereigneten sich 55 Dienstunfälle von Zeitarbeitskräften.

—  siehe Facts & Figures S. 129

Erweiterung unserer Verantwortung im Gesundheits- und Arbeitsschutz

Fremdpersonal und Zeitarbeitskräfte

Für das Eigen- und das Fremdpersonal sowie Zeitarbeitskräfte gelten dieselben hohen Standards bezüglich Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz. Zeitarbeitskräfte erhalten die gleichen Schutzausrüstungen und Unterweisungen wie unser eigenes Personal. Die Führungskräfte sind auch hier gefordert, die Einhaltung des Arbeitnehmer*innenschutzes zu überprüfen und sicherzustellen. Die Sicherheitsfachkräfte der Österreichischen Post AG verwenden bei ihren Arbeitsplatzevaluierungen dieselben Standards für eigene Mitarbeiter*innen wie für Fremdpersonal und Zeitarbeitskräfte.

Gesundheits- und Arbeitsschutz bei Konzernunternehmen

Die österreichischen Konzernunternehmen werden großteils von den Präventivfachkräften der Österreichischen Post betreut. Bei den Evaluierungen der Arbeitsplätze setzen diese dieselben Standards für eigene Mitarbeiter*innen und für jene der betreuten Konzernunternehmen an. Zudem besteht die Möglichkeit, an den Gesundheitsprogrammen der Post teilzunehmen. Österreichischen Konzernunternehmen, die von externen Präventivfachkräften betreut werden, wurden jedoch jedenfalls unsere Unterlagen und Schutzausrüstung zum Thema COVID-19 zur Verfügung gestellt.

Digitale Verantwortung

GRI 103-1, 103-2

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 Kund*innen- und Unternehmensdaten wie auch die Integrität und Verfügbarkeit der von der Post betriebenen IT-Systeme zu gewährleisten.

Datenschutz

Zur Umsetzung der Anforderungen aus der EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO), die seit 25. Mai 2018 europaweit in Kraft ist, hat die Post in den letzten

Jahren diverse Maßnahmen gesetzt. Es wurden neue Prozesse aufgesetzt und bestehende an die neue Rechtslage angepasst. Es wurden verschiedene Richtlinien zu datenschutzspezifischen Themenstellungen erstellt und an alle Mitarbeiter*innen kommuniziert.

Auch die konzernweite Sensibilisierung der Mitarbeiter*innen zu den Themen Datenschutz und Datensicherheit spielt eine große Rolle. Zudem wurde das bestehende Datenschutz-Managementsystem weiterentwickelt und neben dem Datenschutzrechtsteam ein Datenschutzzentrum etabliert, welches die Umsetzung der datenschutzrechtlichen Anforderungen in der Post AG überwacht und vorantreibt. Das Datenschutzzentrum ist in drei Säulen untergliedert: Datenschutz-Compliance (fachliche Führung der Datenschutzmanager*innen der Post AG, Produktprüfungen, Weiterentwicklung von Richtlinien und Schulungskonzept, Schnittstelle zu Konzern-/ bzw. Datenschutzbeauftragten, Koordination des Data-Breach-Prozesses), Datenschutz-Prozessmanagement (Prozessunterstützung und -weiterentwicklung, Projektkoordination) und Datenschutz-Operations (Abwicklung von Betroffenenrechten).

Die Datenschutzorganisation besteht damit aus dem Datenschutzrechtsteam, dem Datenschutzzentrum sowie den Datenschutzbeauftragten und den Datenschutzmanager*innen (Beratung der Business-Einheiten, Führung der Verarbeitungsverzeichnisse) in den Fachbereichen der Post und in Konzernunternehmen.

Zur kontinuierlichen Fortbildung der Datenschutzorganisation werden laufend Informationsveranstaltungen zu aktuellen Entwicklungen im Datenschutz und in der relevanten Rechtsprechung abgehalten sowie Schulungsmaßnahmen getroffen. 2020 fand, in Kooperation mit unabhängigen Einrichtungen, eine Weiterbildung statt, die mit einer Datenschutz-Zertifizierung der Teilnehmer*innen abgeschlossen wurde. Somit verfügen alle Datenschutzmanager*innen der Post AG über ein gültiges Zertifikat als „Datenschutzbeauftragte*r“.

Trotz der Implementierung von internen Prozessen und Vorsichtsmaßnahmen zum Thema Datenschutz hat die Datenschutzbehörde im Jahr 2019 die Verarbeitung der statistisch errechneten Marketingklassifikationen „Parteiaffinitäten“ unter anderem als rechtswidrig erkannt, weil sie diese – entgegen der Rechtsauffassung der Post – als personenbezogene, sensible Daten qualifiziert, und eine Verwaltungsstrafe in Höhe von 18 Mio EUR verhängt. Über die Verhängung dieser Strafe ist noch nicht final entschieden worden.

Im Jahr 2020 leitete die Datenschutzbehörde ein weiteres Verwaltungsstrafverfahren ein, in welchem der Post ein ungenügendes

Datenschutz-Compliance-System und eine systematische Verletzung von Betroffenenrechten vorgeworfen wird; die Post bestreitet dies. Die unterschiedlichen Rechtsansichten der Datenschutzbehörde und der Post sind primär auf offene Rechtsfragen zurückzuführen, die noch einer abschließenden Beantwortung durch die oberinstanzlichen Behörden zugeführt werden müssen.

Auch in Zukunft wird die Post ihre Datenschutzorganisation weiterentwickeln. So ist geplant, die Automatisierung von Datenschutzprozessen nochmals zu erhöhen, um eine qualitativ hochwertige und effiziente Bearbeitung sicherzustellen.

Daten-, IT- und Cybersicherheit

Die fortgeschrittene Digitalisierung steigert die Abhängigkeit der Betriebssicherung von IT-Systemen. Aus diesem Grund wurde der Fokus auf IT- und Datensicherheit 2020 intensiviert und zusätzlich zum Datenschutzzentrum eine Abteilung in der Konzern-IT etabliert, die sich diesen Themen in technischer Hinsicht widmet. Das Ziel ist eine gesamtheitliche und nachhaltige Entwicklung der IT-, Daten- und Cybersicherheit der Österreichischen Post AG und in weiterer Folge ihrer Konzernunternehmen.

Es werden zwei Kompetenzen vereint. Zum einen die Richtlinienkompetenz im Hinblick auf Informationssicherheitsmanagement und IT-Sicherheit, die konzernweite Standards festlegt. Informationssicherheitsmanager*innen in den Töchtern des Post-Konzerns tragen die Verantwortung für deren technische und organisatorische Implementierung. Die Vorgaben sind an der ISO 27001 angelehnt. Die Weiterentwicklung der IT-Sicherheit stellt eines der wesentlichen Projekte der nächsten Jahre im Rahmen des IT-Strategie-Programms IT@Post dar. Zum anderen wurde für die Österreichische Post AG abgeleitet von den konzernweiten Standards ein Maßnahmenprogramm für die nachhaltige Entwicklung der IT-Sicherheitsmaßnahmen eingeleitet. Im Rahmen des Programms werden vorhandene Sicherheitssysteme und -prozesse modernisiert und neue eingeführt. Es werden sowohl technische Komponenten zur Prävention, Detektion und Reaktion von IT-Sicherheitsvorfällen als auch organisatorische Maßnahmen zur Kontrolle und Sensibilisierung berücksichtigt. Für den aufgrund der Corona-Pandemie notwendig gewordenen verstärkten Einsatz des Homeoffice wurden weitere technische Maßnahmen zur Absicherung der Endgeräte gesetzt und die User*innen über Cybersicherheitsmaßnahmen informiert.

Gesellschaftlicher Dialog & Kooperationen

GRU 103-1, 103-2

Die Österreichische Post ist eines der Leitunternehmen in Österreich und stark in der Gesellschaft verwurzelt. Als Teil des öffentlichen Lebens stehen wir kontinuierlich im Austausch mit unseren Stakeholdern.

■  siehe Stakeholder Management, S. 44

Wir sehen es als unsere gesellschaftliche Verantwortung, uns auch für diejenigen einzusetzen, die benachteiligt sind und besondere Unterstützung benötigen. Deswegen übernehmen wir im Rahmen unserer Möglichkeiten Verantwortung dort, wo wir wirtschaftlich tätig sind und wo Hilfe benötigt wird. Kernbereiche unseres Engagements sind „Bildung und Aufklärungsarbeit“, „Kunst und Kultur“, „Umwelt“ sowie der Einsatz für das Wohl der Allgemeinheit. Diese Aufgaben nehmen wir sehr ernst und verknüpfen sie sinnvoll mit unserer Kernkompetenz: Wir nutzen die flächendeckende Zustellung von Sendungen und unser österreichweites Vertriebsnetz für soziale Zwecke. Dabei setzen wir auch auf starke Partner*innen, die mit ihrer Erfahrung vor Ort wirkungsvolle Hilfe leisten können.

Konstruktiver Dialog

Als österreichischer Leitbetrieb ist es der Post wichtig, in Dialog mit ihren Stakeholdern zu treten und sich dabei auf zahlreichen Wegen für eine nachhaltige Entwicklung einzusetzen.

■  siehe Stakeholder Management, S. 44

Vertreter*innen der Post leisten beispielsweise im Rahmen der Österreichischen Beteiligungs AG (ÖBAG) Sustainability-Workshops im Council für nachhaltige Logistik sowie auch im Projekt 1,5°-Wirtschaft einen wichtigen Beitrag im Austausch mit anderen Unternehmen. Ziel des Engagements ist es, Verantwortung gegenüber der Umwelt und für die Zukunft der Gesellschaft zu übernehmen.

FÖRDERUNG DER BILDUNGS- UND AUFKLÄRUNGSARBEIT

Ein weiterer Schwerpunkt, dem sich die Post verschrieben hat, ist die Förderung von Lesen und Schreiben.

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 Schüler*innen gleichzeitig das Postwesen näherbringen sollen.

Außerdem unterstützen wir den Verein Ohrenschaus, der das Schreiben von Erfahrungsberichten, Gedichten und Prosatexten von Menschen mit Lernbehinderung und Schreibtalent fördert. Darüber hinaus sind wir bei der großen Buch- und Leseförderungsaktion „Eine STADT. Ein BUCH.“ der Stadt Wien als Partnerin vertreten.

Unterschiedliche Kooperationen, ein Ziel: Engagement für Österreichs Gesellschaft

UNTERSTÜTZUNG BENACHTEILIGTER DURCH SPENDEN

Die Österreichische Post engagiert sich schon seit vielen Jahren für sozial benachteiligte Menschen. 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. Verbraucher*innen 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 an die Caritas. Insgesamt konnten Spenden in Höhe von 500.000 EUR gesammelt und damit Menschen in schwierigen Lebenssituationen unterstützt werden.

Gemeinsam mit dem Samariterbund sorgen wir mit der Aktion „Pakete fürs Christkind“ jedes Jahr dafür, dass auch bedürftige Kinder in Österreich ein Weihnachtsgeschenk bekommen. Alle Österreicher*innen können Pakete mit Geschenken befüllen und mit #TeamChristkind kennzeichnen. Nach der Gratis-Abgabe werden diese an die Sammelstellen des Samariterbundes geschickt. Haupt- und ehrenamtliche Samariter verteilen die Pakete persönlich an Kinder in benachteiligten Familien und in sozialen Einrichtungen. Österreichweit sind 2020 rund 20.000 Pakete verteilt worden.

C Im Rahmen der COVID-19 Pandemie hat die Post eine Sondermarke aus Klopapier auf den Markt gebracht. Mit der Corona-Briefmarke will die Post nicht nur dieses außergewöhnliche Jahr in Erinnerung halten, sondern auch jene unterstützen, die diese Krise besonders hart getroffen hat. Der Zuschlag in der Höhe von 2,75 EUR pro Marke kommt karitativen Zwecken zugute: Je ein Drittel der Einnahmen geht an den Corona-Nothilfefonds von Caritas und Kronen Zeitung, an UNICEF Österreich und an Projekte von „Licht ins Dunkel“.

ZEICHEN SETZEN GEGEN GEWALT UND FÜR MEHR INKLUSION

Wir wollen Zeichen setzen, soziale Verantwortung übernehmen und Bewusstsein in der Gesellschaft

schaffen. Dafür unterstützen wir im Berichtsjahr bereits zum dritten Mal die UN-Kampagne „Orange the World“ gegen Gewalt an Frauen, indem die Fassade unserer Unternehmenszentrale orange beleuchtet wurde. Die globale Kampagne „Purple Light Up“ will mehr Bewusstsein für Menschen mit Behinderung wecken. Im Dezember leuchtete die Fassade der Post am Rochus violett, um ein gut sichtbares Zeichen für Inklusion zu setzen.

AKTIVER EINSATZ FÜR KUNST UND KULTUR

Neben den sozialen Bemühungen unterstützt die Post auch Kunst- und Kultureinrichtungen. Wir sind aktive Unterstützerin des Leopold Museums in Wien. Zudem bieten wir in unserer Unternehmenszentrale am Rochusmarkt jungen wie auch etablierten Künstler*innen Raum, ihre Werke zu präsentieren.

Mit den sogenannten „Post-Kulturvereinen“ fördern wir zudem sieben Post-Musikkapellen und zwei Post-Chöre mit rund 400 Mitgliedern. Viele sind Mitarbeiter*innen der Post, aber auch andere Musikbegeisterte können mitmachen. Denn gemeinsames Musizieren sorgt für gute Stimmung und stärkt das Gemeinschaftsgefühl – nicht nur unter Arbeitskolleg*innen. Gemeinsam mit dem Verein post.sozial werden die Post-Kulturvereine finanziell unterstützt, etwa bei der Anschaffung von Instrumenten und Uniformen.

KOOPERATION FÜR DEN ERHALT DER UMWELT

Als grüne Logistikerin setzt sich die Post auch über ihr Kerngeschäft hinaus aktiv für die Umwelt ein. Wir sind seit 2019 Kooperationspartnerin des UNESCO-Weltnaturerbes Wildnisgebiet Dürrenstein. Mehr als 400 ha des Schutzgebietes sind seit der letzten Eiszeit vom Menschen niemals forstlich genutzt worden und stellen heute den größten Urwald in Österreich dar. Das Wildnisgebiet ist ein wichtiger Baustein, um die seltenen Ökosysteme Österreichs mit ihren Tier-, Pflanzen- und Pilzarten dauerhaft zu sichern.

Auch auf internationaler Ebene ist die Post zweifach namhaften Initiativen beigetreten, um sich zum aktiven Klimaschutz zu bekennen. Bei beiden Initiativen ist mit dem Beitritt auch eine eigene Zielsetzung für das Unternehmen zum Klimaschutz notwendig:

- Science Based Targets Initiative: Die Post ist der Initiative bereits 2017 als zweites österreichisches Unternehmen beigetreten und hat sich im Rahmen dessen ein wissenschaftlich anerkanntes Klimaziel zur Eindämmung der Erderwärmung auf 2 °C gesetzt. Im Jahr 2021 plant die Post sogar ein noch ambitionierteres Ziel, um zur Reduktion der Erderwärmung auf 1,5 °C beizutragen. Mehr dazu im Kapitel Umwelt & Klima ab S. 81
- EV100 von der Climate Group: Bei der Initiative steht die Förderung der Elektromobilität bis 2030 im Vordergrund. Das dazugehörige Ziel der Post lautet 100% Einsatz von Elektromobilität oder anderen alternativen Antriebsformen in der Zustellung bis 2030. Mehr dazu im Kapitel Umwelt & Klima ab S. 81

Bei unserem Upcycling-Projekt „Re:Post“ (siehe S. 93) gestalteten Studierende neue Entwürfe aus alten Post-Uniformen. Die Denkanstöße, die sich daraus ergeben haben, wollen wir in Zusammenarbeit mit Werkstätten, die sich um die Beschäftigung von Menschen mit Unterstützungsbedarf bemühen, zur Serienreife bringen.

WEITERE INFORMATIONEN —

- 123** PRINZIPIEN DER BERICHTERSTATTUNG
- 125** FACTS & FIGURES
- 137** GRI-INDEX
- 149** GLOSSAR
- 150** BERICHT ÜBER DIE UNABHÄNGIGE PRÜFUNG
- 152** KONTAKT & IMPRESSUM

**#
IMMER
EINE
LÖSUNG
LIEFERN**

UNSERE STÄRKE ist unsere Diversität.
Wir sind überzeugt, dass vielfältige
Teams innovativer, agiler und
wirtschaftlich erfolgreicher arbeiten.
Davon profitieren wir als Post in
unserem Angebot der Lösungen.
Mehr dazu auf Seite 111

PRINZIPIEN DER BERICHTERSTATTUNG

GRI 102-46

Der Nachhaltigkeitsbericht zeigt, wie die Post ihre Verantwortung gegenüber der Umwelt, den Mitarbeiter*innen 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 2020 und schließt damit lückenlos an den Nachhaltigkeitsbericht 2019 an, der im Jahr 2020 veröffentlicht wurde. Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards: Option „Kern“ erstellt.

Mit dem Inkrafttreten des 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 Arbeitnehmer*innenbelange ergänzt und auf den gesamten Konzern erweitert. Der gesetzlich verpflichtende Nichtfinanzielle Bericht 2020 ist im Geschäftsbericht 2020 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 (82%) und die höchste Mitarbeiter*innenanzahl (76%) des gesamten Konzerns vorweist, sind deren Auswirkungen als wesentlicher anzusehen. Die Datenbasis und -qualität der Konzernunternehmen wird kontinuierlich ausgeweitet und verbessert.

GRI 102-48

Die Erhebungssystematik wurde im Jahr 2020 durch die Erweiterung der Berichtsgrenzen auf die vollkonsolidierten Konzernunternehmen ausgeweitet. 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 2020. 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 Logistikdienstleisterin 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*innen (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. Seit dem 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, bank99, EMD, Post E-Commerce, Scanpoint und sendhybrid im Straßen-transport werden in der Organisationseinheit Konzernfahrpark 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*innen Brief“, kommen aus Datenbanken, wobei zwischen den Bereichen Distribution und Transportlogistik unterschieden wird. Die Daten für „externe Frächter*innen Paket – Zustellfrächter*innen“ werden mittels Verhältnisrechnung bestimmt. Dabei wird die Paketzustellmenge der Zustellfrächter*innen 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 Zustellfrächter*innen.

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 Lieferant*innen – Grünstrom aus Österreich. Für den restlichen Strom aus unbekanntem Quellen wird der Österreich-Mix aus der Datenbank des österreichischen Umweltbundesamtes 2020 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 2020 ist geprägt von sinkendem Brief- (-7%) und steigendem Paketumsatz (+44%). Das starke Paketmengenwachstum (+30%) wird getragen durch die Partnerschaft der Österreichischen Post mit der Deutschen Post DHL und durch das hohe organische Wachstum im Paketbereich mit Zusatzimpulsen durch COVID-19 bedingte Lockdown-Situationen. Die Analyse der finanziellen und nichtfinanziellen Kennzahlen spiegelt dies deutlich wider. Die Auswirkung dieser Entwicklungen konnte im Bereich der finanziellen Kennzahlen (Umsatz und Ergebnis) wie prognostiziert stabil gehalten werden. Aufgrund der Veränderungen in der Leistungserbringung (Anstieg Paketmenge und somit Kilometerleistung sowie individualisierte Zustellservices

hinsichtlich Zeit und Ort im Privatkundenbereich) gibt es dadurch jedoch Auswirkungen auf die nichtfinanziellen Kennzahlen im Bereich Mitarbeiter*innen, Gesellschaft und Umwelt.

Die Datenerfassung im Konsolidierungskreis des Konzerns wurde 2020 im Bereich der Mitarbeiter*innen-kennzahlen durch Berücksichtigung der Aras Kargo a.s. ausgeweitet. Deshalb sind die nichtfinanziellen Kennzahlen auf Konzernebene nicht direkt mit dem Vorjahr vergleichbar. An einer weiteren Harmonisierung wird gearbeitet, um zukünftig eine bessere Vergleichbarkeit der Kennzahlen auf Konzernebene zu ermöglichen. In weiterer Folge werden daher Veränderungen jeweils für die Österreichische Post AG kommentiert.

Kennzahlen aus dem Bereich Mitarbeiter*innen

Mitarbeiter*innen

 102-8, 102-41,  8

Das Jahr 2020 war für die Österreichische Post eine große Herausforderung. Im Umfeld der COVID-19 Pandemie galt und gilt es, für die Sicherheit und Gesundheit der Mitarbeiter*innen zu sorgen und gleichzeitig die Leistungsfähigkeit des Unternehmens aufrechtzuerhalten. Die Österreichische Post gilt als kritische Infrastruktur für die Aufrechterhaltung des Alltags und ist gemeinsam mit anderen Unternehmen für eine geregelte Versorgung der Menschen im Land verantwortlich. Trotz der Einschränkungen wurde und wird die österreichische Bevölkerung weiter versorgt. Durch die Corona-Krise und die Lockdowns kam es außerdem zu einem E-Commerce-Boom und einem rasanten Anstieg der Paketmengen. Um weiterhin alle Sendungen schnell, sicher und zuverlässig zuzustellen, wurden in allen Bereichen Kapazitäten erhöht. Daher ist trotz der COVID-19 Krise

auch die Anzahl der Mitarbeiter*innen im Unternehmen gestiegen. Des Weiteren gab es keine Form der Kurzarbeit. Die Post war und ist bestrebt, die Beschäftigung und Auslastung hoch zu halten.

Die Belegschaft der Österreichischen Post AG bestand im Jahr 2020 aus durchschnittlich 17.465 Personen (Jahresmittelwert; Vollzeitäquivalente). Von diesen waren im Berichtsjahr 4.858 beamtet, 12.465 in einem Angestelltendienstverhältnis und 143 als Aushilfs- bzw. Urlaubersatzkräfte gemäß ABGB tätig.

Alle Mitarbeiter*innen (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		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
MITARBEITER*INNEN GESAMT (VZK²)	17.406	17.205	17.465	20.545	20.338	22.966
davon Frauen	5.264	5.347	5.459	6.481	6.517	6.977
davon Frauen (VZK in %)	30,2	31,1	31,3	31,5	32,0	30,4
davon Männer	12.142	11.859	12.007	14.064	13.821	15.989
davon Männer (VZK in %)	69,8	68,9	68,7	68,5	68,0	69,6
BEAMTETE MITARBEITER*INNEN (VZK)³	6.315	5.410	4.858	n. a.	n. a.	n. a.
davon Frauen	921	760	666	n. a.	n. a.	n. a.
davon Männer	5.394	4.650	4.192	n. a.	n. a.	n. a.
MITARBEITER*INNEN IM ANGESTELLTENDIENSTVERHÄLTNIS (VZK)	10.914	11.628	12.465	n. a.	n. a.	n. a.
davon Frauen	4.265	4.517	4.725	n. a.	n. a.	n. a.
davon Männer	6.649	7.111	7.740	n. a.	n. a.	n. a.
MITARBEITER*INNEN NACH ABGB (VZK)^{3,4}	178	168	143	n. a.	n. a.	n. a.
davon Frauen	78	70	68	n. a.	n. a.	n. a.
davon Männer	99	98	75	n. a.	n. a.	n. a.
MITARBEITER*INNEN VOLLZEIT (PERSONEN)	15.324	15.139	15.279	18.228	18.029	20.580
davon Frauen	3.753	3.861	3.964	n. a.	n. a.	n. a.
davon Frauen (in %)	24,5	25,5	25,9	n. a.	n. a.	n. a.
davon Männer	11.571	11.278	11.314	n. a.	n. a.	n. a.
davon Männer (in %)	75,5	74,5	74,1	n. a.	n. a.	n. a.
MITARBEITER*INNEN TEILZEIT (PERSONEN)	3.600	3.615	3.817	3.951	3.934	4.167
davon Frauen	2.652	2.626	2.646	n. a.	n. a.	n. a.
davon Frauen (in %)	73,7	72,6	69,3	n. a.	n. a.	n. a.
davon Männer	948	989	1.171	n. a.	n. a.	n. a.
davon Männer (in %)	26,3	27,4	30,7	n. a.	n. a.	n. a.
DURCHSCHNITTLICHE BETRIEBSZUGEHÖRIGKEIT BEAMTETE MITARBEITER*INNEN (JAHRE)	34	34	35	n. a.	n. a.	n. a.
DURCHSCHNITTLICHE BETRIEBSZUGEHÖRIGKEIT MITARBEITER*INNEN IM ANGESTELLTEN- DIENSTVERHÄLTNIS (JAHRE)	10	9	9	n. a.	n. a.	n. a.
Zeitarbeitskräfte (VZK)	389	575	581	n. a.	n. a.	n. a.

¹ Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern berücksichtigt. Die Datenerfassung im Konsolidierungskreis des Konzerns wurde 2020 ausgeweitet. Deshalb sind die nichtfinanziellen Kennzahlen auf Konzernebene nicht direkt mit dem Vorjahr vergleichbar.

² VZK = Vollzeitkräfte

³ Sie unterliegen aufgrund einer Bestimmung im Poststrukturgesetz (§ 19 Abs. 5 PTSG) nicht dem Kollektivvertrag.

⁴ Alle beamteten Mitarbeiter*innen sind unbefristet angestellt. Mitarbeiter*innen im angestellten Dienstverhältnis sind überwiegend unbefristet tätig. 2020 waren davon 367 VZK befristet (inkludiert Mitarbeiter*innen, die sich in der Probezeit befinden und danach in ein unbefristetes Arbeitsverhältnis übergehen). Mitarbeiter*innen nach ABGB sind grundsätzlich befristet tätig.

Fluktuation

GRI 102-48, 401-1

Die Fluktuation bei der Österreichischen Post AG lag 2020 bei 11,6%. Der Hauptgrund für den Rückgang im Vergleich zum Vorjahr ist der geringere Abgang von Mitarbeiter*innen in der Altersklasse ab 51 Jahren. In den Vorjahren hatten mehr Mitarbeiter*innen

mit Beamtendienstverhältnis eine § 14-Pensionierung in Anspruch genommen. Auch bei den neu eintretenden Mitarbeiter*innen unter dem sogenannten Kollektivvertrag-Neu hat sich eine leichte Verbesserung gezeigt.

	Österreichische Post AG			Post-Konzern ¹		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
FLUKTUATION (ABGÄNGE ABSOLUT)²	2.548	2.910	2.189	3.280	3.652	2.910
davon Frauen	918	1.081	904	1.211	1.320	1.136
davon Männer	1.630	1.829	1.285	2.069	2.332	1.774
nach Altersgruppen						
unter 30 Jahren	735	855	823	969	1.123	1.071
30–50 Jahre	789	922	795	1.130	1.317	1.166
ab 51 Jahren	1.024	1.133	571	1.181	1.212	673
FLUKTUATION (ABGÄNGE IN %)^{2, 3}	13,6	15,5	11,6	14,8	16,6	11,8
davon Frauen	36,0	37,1	41,3	36,9	36,1	39,0
davon Männer	64,0	62,9	58,7	63,1	63,9	61,0
nach Altersgruppen						
unter 30 Jahren	28,8	29,4	37,6	29,5	30,8	36,8
30–50 Jahre	31,0	31,7	36,3	34,5	36,1	40,1
ab 51 Jahren	40,2	38,9	26,1	36,0	33,2	23,1
ZUGÄNGE (ABSOLUT)²	2.698	2.733	n. a.⁴	n. a.	n. a.	n. a.
davon Frauen	1.199	1.171	n. a. ⁴	n. a.	n. a.	n. a.
davon Männer	1.499	1.562	n. a. ⁴	n. a.	n. a.	n. a.
nach Altersgruppen						
unter 30 Jahren	1.468	1.466	n. a. ⁴	n. a.	n. a.	n. a.
30–50 Jahre	1.140	1.182	n. a. ⁴	n. a.	n. a.	n. a.
ab 51 Jahren	90	85	n. a. ⁴	n. a.	n. a.	n. a.
ZUGÄNGE (IN %)^{2, 3}	14,4	14,7	n. a.⁴	n. a.	n. a.	n. a.
davon Frauen	44,4	42,9	n. a. ⁴	n. a.	n. a.	n. a.
davon Männer	55,6	57,2	n. a. ⁴	n. a.	n. a.	n. a.
nach Altersgruppen						
unter 30 Jahren	54,4	53,6	n. a. ⁴	n. a.	n. a.	n. a.
30–50 Jahre	42,3	43,2	n. a. ⁴	n. a.	n. a.	n. a.
ab 51 Jahren	3,3	3,1	n. a. ⁴	n. a.	n. a.	n. a.

¹ Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern berücksichtigt. Die Datenerfassung im Konsolidierungskreis des Konzerns wurde 2020 ausgeweitet. Deshalb sind die nicht-finanziellen Kennzahlen auf Konzernebene nicht direkt mit dem Vorjahr vergleichbar.

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

³ Abgänge/Zugänge in Relation zu Periodendurchschnitt Mitarbeiter*innen (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.

Die Frauenquote im Unternehmen lag im Jahr 2020 bei 31,3%. Begleitet wurde dies durch einen Rückgang bei den Teilzeit- und einen Anstieg bei den Vollzeitdienstverhältnissen von Mitarbeiterinnen.

Die Anzahl der Mitarbeiter*innen in leitenden Positionen der Österreichischen Post AG ist im Berichtsjahr 2020 im Vergleich zum Vorjahr aufgrund von Umstrukturierungen insgesamt leicht gesunken.

Die Kennzahl „Frauen in leitenden Positionen“ ist im Berichtsjahr auf Basis von Vollzeitäquivalenten minimal gesunken. Zahlreiche Maßnahmen zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie sowie entsprechende

Karrieremöglichkeiten unterstützen Mitarbeiter*innen in ihrem beruflichen Erfolg. Zudem wird mit dem Gender-Balance-Projekt Elly mit gezielten Maßnahmen der nötige Kultur- und Strukturwandel im Unternehmen gefördert, um in den nächsten Jahren sukzessive ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis in allen Bereichen und Führungspositionen zu erreichen.

Das Thema Frauenförderung ist der Post wichtig und wird daher separat im Gender-Balance-Projekt Elly gesteuert. Der diesem Projekt zugrunde liegende Indikator der Frauen in Managementpositionen hat sich leicht verbessert.

	Österreichische Post AG			Post-Konzern ¹		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
MITARBEITER*INNEN MIT BEHINDERUNG	1.207	1.161	1.136	n. a.	n. a.	n. a.
MITARBEITER*INNEN (VZK²) NACH ALTERSKLASSEN	17.406	17.205	17.465	20.545	20.338	22.966
unter 30 Jahren	2.731	2.956	3.174	3.396	3.667	4.511
30–50 Jahre	7.535	7.437	7.542	9.377	9.247	10.871
ab 51 Jahren	7.139	6.813	6.750	7.772	7.424	7.584
MITARBEITER*INNEN NACH ALTERSKLASSEN IN %						
unter 30 Jahren	15,7	17,2	18,2	16,5	18,0	19,6
30–50 Jahre	43,3	43,2	43,2	45,6	45,5	47,3
ab 51 Jahren	41,0	39,6	38,6	37,8	36,5	33,0
MITARBEITER*INNEN IN LEITENDEN POSITIONEN (VZK)^{3,4}	778	725	664	972	916	912
davon Frauen	186	178	162	245	234	233
davon Männer	591	546	502	727	682	679
nach Altersgruppen						
unter 30 Jahren	19	20	21	24	33	32
30–50 Jahre	363	341	308	513	490	508
ab 51 Jahren	395	364	335	435	393	372
MITARBEITER*INNEN IN LEITENDEN POSITIONEN IN %^{3,4}	4,5	4,2	3,8	4,7	4,5	4,0
davon Frauen ⁵	24,0	24,6	24,4	25,2	25,6	25,6
davon Männer	76,0	75,4	75,6	74,8	74,4	74,4
nach Altersgruppen						
unter 30 Jahren	2,5	2,7	3,2	2,5	3,5	3,5
30–50 Jahre	46,7	47,1	46,4	52,8	53,5	55,8
ab 51 Jahren	50,9	50,2	50,4	44,8	42,9	40,8

¹ Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern berücksichtigt. Die Datenerfassung im Konsolidierungskreis des Konzerns wurde 2020 ausgeweitet. Deshalb sind die nichtfinanziellen Kennzahlen auf Konzernebene nicht direkt mit dem Vorjahr vergleichbar.

² VZK = Vollzeitkräfte

³ Vorstände, strategischer Führungskreis („Direct Reports“ der Vorstände), operativer Führungskreis („Direct Reports“ des strategischen Führungskreises oder Schlüsselkräfte), erweiterter Führungskreis und Führungskonferenz (Mitarbeiter*innen der Berichtsebene 2–5, die mindestens drei Mitarbeiter*innen führen) sowie alle Leitungsfunktionen, die mindestens drei Mitarbeiter*innen führen

⁴ In den Kennzahlen 2019 ist die Tochtergesellschaft Post.Wertlogistik GmbH nicht enthalten.

⁵ Die Frauenquote in Führungspositionen gemäß Definition des Gender-Balance-Projekts Elly ist von 33,1% im Jahr 2019 auf 34,6% im Berichtsjahr 2020 gestiegen. In den Kennzahlen des Gender-Balance-Projekts Elly werden zur Steuerung von Maßnahmen ausschließlich Mitarbeiter*innen der Post (exkl. Konzernunternehmen) berücksichtigt. Es werden jene Abrechnungseinheiten ausgenommen, die nicht im Projektumfang inkludiert sind. Dies betrifft vorwiegend den Post-Arbeitsmarkt, die Personalvertretung und die Vorstände inkl. deren Assistenzfunktionen. Die Kennzahlen sind in Köpfen zum 31.12. berechnet. Langfristig abwesende Mitarbeiter*innen werden berücksichtigt. Definition Führungsposition im Kontext Projekt Elly: Mitarbeiter*innen der Berichtsebene 2–5, inkl. Mitarbeiter*innen weiterer Leitungsfunktionen und unabhängig von der Anzahl der geführten Mitarbeiter*innen.

Krankenstand und Unfälle

GRI 403-9, SDG 3, 8

Die Krankenstandsquote der Österreichischen Post AG ist im Jahr 2020 trotz der COVID-19 Pandemie gesunken, ebenso wie die Ausfalltage pro Krankenstand.

In den Vorjahren hatten mehr Mitarbeiter*innen mit Beamtendienstverhältnis eine §14-Pensionierung in Anspruch genommen, daher kam es auch zu einem Rückgang der Krankenstandsquote im Jahr 2020.

Die Anzahl der Arbeitsunfälle hat sich von 2019 auf 2020 geringfügig erhöht. Im Geschäftsjahr 2020

wurden 791 Arbeitsunfälle bei der Österreichischen Post AG erfasst. Sturz und Fall, Verkehrsunfälle sowie die Bedienung von Arbeitsmitteln zählen zu den Hauptunfallursachen. Dies vor dem Hintergrund, dass im Geschäftsjahr eine enorme Mehrmenge an Paketen (Steigerung um 30% auf 166 Mio Pakete) transportiert wurde. Damit einher ging auch eine Erhöhung der zurückgelegten Kilometer.

	Österreichische Post AG			Post-Konzern ¹		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
KRANKENSTANDSQUOTE MITARBEITER*INNEN (VZK² IN %)	10,6	9,0	7,6	9,7	8,5	6,8
davon Frauen (in %)	27,3	30,2	31,4	n. a.	n. a.	n. a.
davon Männer (in %)	72,7	69,8	68,6	n. a.	n. a.	n. a.
AUSFALLTAGE PRO KRANKENSTAND (ARBEITSTAGE)	11,6	9,7	9,5	n. a.	n. a.	n. a.
davon Frauen	9,0	8,0	8,3	n. a.	n. a.	n. a.
davon Männer	13,2	10,7	10,2	n. a.	n. a.	n. a.
ANZAHL DER ARBEITSUNFÄLLE³	718	784	791	809	851	917
davon Frauen	292	310	314	n. a.	n. a.	n. a.
davon Männer	426	474	477	n. a.	n. a.	n. a.
davon schwere Unfälle ⁴	8	14	3	n. a.	n. a.	n. a.
davon Frauen	2	2	1	n. a.	n. a.	n. a.
davon Männer	6	12	2	n. a.	n. a.	n. a.
davon tödliche Unfälle	0	0	0	3	0	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}	26	28	27	n. a.	n. a.	n. a.
UNFALLHÄUFIGKEIT FÜR SCHWERE UNFÄLLE^{3, 4, 5}	0,3	0,5	0,1	n. a.	n. a.	n. a.

¹ Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern berücksichtigt. Die Datenerfassung im Konsolidierungskreis des Konzerns wurde 2020 ausgeweitet. Deshalb sind die nichtfinanziellen Kennzahlen auf Konzernebene nicht direkt mit dem Vorjahr vergleichbar.

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

Im Jahr 2020 fanden aufgrund der COVID-19 Pandemie mehr Online-Trainings und weniger Präsenz-Trainings bei der Österreichischen Post AG statt. Ab dem Jahr 2020 haben wir verstärkt E-Learnings in unsere Schulungsprogramme inkludiert. Dies ist der Hauptgrund für die gestiegenen Seminar- sowie

Teilnehmer*innenzahlen und gleichzeitig niedrigeren Personenstunden. Diese Entwicklung ist darauf zurückzuführen, dass mit E-Learnings mehr Mitarbeiter*innen erreicht werden können und die Dauer von Seminaren kürzer ausfällt.

	Österreichische Post AG			Post-Konzern ¹		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
ANZAHL DER SEMINARE²	1.062	1.142	1.577	1.259	1.296	1.804
ANZAHL DER TEILNEHMER*INNEN	6.473	6.713	33.539	6.868	7.379	37.406
davon Frauen (in %)	39,2	39,2	53,2	n. a.	n. a.	n. a.
davon Männer (in %)	60,8	60,8	46,8	n. a.	n. a.	n. a.
PERSONENSTUNDEN	118.415	135.340	95.397	123.496	142.708	111.330
DURCHSCHNITTLICHE PERSONENSTUNDEN FRAUEN PRO JAHR	7,7	8,2	6,8	n. a.	n. a.	n. a.
DURCHSCHNITTLICHE PERSONENSTUNDEN MÄNNER PRO JAHR	5,5	6,7	4,0	n. a.	n. a.	n. a.

¹ Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern berücksichtigt. Die Datenerfassung im Konsolidierungskreis des Konzerns wurde 2020 ausgeweitet. Deshalb sind die nichtfinanziellen Kennzahlen auf Konzernebene nicht direkt mit dem Vorjahr vergleichbar.

² Ab 2020 E-Learnings 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 in 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.

Ergänzend werden Entwicklungen der jeweiligen Kennzahlen aufgrund ihrer Wesentlichkeit 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 12% auf rund 419 Mio kWh gestiegen. Im Bereich Immobilien stieg der Energieverbrauch um 5% auf rund 128 Mio kWh. Im Bereich Fuhrpark stieg der Energieverbrauch um 15% auf rund 291 Mio kWh. Haupteinflussgröße ist in beiden Fällen das starke Mengenwachstum im Paketbereich (+30%), getragen durch die Partnerschaft der Österreichischen Post mit der Deutschen Post DHL und durch das hohe organische Wachstum im Paketbereich mit Zusatzimpulsen durch

COVID-19 bedingte Lockdown-Situationen. Die Österreichische Post hat seit August 2019 die Zustellung der Privatkund*innenpakete der Deutschen DHL in Österreich in das eigene bestehende Logistiknetzwerk übernommen. Steigerungen durch diese Kooperation gegenüber dem Vorjahr ergeben sich daher aus den Monaten Jänner bis August.

Diese Integration und Mengensteigerung erforderte eine Kapazitätsausweitung sowohl in den Logistikzentren als auch in den Transport- und Fahrzeugkapazitäten.

	Einheit	Österreichische Post AG			Post-Konzern ¹		
		2018	2019	2020	2018	2019	2020
ENERGIEVERBRAUCH IMMOBILIEN UND FUHRPARK	Mio kWh	354,0	375,9	419,5	433,1	486,3	531,4
Energieverbrauch Immobilien gesamt ²	Mio kWh	121,6	122,3	128,2	139,8	145,5	149,2
Energieverbrauch Fuhrpark gesamt ³	Mio kWh	232,4	253,6	291,3	293,3	340,8	382,2

¹ **Post-Konzern 2018:** Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern mit Ausnahme der Tochtergesellschaft Express One Hungary berücksichtigt.

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

Post-Konzern 2020: Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern mit Ausnahme der Tochtergesellschaft ARAS Kargo a.s. berücksichtigt.

² Die Energiekennzahlen der Immobilien beziehen sich auf sämtliche Flächen der Post (Büro, Postbasen, Logistikzentren, Filialen). Die Kennzahlen der Österreichischen Post AG basieren auf Echtdaten, die bis zum jeweiligen internen Erhebungsstichtag im Jänner des darauffolgenden Berichtsjahres verfügbar waren.

Die Kennzahlen der Konzernunternehmen basieren auf Daten, die bis zum jeweiligen internen Erhebungsstichtag im Jänner des darauffolgenden Berichtsjahres zur Verfügung gestellt wurden. Teilweise wurden Hochrechnungen vorgenommen.

³ Die Kennzahlen des Fuhrparks beziehen sich auf alle motorisierten Fahrzeuge der Post und ausgelagerte Transportleistungen in den jeweiligen Ländern. Für die Österreichische Post AG handelt es sich dabei um Echtdaten jeweils bis zum 31.12. des Berichtsjahres.

Die Kennzahlen der Konzernunternehmen basieren auf Daten, die bis zum jeweiligen internen Erhebungsstichtag im Jänner des darauffolgenden Berichtsjahres zur Verfügung gestellt wurden. Teilweise wurden Hochrechnungen vorgenommen.

Energie Immobilien

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

Steigerungen in den Gebäudeflächen sind auf die Ausweitung der Logistikzentren zur Verdoppelung der Sortierkapazitäten zurückzuführen.

Der elektrische Energieverbrauch in Gebäuden stieg im Jahr durch den höheren Durchsatz an Sendungen.

Während aufgrund der COVID-19 bedingten Lockdown-Situation die Mengen beim klassischen Brief (-7%) und bei den Werbesendungen (-12%) rückläufig waren, gab es Mengensteigerungen bei Paketsendungen (+30%).

	Einheit	Österreichische Post AG			Post-Konzern ¹		
		2018	2019	2020	2018	2019	2020
GEBÄUDENUTZFLÄCHEN	m ²	1.055.669	1.112.936	1.141.285	1.209.874	1.319.093	1.357.034
ENERGIEVERBRAUCH							
IMMOBILIEN GESAMT²	Mio kWh	121,6	122,3	128,2	139,8	145,5	149,2
Erdgas	Mio kWh	32,7	32	33,7	38,9	41,3	42,2
Heizöl	Mio kWh	2,0	2,4	2,1	2,1	2,5	2,1
Fernwärme	Mio kWh	30,3	31,1	33,0	33,0	33,0	34,6
Biomasse	Mio kWh	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3
Strom gesamt	Mio kWh	56,6	56,8	58,7	65,8	68,7	69,2
davon Strom aus erneuerbaren Energien	Mio kWh	55,4	55,4	57,6	59,0	59,2	61,7
davon Strom aus eigenen Photovoltaikanlagen	Mio kWh	1,4	1,3	1,6	1,6	1,3	1,6
davon Strom aus unbekanntem Quellen	Mio kWh	1,2	1,4	1,1	6,8	9,4	7,5

¹ Post-Konzern 2018: Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern mit Ausnahme der Tochtergesellschaft Express One Hungary berücksichtigt.

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

Post-Konzern 2020: Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern mit Ausnahme der Tochtergesellschaft ARAS Kargo a.s. berücksichtigt.

² Die Energiekennzahlen der Immobilien beziehen sich auf sämtliche Flächen der Post (Büro, Postbasen, Logistikzentren, Filialen). Die Kennzahlen der Österreichischen Post AG basieren auf Echtdateien, die bis zum jeweiligen internen Erhebungsstichtag im Jänner des darauffolgenden Berichtsjahres verfügbar waren. Die Kennzahlen der Konzernunternehmen basieren auf Daten, die bis zum jeweiligen internen Erhebungsstichtag im Jänner des darauffolgenden Berichtsjahres zur Verfügung gestellt wurden. Teilweise wurden Hochrechnungen vorgenommen.

Energie Fuhrpark

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

Die Kilometerleistung ist aufgrund des stark steigenden Paketaufkommens um 8% gestiegen. Dieses Paketaufkommen ist auf zwei Faktoren zurückzuführen:

- Durch die Integration der Mengen der Deutschen Post DHL: Seit August 2019 besteht eine Kooperation, bei der die Zustellung von Paketmengen an private Haushalte von der Österreichischen Post AG übernommen wird.
- Im Jahr 2020 gab es ein hohes organisches Wachstum im Paketbereich mit Zusatzimpulsen durch COVID-19 bedingte Lockdown-Situationen: Bei Empfänger*innen ist die

Bereitschaft zu E-Commerce gestiegen und Versender*innen haben verstärkt E-Commerce angeboten.

Der Energieverbrauch im Fuhrpark ist stärker gestiegen als die Anzahl der Kilometer, da das Paketmenigenwachstum schwerere Fahrzeuge mit höherem Verbrauch bedingt, insbesondere durch die starke Zunahme von Sperrgutsendungen. Es ist ersichtlich, dass im Eigenfuhrpark alle möglichen Kapazitäten optimal ausgeschöpft werden und Verbrauchssteigerungen vorwiegend im Frächter*innenbereich stattgefunden haben.

	Einheit	Österreichische Post AG			Post-Konzern ¹		
		2018	2019	2020	2018	2019	2020
KILOMETERLEISTUNG²	Mio km	170,1	185,8	200,9	229,4	266,8	283,8
ENERGIEVERBRAUCH FUHRPARK GESAMT²	Mio kWh	232,4	253,6	291,3	293,3	340,8	382,2
davon Eigenfuhrpark	Mio kWh	146,5	151	160,0	178,6	207,0	194,1
davon Stromverbrauch E-Mobilität	Mio kWh	1,2	1,5	2,3	1,2	1,5	2,3
davon Fremdfuhrpark	Mio kWh	85,9	102,6	131,2	114,7	133,8	188,1

¹ **Post-Konzern 2018:** Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern mit Ausnahme der Tochtergesellschaft Express One Hungary berücksichtigt.

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

Post-Konzern 2020: Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern mit Ausnahme der Tochtergesellschaft ARAS Kargo a.s. berücksichtigt.

² Die Kennzahlen des Fuhrparks beziehen sich auf alle motorisierten Fahrzeuge der Post und ausgelagerte Transportleistungen in den jeweiligen Ländern. Für die Österreichische Post AG handelt es sich dabei um Echtzeiten jeweils bis zum 31.12. des Berichtsjahres.

Die Kennzahlen der Konzernunternehmen basieren auf Daten, die bis zum jeweiligen internen Erhebungsstichtag im Jänner des darauffolgenden Berichtsjahres zur Verfügung gestellt wurden. Teilweise wurden Hochrechnungen vorgenommen.

Emissionen

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

Die CO₂-Emissionen (Scope 1–3) der Österreichischen Post AG sind im Vergleich zum Vorjahr um 13% gestiegen. Die direkt beeinflussbaren CO₂-Emissionen (Scope 1 und Scope 2) stiegen im Vergleich zum Vorjahr nur um 5%. Die nicht unmittelbar beeinflussbaren CO₂-Emissionen (Scope 3) stiegen um 28%. Haupteinflussgröße für diese Anstiege ist das starke Mengenwachstum im Paketbereich (+30%), getragen durch die Partnerschaft

der Österreichischen Post mit der Deutschen Post DHL Group und das hohe Wachstum im Paketbereich mit Zusatzimpulsen durch COVID-19 bedingte Lock-down-Situationen. Diese Partnerschaft und Mengensteigerungen erforderten eine Kapazitätsausweitung sowohl in den Logistikzentren als auch der Transport- und Fahrzeugkapazitäten.

	Einheit	Österreichische Post AG			Post-Konzern ¹		
		2018	2019	2020	2018	2019	2020
CO₂e-EMISSIONEN (SCOPE 1–3)² NACH GREENHOUSE GAS PROTOCOL GESAMT	t CO ₂ e	71.389	76.946	86.949	92.361	105.546	115.509
CO₂e-EMISSIONEN (SCOPE 1–2)² NACH GREENHOUSE GAS PROTOCOL GESAMT	t CO ₂ e	49.430	50.764	53.485	62.788	71.439	67.586
CO₂e-EMISSIONEN (SCOPE 3)² NACH GREENHOUSE GAS PROTOCOL GESAMT	t CO ₂ e	21.959	26.182	33.464	29.573	34.106	47.923
CO₂e-EMISSIONEN IMMOBILIEN	t CO ₂ e	12.365	12.701	13.316	17.575	19.155	18.761
CO ₂ e Scope 1 – Gebäude	t CO ₂ e	7.078	7.238	7.584	8.819	9.122	9.300
Erdgas	t CO ₂ e	6.541	6.400	6.741	8.251	8.265	8.444
Flüssiggas	t CO ₂ e	0	179	151	0	179	151
Heizöl	t CO ₂ e	537	659	556	567	678	569
Kühlmittel von Klimaanlage	t CO ₂ e	0	0	136	0	0	136
CO ₂ e Scope 2 – Gebäude ³	t CO ₂ e	5.287	5.462	5.732	8.756	10.033	9.461
Fernwärme	t CO ₂ e	4.991	5.105	5.445	5.543	5.500	5.785
Biomasse	t CO ₂ e	0	0	0	0	0	5
Strom	t CO ₂ e	296	358	287	3.213	4.533	3.670
CO₂e-EMISSIONEN FUHRPARK	t CO ₂ e	59.024	64.245	73.633	74.786	86.391	96.749
CO ₂ e Scope 1 – Eigenfuhrpark	t CO ₂ e	37.065	38.063	40.169	45.213	52.285	48.826
CO ₂ e Scope 3 – Fremdfuhrpark	t CO ₂ e	21.959	26.182	33.464	29.573	34.106	47.923

¹ **Post-Konzern 2018:** Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern mit Ausnahme der Tochtergesellschaft Express One Hungary berücksichtigt.

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

Post-Konzern 2020: Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern mit Ausnahme der Tochtergesellschaft ARAS Kargo a.s. berücksichtigt.

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 2020 CO₂-Emissionen in der Höhe von 21.442 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

Bei den CO₂-Emissionen bezogen auf das transportierte Sendungsgewicht kam es im vergangenen Jahr erneut zu einer Reduktion um 3%. Bezogen auf den Umsatz kam es zu einem leichten Anstieg der relativen CO₂-Emissionen.

Relative Kennzahlen	Einheit	Österreichische Post AG			Post-Konzern ¹		
		2018	2019	2020	2018	2019	2020
CO₂e-EMISSIONEN ZU SENDUNGSGEWICHT²	kg CO ₂ e/t	129,0	124,0	120,0	-	-	-
SCOPE 1-2 CO₂e-EMISSIONEN ZU UMSATZ³	t CO ₂ e/Mio EUR	27,4	27,3	28,2	32,1	35,3	32,4
SCOPE 1-3 CO₂e-EMISSIONEN ZU UMSATZ³	t CO ₂ e/Mio EUR	39,6	41,4	45,8	47,2	52,2	55,3

¹ **Post-Konzern 2018:** Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern mit Ausnahme der Tochtergesellschaft Express One Hungary berücksichtigt.

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

Post-Konzern 2020: Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern mit Ausnahme der Tochtergesellschaft ARAS Kargo a.s. berücksichtigt.

² Sendungsgewicht 2018: 55.223 t; 2019: 62.184 t; 2020: 72.611 t. Diese Daten sind nicht auf Konzernebene verfügbar.

³ Umsatzerlöse nach UGB für die Österreichische Post AG: 2018: 1.804 Mio EUR; 2019: 1.859 Mio EUR; 2020: 1.897 Mio EUR

Umsatzerlöse nach IFRS für den Post-Konzern (ohne ARAS Kargo a.s.): 2018: 1.959 Mio EUR; 2019: 2.022 Mio EUR; 2020: 2.088 Mio EUR

Fahrzeuge

Von der Gesamtfahrzeuganzahl 9.669 sind in der Zwischenzeit bereits 2.047 (21%) elektrisch angetrieben. Dies ist eine Steigerung um 17% zum Vorjahr und ein wichtiger Schritt zur Erreichung unseres EV100-Ziels:

100% E-Fahrzeuge in der Zustellung bis 2030. Derzeit beträgt der Anteil an Elektrofahrzeugen in der Zustellung 22,4%.

	Österreichische Post AG			Post-Konzern ¹		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
FAHRZEUGE GESAMT	9.257	9.510	9.669	10.473	11.239	11.060
Fahrräder	719	734	748	758	773	790
davon Elektrofahräder	620	649	672	621	650	673
Mopeds	921	977	840	970	1.025	884
davon Elektromopeds	416	428	408	417	428	408
Fahrzeuge bis 3,5 t	7.467	7.636	7.911	8.529	9.168	9.153
davon Erdgasfahrzeuge bis 3,5 t	0	0	0	2	1	1
davon Elektrofahrzeuge bis 3,5 t	556	673	967	560	684	972
Fahrzeuge über 3,5 t	150	163	170	216	273	233

¹ **Post-Konzern 2018:** Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern mit Ausnahme der Tochtergesellschaft Express One Hungary berücksichtigt.

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

Post-Konzern 2020: Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern mit Ausnahme der Tochtergesellschaft ARAS Kargo a.s. berücksichtigt.

Fahrzeuge nach Emissionsklassen

Neben der Erweiterung der Elektroflotte legt die Post auch bei klassischen Dieselfahrzeugen ein großes Augenmerk auf einen modernen Fuhrpark. Die Anzahl der

modernsten EURO-6-Fahrzeuge ist gegenüber zum Vorjahr um 18% gestiegen, während alle anderen Fahrzeugkategorien abgenommen haben.

	Einheit	Österreichische Post AG			Post-Konzern ¹		
		2018	2019	2020	2018 ²	2019 ²	2020
MOTORISIERTE FAHRZEUGE NACH EMISSIONSKLASSEN							
Euro 2	Anzahl	185	119	8	-	-	81
Euro 3	Anzahl	37	22	17	-	-	61
Euro 4	Anzahl	366	455	425	-	-	589
Euro 5	Anzahl	3.277	2.826	2.097	-	-	2.410
Euro 5 EEV	Anzahl	74	70	56	-	-	61
Euro 6	Anzahl	3.627	4.183	4.943	-	-	5.688

¹ **Post-Konzern 2018:** Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern mit Ausnahme der Tochtergesellschaft Express One Hungary berücksichtigt.

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

Post-Konzern 2020: Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern mit Ausnahme der Tochtergesellschaft ARAS Kargo a.s. berücksichtigt.

² Zahlen für 2018 und 2019 nicht verfügbar aufgrund der erstmaligen Erhebung für das Berichtsjahr 2020

Papier

GRI 301-1, SDG 8, 12

Der Anteil an Papier aus nachhaltigen Quellen (FSC bzw. PEFC) ist auf 88% gestiegen.

	Einheit	Österreichische Post AG			Post-Konzern ¹		
		2018	2019	2020	2018	2019	2020
PAPIERVERBRAUCH GESAMT	t	5.469	5.045	5.670	5.697	5.374	6.855
davon nachhaltig produziert (PEFC- und FSC-Papier)	t	5.195	4.324	4.987	5.243	4.384	5.025

¹ **Post-Konzern 2018:** Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern mit Ausnahme der Tochtergesellschaft Express One Hungary berücksichtigt.

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

Post-Konzern 2020: Bei den Kennzahlen wird der gesamte Post-Konzern mit Ausnahme der Tochtergesellschaft ARAS Kargo a.s. berücksichtigt.

GRI-INDEX

GRI 102-55

Im nachfolgenden GRI-Index werden die von der Post berichteten Standardangaben, wesentlichen Themen sowie mindestens ein zugehöriger Indikator gemäß der von der Post gewählten Option „In Übereinstimmung: Kern“ aufgelistet. Wenn ein GRI-Indikator auf ein SDG einzahlt, ist dies an entsprechender Stelle angeführt.

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						
UNTERNEHMEN & VERANTWORTUNG						
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-1	Name der Organisation		Österreichische Post AG	
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen		S. 12f Geschäftsbericht 2020: S. 10f, 18ff	
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-3	Hauptsitz der Organisation		Rochusplatz 1, A-1030 Wien	
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-4	Betriebsstätten		S. 13 Geschäftsbericht 2020: S. 10f	
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-5	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform		S. 12 Geschäftsbericht 2020: S. 99ff	
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-6	Belieferte Märkte		S. 13 Geschäftsbericht 2020: S. 10f	
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-7	Größe der Organisation		S. 12f, 69f Geschäftsbericht 2020: S. 10f, 99ff, 147f, 234f	
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-8	Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeitern	SDG 8: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum	S. 125f	
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-12	Externe Initiativen		S. 26f, 47	
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-13	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen		post.at/mitgliedschaften	

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
STAKEHOLDER MANAGEMENT						
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-40	Liste der Stakeholder-Gruppen		S. 45	
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-42	Ermittlung und Auswahl der Stakeholder		S. 45	
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-43	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern		S. 44f, 63, 107ff	
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-44	Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen		S. 44ff, 63	
ANGABEN ZUR BERICHTERSTATTUNG						
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-45	Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten		S. 12, 123 Geschäftsbericht 2020: S. 147f, 234f	
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-46	Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und der Abgrenzung der Themen		S. 12, 23ff, 123	
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-47	Liste der wesentlichen Themen		S. 23ff	
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-48	Neudarstellung von Informationen		S. 123	
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-49	Änderungen bei der Berichterstattung		S. 123	
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-50	Berichtszeitraum		S. 123	
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-51	Datum des letzten Berichts		12. März 2020	
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-52	Berichtszyklus		S. 123	
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-53	Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht		S. 151	
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-54	Erklärung zur Berichterstattung in Übereinstimmung mit den GRI-Standards		S. 123	
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-55	GRI-Inhaltsindex		S. 137ff	
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-56	Externe Prüfung		S. 123, 149f	
WESENTLICHES THEMA: NACHHALTIGE GOVERNANCE & COMPLIANCE						
GRI 103: MANAGEMENTANSATZ 2016						
GRI 103	Managementansatz	103-1	Erläuterung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzungen		S. 28f, 31ff, 58	
GRI 103	Managementansatz	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile		S. 28f, 31ff, 58	
GRI 103	Managementansatz	103-3	Beurteilung des Managementansatzes		S. 30	

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 2016						
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-11	Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip		S. 34ff	
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-14	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers		S. 01, 05ff	
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-15	Wichtige Auswirkungen, Risiken und Chancen		S. 38ff, 57, 81, 103	
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-16	Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen		S. 14ff, 28, 32, 66	
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-17	Verfahren zu Beratung und Bedenken in Bezug auf die Ethik		S. 67	
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-18	Führungsstruktur		S. 14ff, 28ff, 31ff	
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-19	Delegation von Befugnissen		S. 29	
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-20	Zuständigkeit auf Vorstandsebene für ökonomische, ökologische und soziale Themen		S. 29f	
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-21	Dialog mit Stakeholdern zu ökonomischen, ökologischen und sozialen Themen		S. 44ff	
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-22	Zusammensetzung des höchsten Kontrollorgans und seiner Gremien		Geschäftsbericht 2020: S. 33ff	
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-23	Vorsitzender des höchsten Kontrollorgans		Geschäftsbericht 2020: S. 33ff	
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-24	Nominierung und Wahl des höchsten Kontrollorgans	SDG 5: Geschlechtergleichheit	Geschäftsbericht 2020: S. 33ff	
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-25	Interessenkonflikte		Geschäftsbericht 2020: S. 36f	Die Berichterstattung zu dieser Angabe erfolgt freiwillig und daher nur teilweise.
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-35	Vergütungspolitik		Geschäftsbericht 2020: S. 38f	
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-41	Tarifverträge	SDG 8: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum	S. 125f	
GRI 205: KORRUPTIONSBEKÄMPFUNG 2016						
GRI 205	Korruptionsbekämpfung	205-1	Betriebsstätten, die auf Korruptionsrisiken geprüft wurden		S. 31ff	
GRI 205	Korruptionsbekämpfung	205-2	Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung		S. 32f	
GRI 205	Korruptionsbekämpfung	205-3	Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen			Im Berichtszeitraum gab es keine Korruptionsfälle.

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 206: WETTBEWERBSWIDRIGES VERHALTEN 2016

GRI 206	Wettbewerbswidriges Verhalten	206-1	Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung		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 419: SOZIOÖKONOMISCHE COMPLIANCE 2016

GRI 419	Sozioökonomische Compliance	419-1	Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich		<p>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.</p> <p>Mit Bezug zu arbeitsrechtlichen Vorgaben (wie z.B. AuslBG oder AZG) waren im Jahr 2020 vier Verwaltungsstrafverfahren anhängig. In einem Verfahren wurde aufgrund einer der Post zurechenbaren Fehlleistung eines Mitarbeiters rechtskräftig eine geringfügige Verwaltungsstrafe verhängt; die drei anderen Verfahren sind noch nicht abgeschlossen.</p>	
---------	-----------------------------	-------	--	--	---	--

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: NACHHALTIGE BESCHAFFUNG**GRI 103: MANAGEMENTANSATZ 2016**

GRI 103	Managementansatz	103-1	Erläuterung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzungen		S. 58	
GRI 103	Managementansatz	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile		S. 58, 66ff	
GRI 103	Managementansatz	103-3	Beurteilung des Managementansatzes		S. 60	

GRI 102: ALLGEMEINE ANGABEN 2016

GRI 102	Allgemeine Angaben	102-9	Lieferkette	SDG 8: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum	S. 67	
GRI 102	Allgemeine Angaben	102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette		S. 67	

GRI 204: BESCHAFFUNGSPRAKTIKEN 2016

GRI 204	Beschaffungspraktiken	204-1	Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten	SDG 12: Nachhaltiger Konsum und Produktion	S. 67	Der Begriff lokale Lieferant*innen bezieht sich auf Lieferant*innen aus Österreich. Definition wichtige Betriebsstätten: Standorte in Österreich
---------	-----------------------	-------	---	---	-------	---

GRI 308: UMWELTBEWERTUNG DER LIEFERANT*INNEN 2016

GRI 308	Umweltbewertung der Lieferant*innen	308-2	Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen		S. 67f	
---------	-------------------------------------	-------	---	--	--------	--

GRI 414: SOZIALE BEWERTUNG DER LIEFERANT*INNEN 2016

GRI 414	Soziale Bewertung der Lieferant*innen	414-2	Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	SDG 5: Geschlechtergleichheit SDG 8: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum	S. 67f	
---------	---------------------------------------	-------	---	--	--------	--

WESENTLICHES THEMA: STAKEHOLDER VALUE**GRI 103: MANAGEMENTANSATZ 2016**

GRI 103	Managementansatz	103-1	Erläuterung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzungen		S. 58	
GRI 103	Managementansatz	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile		S. 58, 69	
GRI 103	Managementansatz	103-3	Beurteilung des Managementansatzes		S. 45f, 60	

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 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	S. 70f	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. 42, 46	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	S. 46f, 69, 71	Es handelt sich in diesem Fall um kommerzielle Investitionen.
---------	------------------------------------	-------	--	--	----------------	---

WESENTLICHE THEMEN: GRÜNE & EFFIZIENTE MOBILITÄT GRÜNE & EFFIZIENTE IMMOBILIEN

GRI 103: MANAGEMENTANSATZ 2016

GRI 103	Managementansatz	103-1	Erläuterung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzungen		S. 82, 87ff, 90f	
GRI 103	Managementansatz	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile		S. 81f, 86ff, 90f	
GRI 103	Managementansatz	103-3	Beurteilung des Managementansatzes		S. 82f	

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. 123f, 131ff, 135	
GRI 302	Energie	302-4	Verringerung des Energieverbrauchs	SDG 7: Bezahlbare und saubere Energie SDG 8: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum SDG 12: Nachhaltiger Konsum und Produktion SDG 13: Maßnahmen zum Klimaschutz	S. 87ff, 90f, 132f	

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 305: EMISSIONEN 2016						
GRI 305	Emissionen	305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	SDG 3: Gesundheit und Wohlergehen SDG 12: Nachhaltiger Konsum und Produktion SDG 13: Maßnahmen zum Klimaschutz	S. 123f, 134f	
GRI 305	Emissionen	305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	SDG 3: Gesundheit und Wohlergehen SDG 12: Nachhaltiger Konsum und Produktion SDG 13: Maßnahmen zum Klimaschutz	S. 123f, 134f	
GRI 305	Emissionen	305-3	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	SDG 3: Gesundheit und Wohlergehen SDG 12: Nachhaltiger Konsum und Produktion SDG 13: Maßnahmen zum Klimaschutz	S. 123f, 134f	

WESENTLICHE THEMEN: RESSOURCENEFFIZIENTE PROZESSE KREISLAUFWIRTSCHAFT

GRI 103: MANAGEMENTANSATZ 2016						
GRI 103	Managementansatz	103-1	Erläuterung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzungen		S. 82, 91ff	
GRI 103	Managementansatz	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile		S. 91ff	
GRI 103	Managementansatz	103-3	Beurteilung des Managementansatzes		S. 85	
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. 136	

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 306: 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. 91ff	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 beauftragte Entsorgungsdienstleister*innen 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. Vertraulichkeitseinschränkung: Abfall entsteht bei der Post durch die Anlieferungen von Kund*innen. Aufgrund dieser Geschäftsbeziehungen werden keine absoluten Mengenangaben angegeben.

WESENTLICHES THEMA: UNTERNEHMENS- & ARBEITSKULTUR

GRI 103: MANAGEMENTANSATZ 2016

GRI 103	Managementansatz	103-1	Erläuterung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzungen		S. 104, 107, 109f	
GRI 103	Managementansatz	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile		S. 103f, 107ff	
GRI 103	Managementansatz	103-3	Beurteilung des Managementansatzes		S. 105	

GRI 401: BESCHÄFTIGUNG 2016

GRI 401	Beschäftigung	401-1	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation		S. 127	Nicht anwendbar: Gemäß Post-interner Definition wird zur Berechnung der Zugänge und Abgänge der Jahresdurchschnitt herangezogen.
---------	---------------	-------	--	--	--------	--

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 401	Beschäftigung	401-2	Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmern oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden		S. 108	

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 404: AUS- UND WEITERBILDUNG 2016

GRI 404	Aus- und Weiterbildung	404-1	Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten	SDG 5: Geschlechtergleichheit	S. 130	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. 109ff	

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: INTEGRIERTES DIVERSITÄTSMANAGEMENT

GRI 103: MANAGEMENTANSATZ 2016

GRI 103	Managementansatz	103-1	Erläuterung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzungen		S. 104, 111ff	
GRI 103	Managementansatz	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile		S. 103f, 111ff	
GRI 103	Managementansatz	103-3	Beurteilung des Managementansatzes		S. 105	

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. 128 Geschäftsbericht 2020: S. 33ff, 38	
---------	----------------------------------	-------	--	--	--	--

WESENTLICHES THEMA: ARBEITS- & GESUNDHEITSSCHUTZ

GRI 103: MANAGEMENTANSATZ 2018

GRI 103	Managementansatz	103-1	Erläuterung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzungen		S. 104, 113ff	
GRI 103	Managementansatz	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile		S. 103f, 113ff	
GRI 103	Managementansatz	103-3	Beurteilung des Managementansatzes		S. 106	

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. 116f	
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. 116ff	
GRI 403	Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	403-3	Arbeitsmedizinische Dienste	SDG 3: Gesundheit und Wohlergehen	S. 116f	
GRI 403	Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	403-4	Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	SDG 8: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum	S. 115ff	
GRI 403	Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	403-5	Mitarbeiterschulungen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	SDG 3: Gesundheit und Wohlergehen SDG 8: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum	S. 116f	

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 403	Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	403-6	Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter	SDG 3: Gesundheit und Wohlergehen	S. 113ff	
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. 117	Produktivstunden werden aus Vertraulichkeitsgründen nicht veröffentlicht. Im Jahr 2020 wurde evaluiert, ob eine Darstellung der Unfalhäufigkeit für Zeitarbeitskräfte erfolgen kann. Da die Produktivstunden der Zeitarbeitskräfte 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. 129	Information nicht verfügbar: Darstellung der Zeitarbeitskräfte nach Geschlecht

WESENTLICHES THEMA: DIGITALE VERANTWORTUNG

GRI 103: MANAGEMENTANSATZ 2016

GRI 103	Managementansatz	103-1	Erläuterung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzungen		S. 104, 117f	
GRI 103	Managementansatz	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile		S. 103f, 117ff	
GRI 103	Managementansatz	103-3	Beurteilung des Managementansatzes		S. 106	

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			Im Jahr 2020 wurden zwei amtswegige Prüfverfahren, 37 Einzelbeschwerdeverfahren sowie ein Verwaltungsstrafverfahren seitens der Datenschutzbehörde in Bezug auf die Betroffenenrechte eingeleitet. Das Verfahren betreffend einen stehengelassenen Postdepotbeutel ist im Revisionsverfahren anhängig. Im Jahr 2020 gab es ein amtswegiges Prüfverfahren bei der PostWertlogistik GmbH.
---------	------------------------	-------	---	--	--	--

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
---------------------	--------------------	---------------	---	------	---------------------------------------	-------------------------------

WEITERE WESENTLICHE THEMEN OHNE GRI-ENTSPRECHUNG

WESENTLICHES THEMA: NACHHALTIGE PRÄSENZ- & PRIVATKUND*INNENANGEBOTE

GRI 103: MANAGEMENTANSATZ 2016

GRI 103	Managementansatz	103-1	Erläuterung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzungen		S. 57f, 60ff	
GRI 103	Managementansatz	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile		S. 57f, 60ff	
GRI 103	Managementansatz	103-3	Beurteilung des Managementansatzes		S. 59	

WESENTLICHES THEMA: NACHHALTIGE BRIEF- & PAKETANGEBOTE

GRI 103: MANAGEMENTANSATZ 2016

GRI 103	Managementansatz	103-1	Erläuterung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzungen		S. 57f, 63ff	
GRI 103	Managementansatz	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile		S. 57f, 63ff	
GRI 103	Managementansatz	103-3	Beurteilung des Managementansatzes		S. 59f	

WESENTLICHES THEMA: GESELLSCHAFTLICHER DIALOG & KOOPERATIONEN

GRI 103: MANAGEMENTANSATZ 2016

GRI 103	Managementansatz	103-1	Erläuterung der wesentlichen Themen und ihrer Abgrenzungen		S. 104, 119ff	
GRI 103	Managementansatz	103-2	Der Managementansatz und seine Bestandteile		S. 103f, 119ff	
GRI 103	Managementansatz	103-3	Beurteilung des Managementansatzes		S. 06f	

Wien, am 1. März 2021

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

GLOSSAR

CSR

Der Begriff Corporate Social Responsibility (CSR) beschreibt die unternehmerische Verantwortung und den Beitrag der Wirtschaft zu einer nachhaltigen Entwicklung, der über die gesetzlichen Forderungen hinausgeht. CSR steht für verantwortliches unternehmerisches Handeln in der eigentlichen Geschäftstätigkeit über ökologische und soziale Aspekte.

ESG

Environment, Social and Governance (Deutsch: Umwelt-, Sozial- und Unternehmensführungsaspekte). ESG wird als weiter Begriff für CSR bzw. die unternehmerische Nachhaltigkeit verwendet und beinhaltet u. a. das Thema Corporate Governance im Sinne der Nachhaltigkeit.

IFC General EHS Guidelines

Die Umwelt-, Gesundheits- und Sicherheitsrichtlinien (EHS) sind ein technisches Referenzdokument der Internationalen Finanz-Corporation (IFC) der Weltbank, in dem allgemeine und industriespezifische Beispiele guter internationaler Industriepraxis aufgeführt sind.

MVO Risk Check

Der CSR Risiko-Check ist ein kostenfreies Online-Tool, welches von MVO Nederland, einem Netzwerk von Unternehmen, entwickelt wurde. Es liefert Unternehmen mit internationaler Geschäftstätigkeit Informationen zu Risiken und Chancen bei Umwelt-, Sozial- und Unternehmensführungsaspekten (ESG).

NO_x

NO_x ist der Oberbegriff für eine Gruppe reaktiver Gase, die alle in unterschiedlichen Mengen Stickstoff und Sauerstoff enthalten [so z.B. Stickstoffmonoxid (NO) und Stickstoffdioxid (NO₂)]. Stickoxide gelangen aus natürlichen Quellen und durch menschliche Aktivitäten in die Atmosphäre. Eine der Hauptquellen sind Abgase, die bei der Verbrennung fossiler Brennstoffe entstehen.

ÖBAG

Die Österreichische Beteiligungs AG (ÖBAG) vertritt die Eigentümerinteressen des Bundes bei strategisch bedeutsamen Beteiligungen

 oebag.gv.at/de/portfolio

SASB

Das Sustainability Accounting Standards Board (SASB) ist eine gemeinnützige Organisation, die branchenspezifische Standards zur Bilanzierung von wesentlichen Umwelt-, Sozial- und Unternehmensführungsaspekten (ESG) erstellt.

TCFD

Die Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) ist ein unabhängiger, freiwilliger Zusammenschluss des Financial Stability Boards (Michael R. Bloomberg) und der Bank of England (Mark Carney). Ziel der Initiative ist es, Standards zu setzen, wie Chancen und Risiken aus der Klimaerwärmung für das Geschäftsmodell von Unternehmen bewertet werden.

UN Global Compact

Der Global Compact der Vereinten Nationen ist ein freiwilliger Pakt zwischen Unternehmen, Organisationen und der UNO, in dessen Rahmen sich alle Teilnehmenden dazu verpflichten, Einsatz zu zeigen für Menschenrechte, gerechte Arbeitsbedingungen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung. Hierfür wurden zehn Prinzipien erarbeitet, zu denen sich die teilnehmenden Unternehmen bekennen.

BERICHT ÜBER DIE UNABHÄNGIGE PRÜFUNG DER NICHTFINANZIELLEN BERICHTERSTATTUNG

GRI 102-56

An den Vorstand der Österreichische Post Aktiengesellschaft, Wien

Wir haben die Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit des Nachhaltigkeitsberichts („Nachhaltigkeitsbericht“) für das Geschäftsjahr 2020, bezeichnet als Nachhaltigkeitsbericht 2020 der Österreichische Post Aktiengesellschaft, Wien (im Folgenden auch kurz „Post“ oder „Gesellschaft“ genannt), durchgeführt.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

Die ordnungsgemäße Aufstellung des Nachhaltigkeitsberichts in Übereinstimmung mit den Berichtskriterien liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft. Die Gesellschaft wendet die Leitlinien zur Nachhaltigkeitsberichtserstattung der Global Reporting Initiative (GRI Standards) in der Option „Kern“ als Berichtskriterien an.

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

Verantwortung des Prüfers

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

veranlassen, dass der Nachhaltigkeitsbericht der Gesellschaft in allen wesentlichen Belangen nicht mit den Leitlinien zur Nachhaltigkeitsberichtserstattung der Global Reporting Initiative (GRI Standards) in der Option „Kern“ übereinstimmt.

Wir haben unsere Prüfung unter Beachtung des für derartige Aufträge geltenden International Standard on Assurance Engagements (ISAE 3000) durchgeführt. Danach haben wir unsere Berufspflichten einschließlich Vorschriften zur Unabhängigkeit einzuhalten und den Auftrag unter Beachtung 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;
- Einschätzung der Konzeption und der Implementierung von Systemen und Prozessen für die Ermittlung, Verarbeitung und Überwachung von Angaben zu Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelangen, Achtung von Menschenrechten und Bekämpfung von Korruption und Bestechung, einschließlich der Konsolidierung der Daten;
- Befragungen von Mitarbeitern auf Konzernebene, die für die Ermittlung und Konsolidierung sowie die Durchführung der internen Kontrollhandlungen bezüglich der Angaben zu Konzepten, Risiken, Due-Diligence-Prozessen, Ergebnissen und Leistungsindikatoren verantwortlich sind;
- 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;
- Einschätzung der lokalen Datenerhebungs-, Validierungs- und Berichterstattungsprozesse sowie der Verlässlichkeit der gemeldeten Daten durch eine Stichprobenerhebung bei Slovak Parcel Service s.r.o. (Slowakei);
- Analytische Beurteilung der Daten und Trends der quantitativen Angaben für die im GRI-Index aufgeführten GRI Standards, welche zur Konsolidierung auf Konzernebene von allen Standorten gemeldet wurden;
- Einschätzung der Konsistenz der für die Gesellschaft anwendbaren Anforderungen der GRI Standards (Option „Kern“) mit den Angaben und Kennzahlen im Nachhaltigkeitsbericht;
- Einschätzung der Gesamtdarstellung der Angaben durch kritisches Lesen des Nachhaltigkeitsberichts.

Gegenstand unseres Auftrages ist weder eine Abschlussprüfung noch eine prüferische Durchsicht von Abschlüssen. 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 Auftrags. Die im Rahmen der Jahresabschlussprüfung geprüften Angaben wurden auf korrekte Übernahme geprüft (keine inhaltliche Prüfung).

Beurteilung

Auf der Grundlage unserer Prüfungshandlungen und der von uns erlangten Nachweise sind uns keine Sachverhalte bekanntgeworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass der Nachhaltigkeitsbericht der Gesellschaft nicht in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den Leitlinien zur Nachhaltigkeitsberichterstattung der Global Reporting Initiative (GRI Standards) in der Option „Kern“ aufgestellt wurde.

Verwendungsbeschränkung

Da unser Bericht ausschließlich im Auftrag und im Interesse des Auftraggebers erstellt wird, bildet er keine Grundlage für ein allfälliges Vertrauen dritter Personen auf seinen Inhalt. Ansprüche dritter Personen können daher daraus nicht abgeleitet werden. Einer Veröffentlichung unserer Prüfbescheinigung gemeinsam mit dem Nachhaltigkeitsbericht stimmen wir zu.

Auftragsbedingungen

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.

Wien, am 2. März 2021

KPMG Austria GmbH

Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaft

Mag. Peter Ertl e. h.

Wirtschaftsprüfer

i. A. Michaela Schmiedchen, MSc e. h.

KONTAKT & IMPRESSUM

GRI 102-53

Herausgeberin und Medieninhaberin

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
Andreas Jakwerth
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.

Für 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 2021

#

IMMER

EINE

LÖSUNG

LIEFERN

**#
IMMER
EINE
LÖSUNG
LIEFERN**



post.at/csr