
GRI-BERICHT 2016

Zum GRI-Bericht

■ Struktur der Berichterstattung

Die Berichterstattung 2016 der Schweizerischen Post besteht aus folgenden Dokumenten:

- Geschäftsbericht der Schweizerischen Post
- Finanzbericht der Schweizerischen Post (Lagebericht, Corporate Governance, Jahresabschlüsse Konzern, Die Schweizerische Post AG und PostFinance AG)
- GRI-Bericht (Bericht nach den Richtlinien der Global Reporting Initiative)
- Kennzahlen zum Geschäftsbericht

■ Sprachen

Dieser Bericht ist auf Deutsch verfügbar.

■ Bestellung

Diese Dokumente sind auf www.post.ch/geschaeftsbericht in elektronischer Form abrufbar. Der Geschäftsbericht und der Finanzbericht liegen zudem in gedruckter Form vor.

■ Zukunftsgerichtete Aussagen

Dieser Bericht enthält zukunftsgerichtete Aussagen. Sie basieren auf den gegenwärtigen Einschätzungen und Prognosen des Managements sowie den ihm derzeit verfügbaren Informationen. Die zukunftsgerichteten Aussagen sind nicht als Garantien der darin genannten zukünftigen Entwicklungen und Ergebnisse zu verstehen. Sie sind vielmehr abhängig von einer Vielzahl von Faktoren, beinhalten verschiedene Risiken und Unwägbarkeiten und beruhen auf Annahmen, die sich möglicherweise als nicht zutreffend erweisen.

Inhalt

GRI-Inhaltsindex	2
Allgemeine Standardangaben	8
Spezifische Standardangaben	18
Impressum und Kontakt	36

GRI-Inhaltsindex



Abkürzungen	GB:	Geschäftsbericht 2016
	FB:	Finanzbericht 2016
	KZ:	Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2016
	UNGC:	Die Spalte UNGC, United Nations Global Compact, verweist auf die 10 Prinzipien (P1–P10, siehe S. 7) des Global Compacts und erfüllt damit die Anforderungen der Fortschrittsmitteilung (Communication on Progress – COP) für das aktuelle Berichtsjahr.
	SDG:	Die Spalte SDG, Sustainable Development Goal, verweist auf die 17 Ziele der Vereinten Nationen für eine nachhaltige Entwicklung (siehe S. 7).

Allgemeine Standardangaben

Indikator	Seitenzahl, Referenz, Link	ext. Prüfung	UNGC	SDG
Strategie und Analyse				
G4-1	GRI-Bericht S. 8 GB S. 9–12, S. 43–48 www.post.ch	nein		
Organisationsprofil				
G4-3	GRI-Bericht S. 9	nein		
G4-4	GRI-Bericht S. 9 FB S. 6–7, 10	nein		
G4-5	GRI-Bericht S. 9	nein		
G4-6	GRI-Bericht S. 10 FB S. 8–9	nein		
G4-7	GRI-Bericht S. 10 FB S. 62, 147–149	nein		
G4-8	GRI-Bericht S. 10 FB S. 6–10, 25–52, 94–95	nein		
G4-9	GRI-Bericht S. 10 GB vordere Klappe, S 61 FB S. 147–149	nein		
G4-10	GRI-Bericht S. 10 KZ «Personalbestand» KZ «Lernpersonal» KZ «Nachwuchskräfte» KZ «Anstellungsverhältnisse» KZ «Arbeitsplätze Regionen»	nein	P6	SDG8
G4-11	GRI-Bericht S. 10 KZ «Anstellungsverhältnisse»	nein	P3	SDG8
G4-12	GRI-Bericht S. 11 KZ «Lieferkette» www.post.ch	nein		
G4-13	GRI-Bericht S.11 FB S. 150–152	nein		
G4-14	GRI-Bericht S. 12	nein		

Indikator	Seitenzahl, Referenz, Link	ext. Prüfung	UNGC	SDG
G4-15	GRI-Bericht S. 12 www.post.ch	nein		
G4-16	GRI-Bericht S. 12 www.post.ch	nein		
Ermittelte wesentliche Aspekte und Grenzen				
G4-17	GRI-Bericht S. 12 FB S. 75–80, 147–149 KZ «Berichtsabgrenzung»	nein		
G4-18	GRI-Bericht S. 12 KZ «Grundsätze und Prinzipien» KZ «Berichtsinhalte»	nein		
G4-19	GRI-Bericht S. 14	nein		
G4-20	GRI-Bericht S. 14	nein		
G4-21	GRI-Bericht S. 14	nein		
G4-22	GRI-Bericht S. 15	nein		
G4-23	GRI-Bericht S. 15	nein		
Einbindung von Stakeholdern				
G4-24	GRI-Bericht S. 15	nein		
G4-25	GRI-Bericht S. 15	nein		
G4-26	GRI-Bericht S. 15	nein		
G4-27	GRI-Bericht S. 16 www.post.ch www.servicepublic.ch	nein		
Berichtsprofil				
G4-28	GRI-Bericht S. 16	nein		
G4-29	GRI-Bericht S. 16	nein		
G4-30	GRI-Bericht S. 16	nein		
G4-31	GRI-Bericht S. 16	nein		
G4-32	GRI-Bericht S. 16	nein		
G4-33	GRI-Bericht S. 17 www.post.ch	nein		
Unternehmensführung				
G4-34	GRI-Bericht S. 17 FB S. 61–69	nein		
Ethik und Integrität				
G4-56	GRI-Bericht S. 17 www.post.ch	nein	P10	SDG16

Spezifische Standardangaben

Aspekt & DMA, Indikatoren	Seitenzahl, Referenz, Link	ext. Prüfung	Auslassungsgründe	UNGC	SDG
Wirtschaft					
Wirtschaftliche Leistung/DMA	GRI-Bericht S. 18 FB S. 16–22, 45–52	nein			
G4-EC1	GRI-Bericht S. 18 KZ «Finanzielles Ergebnis» KZ «Wertschöpfung»	nein			SDG2, SDG5, SDG7, SDG8, SDG9
G4-EC2	GRI-Bericht S. 18 GB S. 43–48	nein			SDG13
G4-EC3	GRI-Bericht S. 18 FB S. 99–100 KZ «Pensionskasse» www.pkpost.ch	nein			
G4-EC4	GRI-Bericht S. 19 FB S. 93	nein			
Marktpräsenz/DMA	GRI-Bericht S. 19 www.post.ch	nein		P6	
G4-EC5	GRI-Bericht S. 20 KZ «Anstellungsverhältnisse» KZ «Entschädigungen»	nein		P6	SDG1, SDG5, SDG8
Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen/DMA	GRI-Bericht S. 20 www.post.ch	nein			
G4-EC8	GRI-Bericht S. 21 KZ «Wohltätigkeit und Sponsoring»	nein			SDG1, SDG2, SDG3, SDG8, SDG10, SDG17
Ökologie					
Materialien/DMA	GRI-Bericht S. 21 GB S. 38–48 FB S. 16–22 KZ «Klimabelastung» www.post.ch	nein		P7, P8	
G4-EN1	GRI-Bericht S. 22 KZ «Papier Wasser Abfall»	ja		P7, P8	SDG8, SDG12
G4-EN2	GRI-Bericht S. 22 KZ «Papier Wasser Abfall»	ja		P8	SDG8, SDG12
Energie/DMA	GRI-Bericht S. 21			P7, P8, P9	
G4-EN3	GRI-Bericht S. 22 KZ «Energiebedarf»	ja		P7, P8	SDG7, SDG8, SDG12, SDG13
G4-EN4	GRI-Bericht S. 22 KZ «Energiebedarf»	ja		P8	SDG7, SDG8, SDG12, SDG13
G4-EN5	GRI-Bericht S. 22 KZ «Energiebedarf»	nein		P8	SDG7, SDG8, SDG12, SDG13
Emissionen/DMA	GRI-Bericht S. 21	nein		P7, P8, P9	
G4-EN15	GRI-Bericht S. 22 KZ «Klimabelastung»	ja		P7, P8	SDG3, SDG12, SDG13, SDG14, SDG15
G4-EN16	GRI-Bericht S. 22 KZ «Klimabelastung»	ja		P7, P8	SDG3, SDG12, SDG13, SDG14, SDG15

Aspekt & DMA, Indikatoren	Seitenzahl, Referenz, Link	ext. Prüfung	Auslassungsgründe	UNGC	SDG
G4-EN17	GRI-Bericht S. 22 KZ «Klimabelastung»	ja		P7, P8	SDG3, SDG12, SDG13, SGD14, SDG15
G4-EN18	GRI-Bericht S. 22 KZ «Klimabelastung»	ja		P8	SDG13, SGD14, SDG15
G4-EN20	GRI-Bericht S. 22 KZ «Luftschadstoffe»	nein		P7, P8	SDG3, SDG12
G4-EN21	GRI-Bericht S. 23 KZ «Luftschadstoffe»	nein		P7, P8	SDG3, SDG12, SGD14, SDG15
Produkte und Dienstleistungen/DMA	GRI-Bericht S. 21	nein		P7, P8, P9	
G4-EN27	GRI-Bericht S. 23 GB S. 43–48	nein		P7, P8, P9	SDG6, SDG8, SDG12, SDG13, SGD14, SDG15
Insgesamt Ökologie/DMA	GRI-Bericht S. 21				
G4-EN31	GRI-Bericht S. 23				SDG7, SDG9, SDG12, SDG13, SDG15, SDG17
Lieferanten ökol. Aspekte/DMA	GRI-Bericht S. 21	nein		P8	
G4-EN32	GRI-Bericht S. 23 GB S. 48 www.post.ch	nein		P8	
G4-EN33	GRI-Bericht S. 24	nein	GRI-Bericht S. 11, 23	P8	
Gesellschaft: Arbeitspraktiken, Beschäftigung					
Beschäftigung/DMA	GRI-Bericht S. 24 GB S. 49–52 www.post.ch	nein		P6	
G4-LA1	GRI-Bericht S. 24 KZ «Personalfuktuation»	nein	GRI-Bericht S. 25	P6	
G4-LA3	GRI-Bericht S. 25	nein	GRI-Bericht S. 25	P6	
Arbeitnehmer-Arbeitgeber/DMA	GRI-Bericht S. 25 www.post.ch	nein		P3	
G4-LA4	GRI-Bericht S. 25	nein		P3	
Arbeitssicherheit/ Gesundheit/DMA	GRI-Bericht S. 26 KZ «Gesundheitsmanagement» www.post.ch	nein			
G4-LA5	GRI-Bericht S. 26 KZ «Gesundheitsmanagement»	nein			
G4-LA6	GRI-Bericht S. 26 KZ «Gesundheitsmanagement»	nein	GRI-Bericht S. 26		
G4-LA8	GRI-Bericht S. 27	nein			
Aus- und Weiterbildung/DMA	GRI-Bericht S. 27 GB S. 47 www.post.ch	nein		P6	
G4-LA9	GRI-Bericht S. 27	nein	GRI-Bericht S. 27		
G4-LA10	GRI-Bericht S. 28 www.post.ch	nein	GRI-Bericht S. 28	P6	SDG8
G4-LA11	GRI-Bericht S. 28	nein		P6	SDG5, SDG8

Aspekt & DMA, Indikatoren	Seitenzahl, Referenz, Link	ext. Prüfung	Auslassungs- gründe	UNGC	SDG
Vielfalt und Chancengleichheit/ DMA	GRI-Bericht S. 28 GB S. 49–52 www.post.ch	nein			
G4-LA12	GRI-Bericht S. 28 FB S. 61–73 KZ «Frauenanteil Management» KZ «Geschlechterverteilung» KZ «Sprachenvielfalt» KZ «Nationalitäten» KZ «Demographie»	nein		P6	SDG5, SDG8
Gleicher Lohn für Männer, Frauen/DMA	GRI-Bericht S. 29 GB S. 49–52 www.post.ch	nein		P6	
G4-LA13	GRI-Bericht S. 29	nein		P6	SDG5, SDG8, SDG10
Lieferanten Arbeitspraktiken/ DMA	GRI-Bericht S. 29	nein	GRI-Bericht S. 11, 23	P6	
G4-LA14	GRI-Bericht S. 29	nein	GRI-Bericht S. 23		SDG5, SDG8, SDG16
G4-LA15	GRI-Bericht S. 29	nein	GRI-Bericht S. 23		
Beschwerdemechanismen Arbeitspraktiken/DMA	GRI-Bericht S. 29	nein	GRI-Bericht S. 33		
G4-LA16	GRI-Bericht S. 29	nein			SDG16
Gesellschaft: Menschenrechte					
Gleichbehandlung/DMA	GRI-Bericht S. 30	nein	GRI-Bericht S. 28	P6	SDG5, SDG8, SDG16
G4-HR3	GRI-Bericht S. 30	nein		P6	
Vereinigungsfreiheit/DMA	GRI-Bericht S. 30 www.post.ch	nein		P3	
G4-HR4	GRI-Bericht S. 30	nein		P3	SDG8
Kinderarbeit/DMA	GRI-Bericht S. 30	nein	GRI-Bericht S. 11, 23	P5	
G4-HR5	GRI-Bericht S. 31	nein	GRI-Bericht S. 11, 23	P5	SDG8, SDG16
Zwangs- oder Pflichtarbeit/ DMA	GRI-Bericht S. 31	nein	GRI-Bericht S. 11, 23	P4	
G4-HR6	GRI-Bericht S. 31	nein	GRI-Bericht S. 11, 23	P4	SDG8
Prüfung Menschenrechte/DMA	GRI-Bericht S. 31	nein	GRI-Bericht S. 11, 23	P1	
G4-HR9	GRI-Bericht S. 31	nein		P1	
Lieferanten Menschenrechte/ DMA	GRI-Bericht S. 32	nein	GRI-Bericht S. 11, 23	P2	
G4-HR10	GRI-Bericht S. 32	nein	GRI-Bericht S. 31	P2	
G4-HR11	GRI-Bericht S. 32	nein	GRI-Bericht S. 31	P2	
Gesellschaft: Gesellschaft					
Lokale Gemeinschaften/DMA	GRI-Bericht S. 32 www.post.ch				
	FB S. 45–52	nein		P1	
G4-SO1	GRI-Bericht S. 33	nein		P1	
G4-SO2	GRI-Bericht S. 33 www.post.ch	nein		P1	SDG1, SDG2
Korruptionsbekämpfung/DMA	GRI-Bericht S. 33	nein	GRI-Bericht S. 33	P10	
G4-SO3	GRI-Bericht S. 33	nein		P10	SDG16
G4-SO4	GRI-Bericht S. 33	nein		P10	SDG16
G4-SO5	GRI-Bericht S. 33	nein		P10	SDG16
Wettbewerbswidriges Verhalten/DMA	GRI-Bericht S. 33	nein	GRI-Bericht S. 33	P10	
G4-SO7	GRI-Bericht S. 33	nein		P10	SDG16

Aspekt & DMA, Indikatoren	Seitenzahl, Referenz, Link	ext. Prüfung	Auslassungsgründe	UNGC	SDG
Compliance/DMA	GRI-Bericht S. 33 www.post.ch www.postcourage.ch GB-Bericht S. 54–55				
G4-SO8	GRI-Bericht S. 34		GRI-Bericht S. 11, 23		SDG16
Lieferanten gesellschaftl./DMA	GRI-Bericht S. 34	nein	GRI-Bericht S. 23		
G4-SO9	GRI-Bericht S. 34	nein	GRI-Bericht S. 23		
G4-SO10	GRI-Bericht S. 34	nein	GRI-Bericht S. 23		
Gesellschaft: Produktverantwortung					
Schutz Privatsphäre Kunden/DMA	GRI-Bericht S. 34	nein	GRI-Bericht S. 33		
G4-PR8	GRI-Bericht S. 35 www.post.ch www.postcourage.ch	nein			SDG16

Prinzipien des United Nation Global Compact (UNGC)

Menschenrechte

- P1: Unternehmen sollen den Schutz der internationalen Menschenrechte unterstützen und achten.
- P2: Unternehmen sollen sicherstellen, dass sie sich nicht an Menschenrechtsverletzungen mitschuldig machen.

Arbeitsnormen

- P3: Unternehmen sollen die Vereinigungsfreiheit und die wirksame Anerkennung des Rechts auf Kollektivverhandlungen wahren.
- P4: Unternehmen sollen für die Beseitigung aller Formen von Zwangsarbeit eintreten.
- P5: Unternehmen sollen für die Abschaffung von Kinderarbeit eintreten.
- P6: Unternehmen sollen für die Beseitigung von Diskriminierung bei Anstellung und Erwerbstätigkeit eintreten.

Umweltschutz

- P7: Unternehmen sollen im Umgang mit Umweltproblemen dem Vorsorgeprinzip folgen.
- P8: Unternehmen sollen Initiativen ergreifen, um größeres Umweltbewusstsein zu fördern.
- P9: Unternehmen sollen die Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien beschleunigen.

Korruptionsbekämpfung

- P10: Unternehmen sollen gegen alle Arten der Korruption eintreten, einschließlich Erpressung und Bestechung.

Ziele für eine nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (sustainable development goals, SDG)

1. Armut beenden
2. Ernährung sichern
3. Gesundes Leben für alle
4. Bildung für alle
5. Gleichstellung der Geschlechter
6. Wasser und Sanitärversorgung für alle
7. Nachhaltige und moderne Energie für alle
8. Nachhaltiges Wirtschaftswachstum und menschenwürdige Arbeit für alle
9. Widerstandsfähige Infrastruktur und nachhaltige Industrialisierung
10. Ungleichheit verringern
11. Nachhaltige Städte und Siedlungen
12. Nachhaltige Konsum- und Produktionsweisen
13. Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen
14. Ozeane erhalten
15. Landökosysteme schützen
16. Friedliche und inklusive Gesellschaften
17. Umsetzungsmittel und globale Partnerschaft stärken

Allgemeine Standardangaben

Strategie und Analyse

G4-1 Erklärung des CEO

Erklärung des CEO über den Stellenwert der Nachhaltigkeit für die Organisation und im Rahmen ihrer strategischen Ausrichtung.

Die Vision der Post, die von der höchsten Leistungsebene entwickelt und verabschiedet wurde (und eine Erklärung der höchsten Entscheidungsträger Verwaltungsrat und Konzernleitung ist), umfasst den Kernwert «nachhaltig». Ausschnitte aus der Vision:

Wir verbinden die physische und die digitale Welt und setzen mit unseren Produkten und Systemlösungen neue Massstäbe. Damit vereinfachen wir unseren Kunden das Handeln in einem komplexen Umfeld und verhelfen ihnen zu mehr Freiräumen.

Für unsere Kundinnen und Kunden:

- Wir begegnen unseren Kunden auf Augenhöhe.
- Unsere Angebote sind einfach, verständlich und unkompliziert in der Anwendung
- Unsere Systemlösungen führen zu partnerschaftlichen Beziehungen
- Wir schaffen ein über alle Kontaktpunkte hinweg konsistentes Kundenerlebnis

Für die Gesellschaft:

- Wir leisten einen massgeblichen Beitrag an eine moderne Infrastruktur der Schweiz
- Wir sichern die internationale Anbindung mit unseren Konzerngesellschaften und Partnerschaften
- Wirtschaftlichen Erfolg bringen wir mit ökologischem Bewusstsein und gesellschaftlicher Verantwortung in Einklang

Für unsere Mitarbeitenden:

- Wir verstehen das Engagement und die Innovationskraft der Mitarbeitenden als wichtige Quelle unseres Erfolgs
- Wir verfolgen gemeinsame Ziele und pflegen postweit eine konstruktive, respektvolle Zusammenarbeit
- Wir fördern die Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeitenden und bieten fortschrittliche, marktgerichtete Arbeitsbedingungen

Nachhaltigkeit:

- Wir handeln nachhaltig und richten uns auf den langfristigen Geschäftserfolg aus. Wir streben eine angemessene Balance zwischen ökologischem Handeln, gesellschaftlicher Verantwortung und wirtschaftlichem Erfolg an.

Als strategische Stossrichtungen will die Post für die Schweiz, die Kundinnen und Kunden, die Mitarbeitenden und den Eigner Mehrwert schaffen, indem sie die Qualität der Grundversorgung sichert, nachhaltig wirtschaftet, die Kundenzufriedenheit und das Mitarbeiterengagement stärkt und durch stabile Marktpositionen die finanziellen Ziele des Eigners erfüllt. Als zentrale Messgrösse definiert sie unter anderem einen Zielwert für ihre CO₂-Effizienz.

Der Stellenwert der Nachhaltigkeit wird in der Corporate Responsibility (CR) Charta von der Konzernleiterin öffentlich dargelegt. Zudem verfügt die Post über eine CR-Strategie, die sich auf die vier von den Stakeholdern als wesentlich erachteten Handlungsfelder «verantwortungsvolle Beschaffung», «Klima und Energie», «Kreislaufwirtschaft» und «Corporate Citizenship» konzentriert.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- CR-Charta: www.post.ch/de/ueber-uns/unternehmen/verantwortung/unser-anspruch
- Geschäftsbericht 2016, Kapitel «Strategie» Seite 9–12
- Geschäftsbericht 2016, Kapitel «Nachhaltigkeit und Engagement» Seiten 43–48

- CR-Strategie: www.post.ch/de/ueber-uns/unternehmen/verantwortung/unser-anspruch
- Verhaltenskodex:
www.post.ch/-/media/post/ueber-uns/dokumente/verhaltenskodex.pdf?la=de&vs=1
- Vision:
www.post.ch/de/ueber-uns/unternehmen/unsere-grundsaeetze/vision?query=vision

Organisationsprofil

G4-3 Name der Organisation

Post CH AG

G4-4 Wichtigste Marken, Produkte bzw. Dienstleistungen

Produkte bzw. Dienstleistungen

Die Schweizerische Post ist in den vier Märkten Kommunikation, Logistik, Finanzdienstleistungen und Personenverkehr tätig. Sie deckt innerhalb der einzelnen Märkte mit ihren Lösungen und Produkten wesentliche Bedürfnisse der Geschäfts- und Privatkunden ab.

Zum Angebot für Privatkunden gehören Briefe, Pakete, Kurier-/Expresssendungen, Finanzdienstleistungen (Zahlen, Sparen, Anlegen, Vorsorgen, Finanzieren) und Dienstleistungen im Personenverkehr. Ausserdem bietet die Post den Kunden in 1323 Poststellen ein Sortiment an Drittprodukten an. Dazu gehören Produkte mit einer Affinität zur Post wie beispielsweise Papeterieartikel oder Geschenkkarten.

Das Angebot für Geschäftskunden wird einerseits in Lösungen insbesondere entlang der E-Commerce-Wertschöpfungskette und andererseits in spezifische Produkte und Dienstleistungen in den vier Märkten Kommunikation, Logistik, Finanzdienstleistungen und Personenverkehr gegliedert.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Finanzbericht 2016, Kapitel «Märkte, Lösungen und Dienstleistungen» Seiten 6–7

Wichtigste Marken

Die Post geniesst als eine der bekanntesten Marken der Schweiz grosse Sympathie. Durch das traditionelle Geschäft sind ihre Kernwerte «zuverlässig», «wertsteigernd» und «nachhaltig» bei der Schweizer Bevölkerung und den ansässigen Unternehmen solide verankert.

Das ungebrochene hohe Vertrauen in die Post beruht auf der verfolgten, laufend weiterentwickelten Markenstrategie, die ein konsistentes Erscheinungsbild der Dachmarke «Die Post» und der beiden Leistungsmarken «PostFinance» und «PostAuto» sicherstellt. Das inhaltlich, formal und zeitlich abgestimmte Zusammenspiel der Kommunikationsinstrumente erzielt Synergiewirkungen und macht die Marke über sämtliche Kontaktpunkte hinweg erlebbar.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Finanzbericht 2016, Kapitel «Marken» Seite 10

G4-5 Hauptsitz der Organisation

Die Schweizerische Post AG
Wankdorfallee 4
Postfach
3030 Bern
Schweiz

G4-6 Anzahl der Länder, in denen die Organisation tätig ist.

Die Schweizerische Post ist in 20 Ländern tätig.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Finanzbericht 2016, Kapitel «Geografische Aufstellung» Seiten 8–9

G4-7 Eigentumsverhältnisse und Rechtsform

Seit dem 26. Juni 2013 verfügt die Schweizerische Post über eine Holdingstruktur. Die Schweizerische Post AG als oberste Holdinggesellschaft ist ein selbstständiges Unternehmen des öffentlichen Rechts im alleinigen Eigentum des Bundes, allerdings nicht mehr in der Form einer Anstalt, sondern in der Form einer spezialgesetzlichen Aktiengesellschaft. Das postalische Geschäft wird seit der Transaktion in der Post CH AG, das Bankgeschäft in der PostFinance AG und der öffentliche Personenverkehr in der Postauto AG erbracht. Das Organigramm auf Seite 11 des Finanzberichtes zeigt die Organisationseinheiten des Konzerns. Im Kapitel «Tochtergesellschaften» auf Seiten 147–149 des Finanzberichts sind die Beteiligungen ersichtlich.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Finanzbericht 2016, Kapitel «Konzernstruktur und Aktionariat» Seite 62

G4-8 Märkte

Märkte, die bedient werden einschliesslich geografischer Aufschlüsselung, beliefeter Branchen sowie der Art der Abnehmer und Empfänger.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Finanzbericht 2016, Kapitel «Geschäftstätigkeit» Seiten 6–10
- Finanzbericht 2016, Kapitel «Geschäftsentwicklung» Seiten 25–52
- Finanzbericht 2016, Tabelle «Ergebnis nach Regionen» Seiten 94–95

G4-9 Grösse der Organisation

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Geschäftsbericht 2016, Tabelle «Kennzahlen im Fünfjahresvergleich» Seite 61
- Geschäftsbericht 2016, Tabelle «Unsere Leistungen 2016» und Kapitel «Märkte und Segmente» in der vorderen Klappe des Geschäftsberichts
- Finanzbericht 2016, Kapitel «Tochtergesellschaften» Seiten 147–149

G4-10 Zusammensetzung der Belegschaft

Nennen Sie die Gesamtzahl der Beschäftigten nach Arbeitsvertrag und Geschlecht, Beschäftigungsart und Region.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2016, Blatt «Personalbestand»
- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2016, Blatt «Lernpersonal»
- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2016, Blatt «Nachwuchskräfte»
- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2016, Blatt «Anstellungsverhältnisse»
- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2016, Blatt «Arbeitsplätze in Regionen»

G4-11 Kollektivvereinbarungen

Prozentsatz der Mitarbeiter, die unter Kollektivvereinbarungen fallen.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2016, Blatt «Anstellungsverhältnisse»

G4-12 Lieferkette

Beschreibung der Lieferkette der Organisation.

Mit der Nachhaltigkeitsstrategie 2014–16 ist die nachhaltige Beschaffung entlang der gesamten Wertschöpfungskette noch verstärkter in den Blickpunkt gerückt. Bei sämtlichen Warengruppen der Post spielen soziale, ethische und ökologische Kriterien eine noch wichtigere Rolle. Konkret ist in der Strategie das Ziel verankert, dass bis Ende 2016 für 100 Prozent der Warengruppen eine Risikomatrix erstellt ist. Aus den Ergebnissen werden Massnahmen je Warengruppe erarbeitet und umgesetzt. In der Strategieperiode 2017–20 sollen die bis anhin laufenden Aktivitäten weitergeführt, ausgebaut und der Reifegrad des Handlungsfeldes gesteigert werden. Als Kern der verantwortungsvollen Beschaffungsorganisation etabliert sich das Konzept der Sorgfaltspflicht. Zudem liegt der Fokus der verantwortungsvollen Beschaffung verstärkt auf der Lieferkette und der Arbeit mit den Lieferanten, weil dort die grössten Hebelwirkungen für Verbesserungen liegen. Es besteht die Absicht, die Beschaffungsorganisation Post zu einer führenden, verantwortungsvollen Beschaffungsorganisation weiterzuentwickeln.

Aufzählung der Beschaffungsorganisationen sowie der risikoreichsten Warengruppen:

Beschaffungsorganisation	Warengruppen	Risikoreiche Warengruppen (gemäss Matrix sozioökonomische und ökologische Risiken)
Asendia Schweiz	Strassentransporte, Lufttransporte, Zustellvergütungen Post Ausland, Zustellvergütungen Partner Ausland	Strassentransporte
Corporate Procurement	Anlagetechnik, Hardware, Software, Infrastruktur, Publikationen, Dienstleistungen, Bekleidung	Hardware IT, Werbe- und Geschenkartikel (als Produktgruppe von Post- und Drittprodukte)
Immobilienmanagement und Services	Anmiete, Investitionen, Unterhalt/Nebenkosten	allesamt aus der Warengruppe Unterhalt/Nebenkosten: Heizöl, Strom (tatsächlicher Einkauf, ohne Veredelung), Strom (mit Veredelung), Spezialreinigung
Mobility Solutions AG	Treibstoff, Reparaturen durch Dritte, Zweiradfahrzeuge, Ersatzteile, Fahrzeuge bis 3500 kg, Arbeitsgeräte	Ersatzteile: Reifen
PostAuto	Fahrzeuge Personentransporte, Ersatzteile, Reparaturen durch Dritte, Strassentransporte Personen	Knapp nicht mehr als sehr risikoreich eingestuft: Ersatzteile (Batterien, Reifen, Karosserieteile)
PostLogistics	Schienentransporte Güter, Schienentransporte Güter (Rangierleistung), Strassentransporte	–
Poststellen und Verkauf	Telekommunikation, Wertzeichen, sonstige Drittprodukte	Telekommunikation, sonstige Drittprodukte: Papeterieprodukte, Druckerpatronen
Versicherungsmanagement	Nicht analysiert, da Versicherungsleistung	–

Insgesamt kamen 89 Prozent der Lieferanten aus der Schweiz (13 040) und 2 Prozent aus dem Ausland (312). Das Beschaffungsvolumen betrug 2 680 Millionen Franken.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2016, Blatt «Lieferkette»
- Beschaffung Post: www.post.ch/de/geschaeflich/themen-a-z/beschaffungsorganisation-post

G4-13 Strukturelle Veränderungen

Wesentliche Veränderungen der Grösse, Struktur oder Eigentumsverhältnisse im Berichtszeitraum.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Finanzbericht 2016, Kapitel «Zugänge und Abgänge von Tochtergesellschaften»
Seiten 150–152

G4-14 Berücksichtigung des Vorsorgeprinzips

Erklärung, ob und wie die Organisation den Vorsorgeansatz bzw. das Vorsorgeprinzip berücksichtigt.

Der Grundlohn und der leistungsorientierte variable Lohnanteil der Mitglieder der Konzernleitung sind versichert: bis zum möglichen Höchstbetrag von 338 400 Franken in der Pensionskasse Post (Beitragsprimat); höhere Einkommen in einer Kaderversicherung (Beitragsprimat). Die Arbeitgeberin beteiligt sich überparitätisch an den Beiträgen für die berufliche Vorsorge. Die Arbeitsverträge basieren auf dem Obligationenrecht. Die Kündigungsfrist für Mitglieder der Konzernleitung beträgt seit 1. Juli 2010 sechs Monate. Für die vor diesem Zeitpunkt eingetretenen Mitglieder gilt die ehemalige Frist von zwölf Monaten. Vereinbarungen über allfällige Abgangsentschädigungen gibt es keine.

G4-15 Vereinbarungen und Initiativen

Extern entwickelte ökonomische, ökologische und gesellschaftliche/soziale Vereinbarungen, Prinzipien oder andere Initiativen, die die Organisation unterzeichnet bzw. denen sie zugestimmt hat oder denen sie beigetreten ist.

Die Post richtet sich in der Unternehmensökobilanzierung nach dem Greenhouse Gas Protocol. Sie hat Vereinbarungen mit folgenden Organisationen unterzeichnet: act – Cleantech Agentur Schweiz, United Nations Global Compact, Fair Wear Foundation, Environmental Monitoring and Measurement System der International Post Corporation, WWF Climate Savers.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Partnerschaften: www.post.ch/de/ueber-uns/unternehmen/verantwortung/unser-anspruch

G4-16 Mitgliedschaften in Verbänden und Organisationen

Mitgliedschaften in Verbänden (wie Industrieverbänden) und nationalen oder internationalen Interessenverbänden.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Partnerschaften: www.post.ch/de/ueber-uns/unternehmen/verantwortung/unser-anspruch

Ermittelte wesentliche Aspekte und Grenzen

G4-17 Konsolidierungskreis

Unternehmen, die im konsolidierten Jahresabschluss oder in gleichwertigen Dokumenten aufgeführt sind.

Die Berichterstattungsgrenze des vorliegenden GRI-Berichtes umfasst die «Post CH AG». Die meisten quantitativen Kennzahlen wurden jedoch für die gesamte Schweizerische Post AG, also inklusive PostAuto AG und PostFinance AG, erhoben.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Finanzbericht 2016, Kapitel «Tochtergesellschaften» Seiten 147–149
- Finanzbericht 2016, Kapitel «Jahresabschluss Konzern» Seiten 75–80 (Grundlagen der Rechnungslegung)
- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2016, Blatt «Grundsätze zur Berichtsabgrenzung»

G4-18 Bestimmung der Wesentlichkeit

Verfahren zur Festlegung der Berichtsinhalte und der Abgrenzung von Aspekten sowie Umsetzung der Berichterstattungsgrundsätze.

Die Post hat 2015 eine Relevanzmatrix für die Post CH AG und die PostAuto AG erstellt. Es wurden insgesamt zehn externe Interviews mit Privat- und Geschäftskunden, Bundesämtern, Parteien, Gewerkschaften sowie NGOs geführt und zwei Fokusgruppen befragt. Intern wurden rund 35 Personen

befragt, inklusive vier Mitglieder der Konzernleitung. Zusätzlich lieferten die Stakeholder-Dialoge Inputs für die Bestimmung der Berichts- und Kommunikationsinhalte sowie die Definition der Zielgruppen (Stakeholder) für den Bericht.

Für den vorliegenden GRI-Bericht wurde diese Relevanzmatrix verwendet. Den relevanten Themen wurden die entsprechenden GRI-Aspekte zugeordnet. Als wesentlich werden Aspekte erachtet, die auf der Relevanzmatrix mit hoher oder höchster Relevanz eingestuft wurden.

Relevanzmatrix



Weiter wird im vorliegenden Bericht Stellung zu Fällen aus den Bereichen Umwelt, Soziales und Governance genommen, die von externen Quellen als relevant eingestuft werden. Quelle dafür sind Cases aus der RepRisk Datenbank, die schwerwiegende Kritik hervorgerufen haben. Im Berichtsjahr liegen keine derartigen Fälle vor.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2016, Blatt «Grundsätze und Prinzipien»
- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2016, Blatt «Berichtsinhalte»

G4-19 Liste wesentlicher Aspekte

Auflistung sämtlicher wesentlicher Aspekte die im Prozess zur Festlegung der Berichtsinhalte ermittelt wurden.

Post Thema	GRI Aspekte
Anstellungs- und Arbeitsbedingungen, Vielfalt (Diversity) und Demografie	Marktpräsenz, Beschäftigung, Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis, Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen, Prüfung Menschenrechte
Arbeitsbedingungen bei Lieferanten	Bewertung der Lieferanten hinsichtlich Arbeitspraktiken, Kinderarbeit, Zwangs- oder Pflichtarbeit, Bewertung der Lieferanten hinsichtlich Menschenrechten, Bewertung der Lieferanten hinsichtlich gesellschaftlicher Auswirkungen
Aus- und Weiterbildung/Nachwuchsförderung	Aus- und Weiterbildung
Daten- und Informationsschutz	Schutz der Privatsphäre des Kunden
Einhalten der gesetzlichen Rahmenbedingungen	Compliance
Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz	Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz
Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen, Gesellschaftlicher Beitrag und soziales Engagement	Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen, Lokale Gemeinschaften
Klima und Energie, Luftschadstoff- und Lärmemissionen	Energie, Emissionen, Produkte und Dienstleistungen, Insgesamt Ökologie, Bewertung der Lieferanten hinsichtlich ökologischer Aspekte
Korruptionsbekämpfung	Korruptionsbekämpfung
Papierverbrauch Büro	Materialien
Vielfalt (Diversity) und Demografie, Anstellungs- und Arbeitsbedingungen	Vielfalt und Chancengleichheit, Gleicher Lohn für Frauen und Männer, Gleichbehandlung
Wettbewerbspraxis, Anstellungs- und Arbeitsbedingungen	Beschwerdemechanismen hinsichtlich Arbeitspraktiken, Wettbewerbwidriges Verhalten
Wirtschaftliche Leistung und Unternehmenswert, Wertverteilung	Wirtschaftliche Leistung

G4-20 Wesentliche Aspekte innerhalb der Organisation

Abgrenzung des Aspektes innerhalb der Organisation.

Für einige Themen liegen die Auswirkungen der Geschäftstätigkeit der Schweizerischen Post vor allem innerhalb der traditionellen Unternehmensgrenze der Schweizerischen Post. Dazu gehören zum Beispiel die Anstellungs- und Arbeitsbedingungen, Aus- und Weiterbildung/Nachwuchsförderung, Gesundheitsförderung und Arbeitsschutz, Vielfalt (Diversity) und Demografie, Papierverbrauch Büro, Klima und Energie sowie Luftschadstoff- und Lärmemissionen mit direkt verursachten Emissionen, wirtschaftliche Leistung und Unternehmenswert, Wertverteilung, Daten- und Informationsschutz, Korruptionsbekämpfung, Einhalten der gesetzlichen Rahmenbedingungen, Wettbewerbspraxis und gesellschaftlicher Beitrag und soziales Engagement.

G4-21 Wesentliche Aspekte ausserhalb der Organisation

Abgrenzung des Aspektes ausserhalb der Organisation.

Für manche Themen liegen das Ausmass und der Einfluss auf die Auswirkungen ausserhalb der Unternehmensgrenze der Schweizerischen Post. Wichtige Beispiele sind indirekt verursachte Treibhausgas-, Luftschadstoff- und Lärmemissionen, Arbeitsbedingungen bei Lieferanten, indirekte wirtschaftliche Auswirkungen, Korruptionsbekämpfung, Einhalten der gesetzlichen Rahmenbedingungen, Wettbewerbspraxis und gesellschaftlicher Beitrag und soziales Engagement. Verbesserungen der Nachhaltigkeit der Schweizerischen Post werden in diesen Themen bereits zum heutigen Zeitpunkt im Rahmen der Möglichkeiten indirekt erwirkt.

G4-22 Auswirkungen von Neudarstellungen

Erläuterung der Auswirkungen, welche die neue Darstellung von Informationen aus alten Berichten hat und warum die Informationen neu dargestellt wurden.

Durch die neue Relevanzmatrix wurden einige Themen anders benannt oder im Fokus leicht verschoben, der Hauptfokus der Arbeiten ist jedoch ähnlich geblieben und wurde teilweise noch verstärkt. Ansonsten gibt es im Vergleich zum vorjährigen Integrierten Geschäftsbericht keine strukturellen Veränderungen.

G4-23 Veränderungen im Berichtsumfang

Wichtige Änderungen im Umfang und in den Grenzen der Aspekte im Vergleich zu früheren Berichtszeiträumen.

Da als Grundlage die Relevanzmatrix von 2015 verwendet wurde, gibt es im Vergleich zum vorjährigen Integrierten Geschäftsbericht keine strukturellen Veränderungen.

Einbindung von Stakeholdern

G4-24 Stakeholder

Liste der von der Organisation eingebundenen Stakeholdergruppen.

Die folgenden Stakeholder wurden von der Post in den Dialog mit einbezogen (nicht abschliessende Liste):

- Bundesrat und Regulationsbehörden
- Kantonsregierungen
- Nationales Parlament
- Gewerkschaften
- Regionalvertreter
- Wirtschaftsverbände
- Konsumentenschutzorganisationen
- Mitbewerber (International Post Corporation)
- Kunden/Bevölkerung
- Mitarbeitende

Aufgrund der Vielzahl von sich teilweise wandelnden Stakeholdergruppen, mit denen die Post in einem regelmässigen Dialog steht, publiziert die Post keine statische Liste.

G4-25 Auswahl von Stakeholdern

Grundlage für die Ermittlung und Auswahl der Stakeholder, die eingebunden wurden.

Als Basis für die Identifikation dienten u.a. das Management von Reputationsrisiken, die Einbindung von Zweitmeinungen und Aussensichten, Chancenerhöhung für gemeinsame politische Interessenvertretung, unternehmerische und betriebliche Interessen sowie wirtschaftsdiplomatische Gepflogenheiten.

G4-26 Einbindung von Stakeholdern

Ansatz der Organisation zur Einbindung von Stakeholdern.

Die Schweizerische Post steht in einem vielschichtigen Spannungsfeld zwischen politischen und regulatorischen Anforderungen, gesellschaftlicher Akzeptanz sowie wirtschaftlichen Interessen. In diesem Spannungsfeld verfolgt die Post das Ziel, politische Meinungsbildungs- und Entscheidungsprozesse im Dialog mit zu gestalten. Dazu pflegt sie die Beziehungen zu ihren Anspruchsgruppen im In- und Ausland und zu internationalen Organisationen, in denen sie sowohl ihre politischen als auch

betrieblichen Interessen vertritt. Experten sorgen dafür, dass wichtige Vertreterinnen und Vertreter aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft aus erster Hand die Positionen der Post zu bestimmten Themen erfahren und stehen mit ihnen in einem kontinuierlichen Dialog.

Die Einbeziehung der Anspruchsgruppen erfolgt u.a. durch Stakeholdertreffen und durch die Mitgliedschaft und Mitarbeit bei Organisationen, Institutionen und Initiativen. Künftig sollen Stakeholder auch über ein Stakeholderboard (Salon Politique) eingebunden werden.

Das Stakeholder-Konzept wird jährlich dem Präsidenten des Verwaltungsrats und dem CEO vorgelegt und durch diese freigegeben. Das Konzept selbst ist vertraulich und wird nicht publiziert.

G4-27 Im Berichtszeitraum vorgebrachte Themen und Anliegen von Stakeholdern

Die wichtigsten Themen und Anliegen, die durch die Einbindung der Stakeholder aufgekommen sind.

Die aktuelle und künftige Notwendigkeit der Transformation der Post als Bindeglied zwischen der physischen und digitalen Welt waren ebenso ein Thema im Stakeholderdialog wie die kundennahe Weiterentwicklung des Netzes von Zugangspunkten. Zudem wurde im Dialog mit den unterschiedlichen Gruppen die Bedeutung und die Rolle der Post im Service Public in der Schweiz aufgezeigt. Des Weiteren war der Klimaschutz ein wichtiges Thema: Siehe Kapitel «Vorausblickend Verantwortung übernehmen» im Geschäftsbericht auf Seite 44.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Post und Politik: www.post.ch/de/ueber-uns/themen/politik-und-internationales
- Positionen Post: www.post.ch/de/ueber-uns/themen/positions-papiere
- Website: www.servicepublic.ch

Berichtsprofil

G4-28 Berichtszeitraum

Der Inhalt des vorliegenden Berichts bezieht sich auf das Geschäftsjahr 2016 (1.1.2016–31.12.2016).

G4-29 Veröffentlichung des letzten Berichts

Der letzte Integrierte Geschäftsbericht wurde für das Geschäftsjahr 2015 am 10.03.2016 veröffentlicht.

G4-30 Berichtszyklus

Jährlich.

G4-31 Ansprechperson bei Fragen zum Bericht

Kontaktangaben siehe «Kontakt bei Fragen zum Bericht», Seite 36.

G4-32 Gewählte Berichtsoption

Die von der Organisation gewählte «In Übereinstimmung»-Option.

«In Übereinstimmung»-Kern.

G4-33 Externe Prüfung

Die Treibhausgasbilanz wird extern geprüft: EN15, EN16, EN17, die Grundlagen dazu bilden u.a.: EN1, EN2, EN3, EN4.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Assurance Bericht zur Treibhausgasbilanz:
www.post.ch/de/ueber-uns/unternehmen/verantwortung/unser-anspruch

Unternehmensführung

G4-34 Führungsstruktur

Führungsstruktur der Organisation, einschliesslich der Komitees des höchsten Kontrollorgans.

Der Verwaltungsrat ist gegenüber dem Bundesrat verantwortlich für eine einheitliche Führung der Post und der Postkonzerngesellschaften. Die Holdinggesellschaft vertritt gegenüber dem Eigner den gesamten Konzern und ist verantwortlich für die Erfüllung der Verpflichtung zur Grundversorgung. Sie hat das Recht, Konzerngesellschaften zur Erfüllung beizuziehen.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Finanzbericht 2016, Kapitel «Corporate Governance» Seiten 61–69

Ethik und Integrität

G4-56 Werte, Prinzipien, Standards und Normen der Organisation

Werte, Grundsätze sowie Verhaltensstandards und -normen (Verhaltens- und Ethikkodizes) der Organisation.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Vision: www.post.ch/de/ueber-uns/unternehmen/unsere-grundsaeetze/vision?query=vision
- Verhaltenskodex: www.post.ch/-/media/post/ueber-uns/dokumente/verhaltenskodex.pdf
- Grundsätze der Führung und Zusammenarbeit:
www.post.ch/-/media/post/jobs-und-karriere/dokumente/grundsaeetze_fuehrung.pdf
- Sozial- und Ethikkodex:
www.post.ch/-/media/post/beschaffung/dokumente/sozial-ethik-kodex.pdf

Spezifische Standardangaben

Wirtschaftliche Dimension

Wirtschaftliche Leistung

Relevanz

Die Post ist das grösste Transport- und Logistikunternehmen der Schweiz. In der Schweiz hat die Post einen gesetzlichen Auftrag: Sie muss einen ausreichenden Universaldienst (Post- und Zahlungsverkehr) in allen Landesteilen nach gleichen Grundsätzen in guter Qualität zu angemessenen Preisen erbringen.

Managementansatz

Die Vision mit den Kernwerten und die Strategie der Post leiten sich von der Postgesetzgebung und den Vorgaben des Eigners ab. Diese sind in den strategischen Zielen des Bundesrats festgehalten, die alle vier Jahre neu erarbeitet werden. Daraus wiederum leiten sich die sechs strategischen Ziele der Post ab. Die Post will für die Schweiz, die Kunden, ihre Mitarbeitenden und den Eigner Mehrwert schaffen, indem sie die Qualität der Grundversorgung sichert, nachhaltig wirtschaftet, die Kundenzufriedenheit und das Mitarbeiterengagement stärkt und durch stabile Marktpositionen die finanziellen Ziele des Eigners erfüllt: Die Schweizerische Post erzielt einen jährlichen EBIT von 700 bis 900 Millionen Franken–In der Schweiz strebt sie bei ihren Geschäften führende Marktpositionen an (siehe Finanzbericht Seiten 18–19). Die Erreichung der Ziele will sie durch fünf strategische Stossrichtungen sicherstellen.

Wirksamkeit und Ergebnisse

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Finanzbericht 2016, Kapitel «Konzernstrategie» Seiten 16–22
- Finanzbericht 2016, Kapitel «Wesentliche nicht finanzielle Ergebnisse» Seiten 45–52

G4-EC1 Direkt erwirtschafteter und verteilter wirtschaftlicher Wert

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2016, Blatt «Finanzielles Ergebnis Konzern und Segmente»
- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2016, Blatt «Verteilung der Wertschöpfung»

G4-EC2 Durch den Klimawandel bedingte finanzielle Folgen und andere Risiken und Chancen für die Aktivitäten der Organisation

Die Verknappung natürlicher Ressourcen erhöht die Sensibilität von Kunden, Investoren und Gesetzgebern für die ökologische Nachhaltigkeit. Die Nachfrage nach nachhaltigen Produkten steigt. Ein optimaler Mix aus Energieeffizienz und erneuerbaren Energien wird aus Sicht der Unternehmen zu einem kritischen Faktor, um die Kostenspirale zu durchbrechen oder, im Einzelfall, um sich neue Wettbewerbsvorteile zu verschaffen.

Eine Quantifizierung der finanziellen Folgen des Klimawandels auf die Post erachten wir als nicht zielführend. Vielmehr konzentriert sich die Post auf die Erfassung der Treibhausgase und die Massnahmen zur Reduktion.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Geschäftsbericht 2016, Kapitel «Nachhaltigkeit und Engagement» Seite 43–48

G4-EC3 Deckung der Verpflichtungen der Organisation aus dem leistungsorientierten Pensionsplan

Die Pensionskasse Post ist eine privatrechtliche Gemeinschaftsstiftung und übernimmt die berufliche Vorsorge für die Arbeitnehmenden der Schweizerischen Post sowie ihr nahestehender Betriebe (über 44 000 Mitarbeitenden).

Der Grundlohn und der leistungsorientierte variable Lohnanteil der Mitglieder der Konzernleitung sind versichert: bis zum möglichen Höchstbetrag von 338 400 Franken in der Pensionskasse Post (Beitragsprimat); höhere Einkommen in einer Kaderversicherung (Beitragsprimat). Die Arbeitgeberin beteiligt sich überparitätisch an den Beiträgen für die berufliche Vorsorge. Die Arbeitsverträge basieren auf dem Obligationenrecht. Die Kündigungsfrist für Mitglieder der Konzernleitung beträgt seit 1. Juli 2010 sechs Monate. Für die vor diesem Zeitpunkt eingetretenen Mitglieder gilt die ehemalige Frist von zwölf Monaten. Vereinbarungen über allfällige Abgangsschädigungen gibt es keine.

Seit 2008 versichert die Post ihre Mitarbeitenden im Duoprimat, einer Kombination von Leistungs- und Beitragsprimat: Die Altersvorsorge wird im Beitragsprimat versichert, Risikoleistungen wie Invalidität oder Todesfall im Leistungsprimat. Die Risiken werden somit solidarisch getragen, während jeder Versicherte seine Leistungen für das Alter individuell anspart.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Finanzbericht 2016, Kapitel «Personalvorsorge» Seite 99
- Finanzbericht 2016, Kapitel «Deckungsstatus» Seite 100
- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2016, Blatt «Pensionskasse»
- Die Rechte und Pflichten der durch die Pensionskasse Post Begünstigten und des Arbeitgebers richten sich nach dem Vorsorgereglement:
www.pkpost.ch/data/docs/de/1485/PKPostVSR-de-def-20130528.pdf

G4-EC4 Finanzielle Unterstützung von Seiten der Regierung

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Finanzbericht 2016, Kapitel «Staatliche Abgeltungen» Seite 93

Marktpräsenz

Relevanz

Die Post trägt zur Förderung der wirtschaftlichen Lage an ihren Standorten bei. Dies erfolgt direkt über Lohnzahlungen (Arbeitsplätze), die Geschäftsbeziehungen mit lokalen Zulieferern, die Gewinnablieferung an den Bund als Eigentümer und ihrer Sponsoringtätigkeiten. Durch die Schaffung von Arbeitsplätzen in wirtschaftlichen Randregionen leistet sie zudem einen regionalpolitisch und volkswirtschaftlich bedeutenden Beitrag an die wirtschaftliche Entwicklung dieser Regionen. Mit einer hohen Qualität ihrer Leistungen im Allgemeinen und einer hohen Qualität der Grundversorgung im Speziellen ist die Post ein wesentlicher Teil einer effizienten Infrastruktur, welche wiederum allen Unternehmen und Privathaushalten in der Schweiz zu gute kommt.

Managementansatz

Die Post hat aufgrund der Sozialpartnerschaft eine Verhandlungspflicht mit den vertragschliessenden Gewerkschaften syndicom und transfair über die Rahmenbedingungen für die Beziehung zwischen Unternehmen und Mitarbeitenden. Das kooperative Verhältnis zwischen Arbeitnehmer- und Arbeitgeberverbänden erlaubt konsensfähige Lösungen, die den Arbeitsfrieden weitestgehend garantieren. Die arbeitsrechtlichen Grundlagen des Postpersonals basieren auf dem Schweizerischen Obligationenrecht (mit Bezug auf das Arbeitsgesetz, bzw. Arbeitszeitgesetz für PostAuto). Für das Gros der Angestellten gilt einer der künftig insgesamt 10 Gesamtarbeitsverträge (GAV). Zusammen mit ihren Sozialpartnern strebt die Post stets zukunftsgerichtete Lösungen im Interesse der Kunden, der Mitarbeitenden und des Unternehmens an. Die neuen Gesamtarbeitsverträge von Post CH AG, PostFinance AG und PostAuto Schweiz AG traten per 1. Januar 2016 in Kraft. Die GAV für Post Immobilien Management und Services AG, PostLogistics AG, Swiss Post Solutions AG und SecurePost AG wurden 2016 neu verhandelt und werden im Verlauf des Jahres 2017 in Kraft treten. Für die «Frühzustellung und Promopost» soll im Verlauf von 2017 basierend auf den GAV Verträge für Presto AG, Direct Mail Company AG und Epsilon AG verhandelt werden. Einführung voraussichtlich per 1.1.2018.

Wirksamkeit und Ergebnisse

Aktuell besteht eine schwierige und angespannte Situation zwischen Post und Gewerkschaften (insbesondere syndicom). Die von syndicom nach eigenen Kriterien erstellte und veröffentlichte «Gefährdungskarte» zum Thema Netzentwicklung sorgt in den Medien, der Öffentlichkeit und bei den Sta-

keholdern (Gemeinden) für grosse Resonanz und Verunsicherung. Zudem wurden die Gemeinden und Gemeinderäte von syndicom direkt angeschrieben. Mit direkten Gesprächen der Leitung PV mit den Stakeholdern konnten diese korrekt informiert und beruhigt werden. Spitzengespräche mit den Gewerkschaften sollen ebenfalls zur Beruhigung der Situation führen. Die Lohnverhandlungen für das Jahr 2017 wurden von den Gewerkschaften unterbrochen. Der Ausgang bzw. das weitere Vorgehen ist derzeit noch offen. Verweise und weiterführende Dokumente:

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Gesamtarbeitsvertrag Post:
www.post.ch/-/media/post/gav/gesamtarbeitsvertrag-postch-ag.pdf

G4-EC5 Spanne des Verhältnisses der Standardeintrittsgehälter nach Geschlecht zum lokalen Mindestlohn an Hauptgeschäftsstandorten

Die wesentlichen Geschäftsstandorte befinden sich in der Schweiz (85 Prozent der Mitarbeitenden). Über 95% der Mitarbeitenden stehen in einem Arbeitsverhältnis gemäss Art. 319 ff. OR und sind auf der Grundlage eines Gesamtarbeitsvertrages angestellt. Die Post hat aufgrund der Sozialpartnerschaft eine Verhandlungspflicht mit den vertragschliessenden Gewerkschaften syndicom und transfair über die Rahmenbedingungen für die Beziehung zwischen Unternehmen und Mitarbeitenden.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2016, Blatt «Anstellungsverhältnisse»
- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2016, Blatt «Entschädigungen»

Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen

Relevanz

Neben der Schaffung von Arbeitsplätzen in wirtschaftlichen Randregionen leistet die Post einen regionalpolitisch und volkswirtschaftlich bedeutenden Beitrag an die wirtschaftliche Entwicklung dieser Regionen. Durch die Erbringung der Grundversorgung mit Postdiensten und Zahlungsverkehr mit einer hohen Qualität ihrer Leistungen ist die Post ein wesentlicher Teil einer effizienten Infrastruktur, welche wiederum allen Unternehmen und Privathaushalten in der Schweiz zu gute kommt. Bei ihren Sponsoring-Engagements legt die Post grossen Wert darauf, nicht nur als Geldgeber aufzutreten, sondern aktiv einen Mehrwert für beide Seiten in ein Projekt einzubringen. Durch eine stärkere Vernetzung von Firmen untereinander und mit der Post profitieren letztlich alle Teilnehmer. In der CR-Strategie 2017–2020 wird der Fokus auf Corporate Citizenship weiter verstärkt mit dem Ziel, das gesellschaftliche Engagement der Post noch wirkungsvoller und glaubwürdiger zu ergänzen.

Managementansatz

Die Post bewegt sich mit ihrem Angebot an der Schnittstelle zwischen physischer und digitaler Welt: Sie baut auf ein starkes Angebot mit physischen Produkten und ergänzt dieses zunehmend mit digitalen Lösungen. Damit reagiert die Post auf die sich wandelnden Kundenbedürfnisse und entwickelt sich stets weiter. Als Unternehmen, das sowohl in der physischen als auch in der digitalen Welt zu Hause ist, engagiert sich die Post für einen regen Dialog und starke Beziehungen zwischen den Akteuren aller relevanten Branchen. So unterstützt sie im Wirtschaftssponsoring das worldwebforum, die X.DAYS und das Swiss Innovation Forum. Im Sozio-Sponsoring engagiert sie sich mit «2x Weihnachten», der Aktion Christkind, dem College for Collaborative Mobility und im Museum für Kommunikation in Bern. Weiter sponserte sie Gottardo 2016 und das Eidgenössische Schwing- und Älplerfest 2016. Durch die Ausbildung von Lernenden schafft die Post einen weiteren Mehrwert für die Schweiz.

Wirksamkeit und Ergebnisse

Die Schweiz profitiert von einer effizienten Grundversorgung mit Postdiensten und Zahlungsverkehr. Der Mehrwert von weiteren Produkten und Dienstleistungen wird der Bevölkerung und anderen Unternehmen vermittelt. Die Post bildet jährlich rund 750 Auszubildende aus.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Übersicht Sponsoring: www.post.ch/sponsoring
- CR-Strategie: www.post.ch/de/ueber-uns/unternehmen/verantwortung/uns-anspruch
- Jobs und Karriere, Lehrstellen: www.post.ch/de/ueber-uns/themen-a-z/jobs-und-karriere

G4-EC8 Art und Umfang erheblicher indirekter wirtschaftlicher Auswirkungen

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2016, Blatt «Wohltätigkeit und Sponsoring»

Ökologische Dimension

Managementansatz für alle Aspekte der Dimension Umwelt

Relevanz

Aufgrund der Ergebnisse der Relevanzmatrix fokussiert sich die Strategie der Post im Bereich ökologische Nachhaltigkeit auf die Themen Klima und Energie, Luftschadstoff- und Lärmemissionen und Papierverbrauch Büro. Andere Themen werden aufgrund ihrer tieferen Wesentlichkeit deshalb im vorliegenden Bericht nicht umfassend behandelt.

Managementansatz

Die Klima- und Energieziele leiten sich aus der Strategie, den Stossrichtungen und Zielen ab. Das Nachhaltigkeitsmanagement bei der Post ist folgendermassen organisiert: Die Abteilung Corporate Responsibility (CR) auf Ebene Konzern ist für die Koordination und Umsetzung der CR-Strategie des Konzerns verantwortlich. Zusammen mit dem Fachausschuss Nachhaltigkeit und dem Koordinationsteam Nachhaltigkeit werden Massnahmen zur CR-Strategie entwickelt, umgesetzt und auf ihre Wirksamkeit überprüft. Im Fachausschuss Nachhaltigkeit nehmen Geschäftsleitungsmitglieder jedes Konzernbereichs Einsitz; im Koordinationsteam Nachhaltigkeit operativ arbeitende Mitglieder jedes Konzernbereichs.

Die Bereiche können Anträge zur finanziellen Unterstützung von Pilot- und Leuchtturmprojekten an den Konzernleitungsausschuss Innovation, Neugeschäfte und Nachhaltigkeit richten. Zudem werden die Gelder aus der Rückverteilung CO₂-Abgabe wieder zweckgebunden in den Klimaschutz investiert. Alle Postmitarbeitenden haben die Möglichkeit, über das Innovationsmanagement persönliche Ideen zur Verbesserung des ökologischen Handelns der Post einzureichen.

Wirksamkeit und Ergebnisse

Die Post hat bereits in der Strategieperiode 2011–13 aufgrund ihrer damaligen Nachhaltigkeitsstrategie die jährlichen CO₂-Emissionen um 18 500 Tonnen reduziert und damit ihr Ziel von 15 000 Tonnen übertroffen. Mit der Nachhaltigkeitsstrategie 2014–16 wurde dieser Fokus weiterverfolgt und das Ziel, die CO₂-Effizienz um 10 Prozent zu steigern (Basisjahr 2010), wurde mit 16 Prozent übertroffen. In der CR-Strategie 2017–2020 wurde das Konzernziel Steigerung CO₂-Effizienz um 25% bis 2020 (Basisjahr 2010) definiert.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Geschäftsbericht 2016, Kapitel «Nachhaltigkeit» Seiten 43–48
- Geschäftsbericht 2016, Kapitel «Personenverkehrsmarkt» Seiten 38–42
- Finanzbericht 2016, Kapitel «Konzernstrategie» Seiten 16–22
- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2016, Blatt «Klimabelastung»
- Umwelt- und Klimaschutz:
www.post.ch/de/ueber-uns/unternehmen/verantwortung → Für die Umwelt

Materialien

G4-EN1 Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen

Als Dienstleistungsunternehmen ist der Papierverbrauch mengenmässig der wesentliche Materialeinsatz.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2016, Blatt «Papier Wasser Abfall»

G4-EN2 Anteil der Sekundärrohstoffe am Gesamtmaterialeinsatz

Als Dienstleistungsunternehmen ist der Papierverbrauch mengenmässig der wesentliche Materialeinsatz.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2016, Blatt «Papier Wasser Abfall»

Energie

G4-EN3 Energieverbrauch innerhalb der Organisation

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2016, Blatt «Energiebedarf»

G4-EN4 Energieverbrauch ausserhalb der Organisation

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2016, Blatt «Energiebedarf»

G4-EN5 Energieintensität

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2016, Blatt «Klimabelastung»

Emissionen

G4-EN15 Direkte THG-Emissionen (Scope 1)

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2016, Blatt «Klimabelastung»

G4-EN16 Indirekte energiebezogene THG-Emissionen (Scope 2)

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2016, Blatt «Klimabelastung»

G4-EN17 Weitere indirekte THG-Emissionen (Scope 3)

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2016, Blatt «Klimabelastung»

G4-EN18 Intensität der THG-Emissionen

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2016, Blatt «Klimabelastung»

G4-EN20 Emissionen Ozon abbauender Stoffe

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2016, Blatt «Luftschadstoffe»

G4-EN21 NO_x, SO_x und andere signifikante Luftemissionen

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2016, Blatt «Luftschadstoffe»

Produkte und Dienstleistungen

G4-EN27 Umfang der Massnahmen zur Bekämpfung der ökologischen Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen

Erreichte Verringerung des Energiebedarfs: Die erreichten Einsparungen werden über den gesamten Konzern ausgewiesen. Eine Auswahl an Massnahmen und die absoluten Treibhausgasemissionen sind im Geschäftsbericht, Kapitel «Nachhaltigkeit», dargestellt.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Geschäftsbericht 2016, Kapitel «Nachhaltigkeit und Engagement» Seiten 43–48, insbesondere Grafik Seite 44

Insgesamt Ökologie

G4-EN31 Die gesamten Aufwendungen und Investitionen für Umweltschutz nach Art

Die Aufwendungen für Umweltschutz setzen sich zusammen aus Kosten für die Abfallentsorgung, Kosten für das Umweltmanagement, und Finanzierungsmechanismen für Massnahmen zur CO₂-Reduktion und betragen im Jahr 2016 9,857 Millionen CHF.

Bewertung der Lieferanten hinsichtlich ökologischer Aspekte

G4-EN32 Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von ökologischen Kriterien überprüft wurden

Sozial- und Ethikkodex

Alle Lieferanten (100 Prozent) müssen den Sozial- und Ethikkodex der Post unterschreiben. Er fordert unter anderem die Einhaltung der Menschenrechte, das Verbot von Kinderarbeit, eine angemessene Entlohnung und die Beachtung ökologischer Prinzipien der Post. Ergänzend verweist der Sozial- und Ethikkodex auf die weitergehenden schweizerischen und internationalen Normen zum Schutze der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer bei Leistungen, die in der Schweiz oder im Ausland erbracht werden. Die Unterzeichnung des Sozial- und Ethikkodex wird vertraglich von allen Lieferanten eingefordert.

Bekleidung

Im Bereich der Berufskleidung geht die Post noch einen Schritt weiter. Seit 2012 ist sie als erstes Schweizer Grossunternehmen Mitglied der weltweit tätigen Organisation Fair Wear Foundation (FWF). 2014 ist die Post mit dem Leader-Status ausgezeichnet worden, der 2015 und 2016 bestätigt wurde. Mit der Mitgliedschaft in der FWF verpflichtet sich die Post zu einer strengen Kontrolle und nachhaltigen Implementierung von Sozialstandards bei ihren Bekleidungslieferanten.

Im Multi-Stakeholder-Ansatz bringt die FWF Industrieverbände, Gewerkschaften und NGOs als gleichberechtigte Partner zusammen, um Mindeststandards für die Angestellten durchzusetzen und Transparenz in der Bekleidungsindustrie zu fördern. Lokale Organisationen spielen dabei eine besonders wichtige Rolle. Nebenamtliche Auditoren sind meist ortsansässige Fachexperten wie beispielsweise Ärzte und Juristen, die ausgebildet werden, um für die FWF Produktionsbetriebe zu kontrollieren. Die Schweizerische Post strebt eine kontinuierliche Weiterentwicklung der Arbeitsbedingungen bei ihren internationalen Bekleidungslieferanten an. Sie hat das Management und auch die Angestellten erheblich für den FWF-Kodex für Arbeitspraktiken sensibilisiert.

Die FWF macht die Kontrollen der Sozialstandards für die Post in den Risikoländern China und Bulgarien, die 27% des Beschaffungsvolumens der Bekleidung ausmachen. In Low Risk Ländern, die 65% des Beschaffungsvolumens ausmachen, werden sowohl die Sozialkontrollen als auch die Schulungen in den Fabriken von der Post selber durchgeführt. Die restlichen Kontrollen und Schulungen, die 8% des Volumens ausmachen, werden von Betterwork/ILO in Jordanien durchgeführt.

Strategie

Mit der Nachhaltigkeitsstrategie 2014–16 rückte die nachhaltige Beschaffung entlang der gesamten Wertschöpfungskette verstärkt in den Blickpunkt. Bei sämtlichen Warengruppen der Post spielen soziale, ethische und ökologische Kriterien eine noch wichtigere Rolle. Dieser Fokus wird in der CR-Strategie 2017–20 weiter verstärkt. Konkret ist in der CR-Strategie das Ziel verankert, dass pro strategischem Lieferant eine Risikoanalyse durchgeführt und die Nachhaltigkeitsperformance gemessen wird. Ein Entwicklungsprogramm (Corrective Action Plan) wird erstellt, der Massnahmen zur Verbesserung der CR-Performance der Lieferanten enthält. Dies betrifft rund 300 Lieferanten bis 2020.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Geschäftsbericht 2016, Artikel «Mehr Lohn für Näherinnen» Seite 48
- Sozial- und Ethikkodex:
www.post.ch/-/media/post/beschaffung/dokumente/sozial-ethik-kodex.pdf
- Verantwortungsvolle Beschaffung: www.post.ch/de/geschaeflich/themen-a-z/beschaffungsorganisation-post/verantwortungsvolle-beschaffung
- CR-Strategie: www.post.ch/de/ueber-uns/unternehmen/verantwortung/unser-anspruch

G4-EN33 Erhebliche tatsächliche und potenzielle negative ökologische Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Massnahmen

Es sind keine quantitativen Daten verfügbar. Siehe G4-12 (risikoreiche Warengruppen) auf Seite 11 und EN32 auf Seite 23.

Gesellschaft/Soziales: Arbeitspraktiken und Menschenwürdige Beschäftigung

Beschäftigung

Relevanz

Die Zusammenarbeit der Post richtet sich nach ihrer Vision und der Strategie. Der darin enthaltene Grundsatz «Mit unseren Mitarbeitenden sind wir stark» verpflichtet die Post zu einer dynamischen, leistungs- und teamorientierten Unternehmenskultur, einem respektvollen Umgang, einer offenen Kommunikation, attraktiven Entwicklungsmöglichkeiten und zur verantwortungsvollen Umsetzung von Veränderungen im Unternehmen. Die Post kann Herausforderungen wie sich verändernde Kundenbedürfnisse, die weitere Marktöffnung oder die Erschliessung neuer Märkte im In- und Ausland nur zusammen mit ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erfolgreich meistern.

Managementansatz

Die Personalpolitik der Post spielt eine wesentliche Rolle. Sie definiert die Spielregeln für einen fairen, partnerschaftlichen Umgang und legt verbindliche personalpolitische Grundsätze fest. Gleichzeitig formuliert sie die Erwartungen der Arbeitgeberin Post an ihr Management, ihre Vorgesetzten und an ihre Mitarbeitenden im In- und Ausland.

Wirksamkeit und Ergebnisse

Die Post fördert gezielt das Potenzial der Mitarbeitenden mit einem professionellen Innovationsmanagement – ein Beispiel dafür ist der Businessplanwettbewerb PostVenture.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Geschäftsbericht 2016, Kapitel «Mitarbeitende» Seiten 49–52
- Personalpolitik Post:
www.post.ch/-/media/post/jobs-und-karriere/dokumente/personalpolitik.pdf
- Anstellungsbedingungen Post:
www.post.ch/de/ueber-uns/themen-a-z/jobs-und-karriere/arbeitswelt-post/anstellungsbedingungen-post

G4-LA1 Gesamtzahl und Rate neu eingestellter Mitarbeiter sowie Personalfuktuation nach Altersgruppe, Geschlecht und Region

Eine Aufgliederung nach Altersgruppe, Geschlecht und Region wird nicht vorgenommen, da dieser Detaillierungsgrad für die Schweizerische Post als unwesentlich angesehen wird: Die Post rapportiert

für die «Region Schweiz», weitere Aufteilungen ergeben für das Geschäftsmodell keinen Sinn. Die Aufteilungen in Geschlecht und Altersgruppen werden nicht kommuniziert. Die Rate neuer eingestellteter Mitarbeitenden ist angesichts der Gesamtzahl als unwesentlich eingestuft worden.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2016, Blatt «Personalfuktuation»

G4-LA3 Gesamtzahl Mitarbeitende mit Anspruch auf und in Elternzeit, Rückkehrate an den Arbeitsplatz und Verbleibsrate nach der Elternzeit nach Geschlecht

Im Moment sind keine konkreten Daten lieferbar, es ist geplant, die Möglichkeit eines Reportings für die Zukunft strategisch zu berücksichtigen.

Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis

Relevanz

Die Zusammenarbeit der Post richtet sich nach ihrer Vision und der Strategie. Der darin enthaltene Grundsatz «Mit unseren Mitarbeitenden sind wir stark» verpflichtet die Post zu einer dynamischen, leistungs- und teamorientierten Unternehmenskultur, einem respektvollen Umgang, einer offenen Kommunikation, attraktiven Entwicklungsmöglichkeiten und zur verantwortungsvollen Umsetzung von Veränderungen im Unternehmen. Die Post kann Herausforderungen wie sich verändernde Kundenbedürfnisse, die weitere Marktöffnung oder die Erschliessung neuer Märkte im In- und Ausland nur zusammen mit ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erfolgreich meistern.

Managementansatz

Die Post hat aufgrund der Sozialpartnerschaft eine Verhandlungspflicht mit den Gewerkschaften syndicom und transfair über die Rahmenbedingungen für die Beziehung zwischen Unternehmen und Mitarbeitenden. Die arbeitsrechtlichen Grundlagen des Postpersonals basieren auf dem Schweizerischen Obligationenrecht (mit Bezug auf das Arbeitsgesetz, bzw. Arbeitszeitgesetz für PostAuto). Für das Gros der Angestellten gilt einer der künftig insgesamt 10 Gesamtarbeitsverträge (GAV). Mehr Infos dazu siehe G4-LA4.

Wirksamkeit und Ergebnisse

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Gesamtarbeitsvertrag Post:
www.post.ch/-/media/post/gav/gesamtarbeitsvertrag-postch-ag.pdf

G4-LA4 Mindestmitteilungsfristen bezüglich betrieblicher Veränderungen, einschliesslich der Angabe, ob diese in Kollektivvereinbarungen dargelegt sind

Die Post hat aufgrund der Sozialpartnerschaft eine Verhandlungspflicht mit den Gewerkschaften syndicom und transfair über die Rahmenbedingungen für die Beziehung zwischen Unternehmen und Mitarbeitenden. Die arbeitsrechtlichen Grundlagen des Postpersonals basieren auf dem Schweizerischen Obligationenrecht (mit Bezug auf das Arbeitsgesetz, bzw. Arbeitszeitgesetz für PostAuto). Für das Gros der Angestellten gilt einer der künftig insgesamt 10 Gesamtarbeitsverträge (GAV).

Zusammen mit ihren Sozialpartnern strebt die Post stets zukunftsgerichtete Lösungen im Interesse der Kunden, der Mitarbeitenden und des Unternehmens an. Die neuen Gesamtarbeitsverträge von Post CH AG, PostFinance AG und PostAuto Schweiz AG traten per 1. Januar 2016 in Kraft. Die GAV für Post Immobilien Management und Services AG, PostLogistics AG, Swiss Post Solutions AG und SecurePost AG wurden 2016 neu verhandelt und werden im Verlauf des Jahres 2017 in Kraft treten. Für die «Frühzustellung und Promopost» soll im Verlauf von 2017 basierend auf den GAV Verträge

für Presto AG, Direct Mail Company AG und Epsilon AG verhandelt werden. Einführung voraussichtlich per 1.1.2018. Die Mindestmitteilungsfristen richten sich nach dem Obligationenrecht.

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Relevanz

Der Aspekt Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz ist in zwei Aspekten als wesentlich zu betrachten; der Aussenansicht sowie der Innenansicht:

Aussenansicht: Sämtliche Unternehmen der Schweiz sind gesetzlich dazu verpflichtet alle Massnahmen zu unternehmen, damit die Mitarbeitenden vor Unfällen und Krankheiten in Zusammenhang mit ihrer Arbeit geschützt werden. Die Erläuterungen dazu befinden sich im Unfallversicherungs- und Arbeitsgesetz. Die Auswirkung bei einem Fehlverhalten können bis hin zur Betriebsschliessung führen.

Innenansicht: Die Post hat ein wirtschaftliches Interesse daran, dass die Mitarbeitenden gesund und leistungsfähig ihrer Arbeit nachgehen können. Erleidet ein Mitarbeiter einen Berufsunfall oder Berufskrankheit, hat dies zwangsläufig negative Auswirkungen auf die Wertschöpfung. Trotz entsprechenden Versicherungen können Berufsunfälle und Krankheiten rasch mehrere Tausend Franken Schaden verursachen, die durch keine Versicherung abgedeckt werden können.

Managementansatz

Um allen Mitarbeitenden der Post gesunde und sichere Arbeitsplätze zu ermöglichen, wurde für die Konzerngesellschaften Post CH AG, PostAuto AG und PostFinance AG im Jahr 2011 eine von der EKAS zertifizierte Betriebsgruppenlösung erarbeitet, mit der die Umsetzung der EKAS Richtlinie 6508 sowie aller rechtlichen Vorgaben zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz organisiert und umgesetzt werden. Diese Betriebsgruppenlösung wird laufend überarbeitet und aktualisiert. Die Betriebsgruppenlösung dient als Rahmenwerk und ist für alle Konzernbereiche verpflichtend. Im Rahmen der Betriebsgruppenlösung wurden in allen Konzernbereichen davon abgeleitet spezifische Arbeitssicherheitssysteme in Bezug zu deren Gefahren und Risiken erarbeitet. Die Arbeitssicherheitssysteme werden durch ausgebildete Sicherheitsfachpersonen betreut und weiterentwickelt.

Wirksamkeit und Ergebnisse

Die Beurteilung der Effizienz steht bei den Aspekten Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz weniger im Vordergrund. Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz konzentrieren sich mehrheitlich auf die Effektivität in der Umsetzung. Denn damit kann die Effizienz nachhaltig beeinflusst werden. Dennoch wird die Effizienz mit entsprechenden Kennzahlen mindestens jährlich ausgewertet. Dabei bilden Anzahl Berufsunfälle pro 100 Personaleinheiten und Anzahl Ausfalltage pro Berufsunfall wesentliche Kennzahlen. Die Resultate werden im Sicherheitsprogramm der Post dargestellt.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2016, Blatt «Gesundheitsmanagement»
- Engagement der Post für die Mitarbeitenden:
www.post.ch/de/ueber-uns/themen-a-z/jobs-und-karriere/arbeitswelt-post/engagement-post

G4-LA5 Prozentsatz der Gesamtbelegschaft, die in formellen Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Ausschüssen vertreten ist, die die Überwachung von Programmen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz unterstützen und entsprechende Beratung anbieten

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2016, Blatt «Gesundheitsmanagement»

G4-LA6 Art der Verletzung und Rate der Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage und Abwesenheit sowie die Gesamtzahl der arbeitsbedingten Todesfälle nach Region und Geschlecht

Die Datenlage erlaubt momentan keine Auswertung über sämtliche Konzernstandorte. Eine Auswertung innerhalb der Schweiz nach Kantonen wäre möglich, aber mit nicht vertretbarem Aufwand verbunden.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2016, Blatt «Gesundheitsmanagement»

G4-LA8 Gesundheits- und Sicherheitsthemen, die in formellen Vereinbarungen mit Gewerkschaften behandelt werden

Eine Betriebsgruppenlösung hilft den verschiedenen Bereichen der Post als Leitfaden und Umsetzungsinstrument. Damit wird die Konformität mit den gesetzlichen Anforderungen für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz gewährleistet und ermöglicht, die Zahl der berufsbedingten Unfälle und Erkrankungen systematisch zu senken. Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz sind in einer internen Fachweisung für den gesamten Konzern institutionalisiert. Diese Betriebsgruppenlösung wurde bei der Einführung 2011 und Überarbeitung 2014 mit Vertretern der Gewerkschaften besprochen.

Aus- und Weiterbildung

Relevanz

Der Konzern Post kann die Ambitionen und Herausforderungen aus der Vision nur zusammen mit seinen Mitarbeitenden erfolgreich meistern. Die Mitarbeitenden der Post werden bedarfs- und potenzialorientiert gefördert. Die Post bietet vielfältige Perspektiven sowie zahlreiche Möglichkeiten zur internen und externen Aus- und Weiterbildung. So positioniert sie sich als attraktive Arbeitgeberin und fördert gleichzeitig die Arbeitsmarktfähigkeit ihrer Mitarbeitenden. Sie will eine durchgehend hohe Qualität der Mitarbeiterführung erreichen, weshalb sie in eine systematische Kaderentwicklung investiert. Ausserdem bildet sie intern qualifizierten Nachwuchs aus.

Managementansatz

Die Ausbildungsquote der Post beträgt mindestens 5 Prozent. Die Post leistet innerhalb der Berufsbildungslandschaft Schweiz einen massgeblichen Beitrag zur Weiterentwicklung und wirkt als Vorbild für andere Unternehmen:

- Wir arbeiten in regionalen und nationalen Arbeitsgruppen und Projekten der Berufsbildung mit.
- Wir arbeiten eng mit den Berufsbildungsinstitutionen des Bundes, der Kantone und den Organisationen der Arbeitswelt zusammen.
- Unsere Unterstützungsangebote und Kompetenzen werden dank einer regelmässigen Kommunikation im gesamten Berufsbildungsumfeld wahrgenommen.
- Wir begegnen Veränderungen aktiv vorausschauend.
- Wir positionieren uns auch in den Verbänden als treibende Kraft.

Wirksamkeit und Ergebnisse

Pro Jahr führt die Post 300 verschiedene Seminare durch und konzipiert mehr als 100 Lernarrangements, die traditionelle Lernformen mit elektronischen Medien verbinden. Es stehen rund 500 unterschiedliche elektronische Lernprogramme zur Verfügung. Die Wirksamkeit der Massnahmen wird vielfach mit elektronischen Tests oder durch den Vorgesetzten am Arbeitsplatz überprüft.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Nachwuchs fördern: www.post.ch/de/ueber-uns/themen-a-z/jobs-und-karriere/schueler
- Jobs und Karriere: www.post.ch/de/ueber-uns/themen-a-z/jobs-und-karriere

G4-LA9 Durchschnittliche jährliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Mitarbeiter nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie

Genaue Daten, um den Indikator ganz abzudecken, sind im Moment noch nicht vorhanden. Gründe:

- Abwesenheiten aufgrund Bildungsaktivitäten werden in div. Systemen gepflegt, wo sie unterschiedlich definiert sind und unterschiedliche Namen tragen.
- Ein Teil der Belegschaft rapportiert keine Arbeitszeit. Firmenspezifische, bezahlte Aus- und Weiterbildungen werden somit nicht erfasst.
- Die Trennschärfe in den Abwesenheitscodes fehlt.
- Es ist unklar, ob Reisezeiten und Reisespesen auch zu den Bildungsaktivitäten zu addieren sind.

Im Rahmen der Konzeptphase wird u.a. auch das Thema «Führungskennzahlen Bildung» als eines der Schwerpunktthemen angegangen werden.

G4-LA10 Programme für Kompetenzmanagement und lebenslanges Lernen, die zur fortdauernden Beschäftigungsfähigkeit der Mitarbeiter beitragen und diese im Umgang mit dem Ausstieg aus dem Berufsleben unterstützen

Aktuelle, konzernweite Übergangshilfsprogramme gibt es nicht. Zur Vorbereitung auf die Pensionierung führt die Post seit vielen Jahren Pensioniertenkurse durch.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Nachwuchs fördern: www.post.ch/de/ueber-uns/themen-a-z/jobs-und-karriere/schueler

G4-LA11 Prozentsatz der Mitarbeiter, die eine regelmässige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer Karriereentwicklung erhalten, nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie

Für den weitaus grössten Teil der im Monatslohn vergüteten Belegschaft wird alljährlich ein Gespräch zur Leistungsbeurteilung und Mitarbeiterentwicklung durchgeführt. Davon ausgenommen sind:

- Mitarbeitende unter dem Gesamtarbeitsvertrag Post: Beschäftigungsgrad < 40 Prozent
- Mitarbeitende unter dem Gesamtarbeitsvertrag PostLogistics AG: Beschäftigungsgrad < 30 Prozent
- Mitarbeitende Verkauf, Poststellen und Verkauf: Beschäftigungsgrad < 20 Prozent
- Länger dauernde Abwesenheit (z.B. Mutterschaft, Krankheit, Unfall etc.)
- Eintritt nach dem 1.10. des Jahres

Es kommen alle Mitarbeitenden in den Genuss eines Mitarbeitenden-Gesprächs. Dieses ist für die Vorgesetzten obligatorisch. Ca. 66 Prozent aller Mitarbeitenden haben ein Zielvereinbarungsgespräch (ca. 41 000 Mitarbeitende). Alle anderen Mitarbeitenden haben auf Grund ihres geringeren Beschäftigungsgrades ein so genanntes Führungsgespräch. Neu eintretende Mitarbeitende haben ein Probezeit-Gespräch.

Vielfalt und Chancengleichheit

Relevanz

Bei der Post arbeiten weltweit rund 60 000 Menschen aus über 140 Nationen in mehr als 100 verschiedenen Berufen. Sie bringen unterschiedlichste Fähigkeiten und Erfahrungen mit – und ihre individuelle Lebensplanung. Die Post bietet fortschrittliche Arbeitsbedingungen, die dieser Vielfalt gerecht werden.

Managementansatz

Um auf die unterschiedlichen Bedürfnisse der Mitarbeitenden und Konzernkader in den verschiedenen Lebensphasen einzugehen, setzen wir auf moderne Arbeitszeitmodelle wie: gleitende Arbeitszeit, Teilzeitarbeit, Jahresarbeitszeit, Jobsharing, Telearbeit beziehungsweise auf die Möglichkeit von ortsunabhängigem Arbeiten (Work Smart). Auch Kaderstellen schreiben wir konsequent 80 bis 100 Prozent aus. Zurzeit arbeitet fast die Hälfte aller Mitarbeitenden Teilzeit, d.h. mit einem Beschäftigungsgrad von weniger als 90 Prozent. Darunter sind immer mehr Männer. Als Gründungsmitglied der «Work Smart Initiative» fördert die Post flexible und ortsunabhängige Arbeitsformen aktiv.

Wirksamkeit und Ergebnisse

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Geschäftsbericht 2016, Kapitel «Mitarbeitende» Seiten 49–52
- Anstellungsbedingungen Post: www.post.ch/de/ueber-uns/themen-a-z/jobs-und-karriere/arbeitswelt-post/anstellungsbedingungen-post

G4-LA12 Zusammensetzung der Kontrollorgane und Aufteilung der Mitarbeitenden nach Mitarbeiterkategorie in Bezug auf Geschlecht, Altersgruppe, Zugehörigkeit zu einer Minderheit und andere Diversitätsindikatoren

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Finanzbericht 2016, Kapitel «Corporate Governance» Seiten 61–73
- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2016, Blatt «Frauenanteil im Management»
- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2016, Blatt «Geschlechterverteilung»

- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2016, Blatt «Sprachenvielfalt»
- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2016, Blatt «Nationalitäten»
- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2016, Blatt «Demographie»

Gleicher Lohn für Frauen und Männer

Relevanz

Bei der Post arbeiten weltweit rund 60 000 Menschen aus über 140 Nationen in mehr als 100 verschiedenen Berufen. Sie bringen unterschiedlichste Fähigkeiten und Erfahrungen mit – und ihre individuelle Lebensplanung. Die Post bietet fortschrittliche Arbeitsbedingungen, die dieser Vielfalt gerecht werden.

Managementansatz

Um auf die unterschiedlichen Bedürfnisse der Mitarbeitenden und Konzernkader in den verschiedenen Lebensphasen einzugehen, setzen wir auf moderne Arbeitszeitmodelle wie: gleitende Arbeitszeit, Teilzeitarbeit, Jahresarbeitszeit, Jobsharing, Telearbeit. Auch Kaderstellen schreiben wir konsequent 80 bis 100 Prozent aus. Zurzeit arbeitet fast die Hälfte aller Mitarbeitenden Teilzeit, d.h. mit einem Beschäftigungsgrad von weniger als 90 Prozent. Darunter sind immer mehr Männer. Als Gründungsmitglied der Work Smart Initiative fördert die Post flexible und ortsunabhängige Arbeitsformen aktiv.

Wirksamkeit und Ergebnisse

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Geschäftsbericht 2016, Kapitel «Mitarbeitende» Seiten 49–52
- Anstellungsbedingungen Post: www.post.ch/de/ueber-uns/themen-a-z/jobs-und-karriere/arbeitswelt-post/anstellungsbedingungen-post

G4-LA13 Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zum Grundgehalt und zur Vergütung von Männern, nach Mitarbeiterkategorie und Hauptgeschäftsstandorten

Konkrete, aktuelle Daten sind momentan nicht lieferbar. 2009 hat die Post eine Lohngleichheitsanalyse durchgeführt und am Lohngleichheitsdialog erfolgreich teilgenommen. Das Ergebnis war gut, die nicht erklärbare Differenz belief sich auf rund 2.5%. Die Einführung der Gesamtarbeitsverträge wurde per 1.1.2016 vollzogen. Infolge wird im 2017 eine umfassende Analyse durchgeführt.

Bewertung der Lieferanten hinsichtlich Arbeitspraktiken

Siehe G4-12 auf Seite 11 und EN32 auf Seite 23

G4-LA14 Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Kriterien im Hinblick auf Arbeitspraktiken überprüft wurden

Siehe EN32 Seite 23

G4-LA15 Erhebliche tatsächliche und potenzielle negative Auswirkungen auf Arbeitspraktiken in der Lieferkette und ergriffene Massnahmen

Siehe EN32 Seite 23

Beschwerdemechanismen hinsichtlich Arbeitspraktiken

Das Thema Beschwerdemechanismen gehört zum Portfolio der Compliance Themen und ist damit Teil des Compliance Management Systems der Post, siehe «Compliance» auf Seite 33.

G4-LA16 Anzahl der Beschwerden in Bezug auf Arbeitspraktiken, die über formelle Beschwerdeverfahren eingereicht, bearbeitet und gelöst wurden

Im Sommer 2013 erfolgte die Umwandlung von der öffentlich-rechtlichen Anstalt zur spezialgesetzlichen Aktiengesellschaft mit der gleichzeitigen Auslagerung von Post CH AG und PostFinance AG.

Seit diesem Zeitpunkt sind für arbeitsrechtliche Streitigkeiten nicht mehr die Verwaltungsgerichte sondern neu die Zivilgerichte zuständig. Seither finden keine Beschwerden mehr statt. Wir führen keine Statistik über die Anzahl zivilrechtlicher Fälle. 2016 gab es keine formellen Beschwerdeverfahren. Zudem gab es weder qualitativ noch quantitativ signifikante arbeitsrechtliche Fälle.

Gesellschaft/Soziales: Menschenrechte

Gleichbehandlung

Siehe Vielfalt und Chancengleichheit Seite 28.

G4-HR3 Gesamtzahl der Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemassnahme

Ein diskriminierungsfreies Arbeitsumfeld ist eine wichtige Voraussetzung für gesunde und zufriedene Mitarbeitende. Um Diskriminierungsfälle zu vermeiden, werden die Vorgesetzten sensibilisiert, Konflikte rasch anzugehen und die HR- und Sozialberatung frühzeitig beizuziehen. Die Anzahl Fälle Mobbing und sexuelle Belästigung, in denen die Sozialberatung involviert ist, ist bekannt. Eine Statistik über die Gründe (z.B. Diskriminierung) gibt es nicht. Bei sexueller Belästigung kann angenommen werden, dass immer diskriminierendes Verhalten vorhanden ist. Es sind keine gerichtlichen Klagen bekannt.

Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen

Relevanz

Die Vereinigungsfreiheit und das Recht auf Kollektivvereinbarungen ist gesetzlich garantiert.

Managementansatz

Alle Mitarbeitenden bekommen den Verhaltenskodex Post. Alle Lieferanten müssen den Sozial- und Ethikkodex unterzeichnen. Das Kernübereinkommen der International Labor Organisation ist Teil des Sozial- und Ethikkodexes. Im Übereinkommen 87 ist die Vereinigungsfreiheit und Schutz des Vereinigungsrechts festgelegt.

Wirksamkeit und Ergebnisse

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Sozial- und Ethikkodex:
www.post.ch/-/media/post/beschaffung/dokumente/sozial-ethik-kodex.pdf
- Verhaltenskodex:
www.post.ch/-/media/post/ueber-uns/dokumente/verhaltenskodex.pdf

G4-HR4 Ermittelte Geschäftsstandorte und Lieferanten, bei denen das Recht der Beschäftigten auf Vereinigungsfreiheit oder Kollektivverhandlungen verletzt wird oder erheblich gefährdet sein könnte, und ergriffene Massnahmen zum Schutz dieser Rechte

Das Thema wird grundsätzlich durch den Sozial- und Ethikkodex besetzt. Die im Rahmen der Audits 2012 festgelegten Massnahmenpläne wurden allgemein erfolgreich umgesetzt. Im Jahr 2012 wurden Verträge mit zwei Lieferanten gekündigt, die nicht zur Zusammenarbeit auf der Grundlage der Fair Wear Foundation-Richtlinien bereit waren, und mit drei weiteren Lieferanten aufgrund geringer Bestellmengen. Die Post kannte ihre Lieferkette bereits vor dem Beitritt zur Fair Wear Foundation sehr gut und ist seit dem Beitritt noch vertrauter mit ihr.

Für die Beurteilung der risikoreichen Gebiete kann sich die Post an der Matrix orientieren, die für das Risikoassessment genutzt wurde. Diese orientiert sich am Sustainable Society Index, 2013, Human Wellbeing-SSI-201. Damit kann eine Einschätzung gemacht werden, wo ein erhöhtes Risiko für die Verletzung der Versammlungsfreiheit (HR4), Kinderarbeit (HR5) oder Zwangs- und Pflichtarbeit (HR6) besteht. Offen bleiben die Massnahmen, die jedoch bis 2016 in einzelnen Fällen realisiert sein werden.

Kinderarbeit

Siehe G4-12 auf Seite 11 und EN32 auf Seite 23

G4-HR5 Ermittelte Geschäftsstandorte und Lieferanten, bei denen das Recht der Beschäftigten auf Vereinigungsfreiheit oder Kollektivverhandlungen verletzt wird oder erheblich gefährdet sein könnte, und ergriffene Massnahmen zum Schutz dieser Rechte

Siehe G4-12 auf Seite 11 und EN32 auf Seite 23

Zwangs- und Pflichtarbeit

Siehe G4-12 auf Seite 11 und EN32 auf Seite 23

G4-HR6 Ermittelte Geschäftsstandorte und Lieferanten, bei denen ein erhebliches Risiko von Zwangs- oder Pflichtarbeit besteht, und ergriffene Massnahmen als Beitrag zur Beseitigung aller Formen von Zwangs- oder Pflichtarbeit

Siehe G4-12 auf Seite 11 und EN32 auf Seite 23

Prüfung Menschenrechte

Siehe G4-12 auf Seite 11 und EN32 auf Seite 23

G4-HR9 Gesamtzahl und Prozentsatz der Geschäftsstandorte, die im Hinblick auf Menschenrechte oder menschenrechtliche Auswirkungen geprüft wurden

Die Bewertung der Einhaltung der sozialen Bedingungen nach dem Standard der International Labor Organisation wird in Bezug auf die Länderherkunft abgestützt. Als Länderherkunft wird jenes Land zugeteilt, in dem der grösste Wertschöpfungsbeitrag geleistet wird. Die Ländermatrix ist vom Sustainable Society Index abgeleitet. Als besonders risikoreich (Wert 5 entspricht dem Maximum) gelten:

- 4 = Karibik, Mittel- und Südamerika, Zentral- und Westasien, Ost- und Südostasien- Osteuropa, Ozeanien
- 5 = Westafrika, Südasien

Warengruppen, bei denen der grösste Wertschöpfungsanteil in diesen Weltregionen erfolgt, sind:

- Hardware, IT
- Werbe- und Geschenkartikel (als Produktgruppe von Post- und Drittprodukten, Corporate Procurement)
- Ersatzteile: Reifen (Beschaffungsorganisation Mobility Solutions)
- Ersatzteile: Reifen, Batterien, Karosserieteile (Beschaffungsorganisation PostAuto)
- Telekommunikation: Mobiltelefone

Aus Warengruppe «Sonstige Drittprodukte» von Beschaffungsorganisation Poststellen und Verkauf:

- Papeterieprodukte
- Druckerpatronen

Aus Warengruppe UnterhaltNebenkosten von Beschaffungsorganisation Immobilien:

- Reinigungsmaterial: Reinigungsmittel und Spezialreinigungsmittel
- Beleuchtungstechnik
- Strom: tatsächlicher Einkauf: für ca. 40 Prozent des Strombedarfs nach CH-Strommix, 60 Prozent gemäss WTO-Ausschreibung ohne Nachhaltigkeitskriterien
- Strom (veredelt; hier fällt v.a. Produktion der PV-Anlagen ins Gewicht)
- Heizöl

Bewertung der Lieferanten hinsichtlich Menschenrechten

Siehe G4-12 auf Seite 11 und EN32 auf Seite 23

G4-HR10 Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Menschenrechtskriterien überprüft wurden

Siehe HR9 Seite 31

G4-HR11 Erhebliche tatsächliche und potenzielle negative menschenrechtliche Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Massnahmen

Siehe HR9 Seite 31

Gesellschaft/Soziales: Gesellschaft

Lokale Gemeinschaften

Relevanz

Die Schweizerische Post hat einen Grundversorgungsauftrag für Postdienste und Dienstleistungen des Zahlungsverkehrs gemäss Postgesetz. Die Einhaltung der Grundversorgungsaufträge werden durch die Aufsichtsbehörden PostCom (Postdienste) und BAKOM (Zahlungsverkehr) überwacht. Der Bundesrat bewertet zudem jedes Jahr die Einhaltung des Grundversorgungsauftrages sowie die strategischen Ziele, die er für die Post alle vier Jahre definiert. Gemäss Bericht des Bundesrates hat die Post diesen Auftrag auch im 2016 sehr gut erfüllt und die fixierten strategischen Ziele erreicht (z.B im Bereich Kundenzufriedenheit, Personalfriedenheit, Laufzeiten, Erreichbarkeit Poststellennetz, siehe Finanzbericht 2016 Kapitel «Wesentliche nicht finanzielle Ergebnisse» Seiten 45–52). Die Aufsichtsbehörden bestätigen die Einhaltung der gesetzlichen Grundversorgungsaufträge ebenfalls.

Managementansatz

Seit dem 1. Januar 2004 hat die Post einen Infrastrukturauftrag. Dieser wird auch im Postgesetz vom 1. Januar 2010 aufgenommen. Die Post ist verpflichtet, ein flächendeckendes Poststellennetz zu betreiben. Zudem muss eine Poststelle mit dem Angebot der Grundversorgung in angemessener Distanz erreichbar sein, das heisst für 90 Prozent der Bevölkerung innerhalb von 20 Minuten. Massgebend ist dabei die Erreichbarkeit mit dem öffentlichen Verkehr oder zu Fuss. Die gleiche Vorgabe gilt für den Zahlungsverkehr innerhalb von 30 Minuten.

Bei der Verlegung oder Schliessung einer Poststelle hört die Post die Behörden der betroffenen Gemeinden an und strebt eine einvernehmliche Lösung an. Als Poststellen gelten für den Bundesrat auch Agenturen. Der Hausservice wird als Poststellenersatz für die Sicherstellung der Grundversorgung anerkannt. Gemäss Artikel 37 der Postverordnung ist die Post verpflichtet bei der Verlegung und Schliessung einer Poststelle verpflichtet das betroffene Gemeinwesen wie folgt einzubeziehen:

- Vor der Verlegung oder Schliessung einer Poststelle hört die Post die Behörden der betroffenen Gemeinden an. Sie strebt eine einvernehmliche Lösung an.
- Kommt keine einvernehmliche Lösung zustande, so wird das Entscheiddossier mit den Stellungnahmen der Behörden nach Absatz 1 der ständigen, vom Bundesrat eingesetzten unabhängigen Kommission (PostCom) unterbreitet. Die Kommission beurteilt den Zugang zur Grundversorgung der betroffenen Region und gibt eine Empfehlung ab.
- Die Post entscheidet endgültig; sie berücksichtigt insbesondere das Ergebnis der Anhörung nach Absatz 1 und die Empfehlung der Kommission nach Absatz 2.

Gemäss Artikel 42 der Postverordnung hat die Post zudem die Pflicht «die Entwicklung der Grundversorgung» zu erfassen und den Regulationsbehörden zu melden.

Wirksamkeit und Ergebnisse

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Post Positionspapier «Die neue Postgesetzgebung»: www.post.ch/-/media/post/ueber-uns/dokumente/positionspapier-postorganisationsgesetz-2011.pdf
- Post Position «Service Public für die Schweiz: Der Grundversorgungsauftrag der Post»: www.post.ch/de/ueber-uns/themen/positionspapiere/grundversorgung
- CR-Strategie: www.post.ch/de/ueber-uns/unternehmen/verantwortung/unser-anspruch

G4-SO1 Prozentsatz der Geschäftsstandorte, bei denen Massnahmen zur Einbindung lokaler Gemeinschaften, Folgenabschätzungen und Förderprogramme umgesetzt wurden

100 Prozent

G4-SO2 Geschäftstätigkeiten mit erheblichen tatsächlichen oder potenziellen negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinschaften

Die Verlegung oder Schliessung einer Poststelle beeinflusst das lokale Gemeinwesen.

Verweise und weiterführende Dokumente:
www.post.ch/de/ueber-uns/unternehmen/medien/medienmitteilungen/2016/die-post-entwickelt-das-netz-der-zukunft

Korruptionsbekämpfung

Die Korruptionsbekämpfung gehört zum Portfolio der Compliance Themen und ist damit Teil des Compliance Management Systems der Post, siehe «Compliance» auf Seite 33.

G4-SO3 Gesamtzahl und Prozentsatz der Geschäftsstandorte, die im Hinblick auf Korruptionsrisiken geprüft wurden, und ermittelte erhebliche Risiken

Risikoanalysen sind ein wichtiger Bestandteil des Compliance Management Systems.

G4-SO4 Informationen und Schulungen über Massnahmen und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung

Kommunikation und Schulung sind ein wichtiger Bestandteil des Compliance Management Systems.

G4-SO5 Bestätigte Korruptionsfälle und ergriffene Massnahmen

Keine Fälle bekannt.

Wettbewerbswidriges Verhalten

Das Kartellrecht und das Postrecht gehören zum Portfolio der Compliance Themen und sind damit Teil des Compliance Management Systems der Post, siehe «Compliance» auf Seite 33.

G4-SO7 Gesamtzahl der Verfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Kartell- und Monopolbildung sowie deren Ergebnisse

Zwei laufende Verfahren.

Compliance

Relevanz

Compliance bedeutet die Einhaltung von Gesetzen, Standards und internen Verhaltensregeln. Die Post bekennt sich zu einer modernen und wirksamen Compliance.

Managementansatz

Die Compliance Post schafft ein unternehmensweit funktionierendes System, welches geeignete Massnahmen zur Verhinderung von Norm- und Ethikverstössen definiert und umsetzt. Die Compliance Ordnung wird in einem kontinuierlichen Prozess weiterentwickelt.

Aufgrund einer ersten Risikoanalyse wurden die Themen Daten- und Informationsschutz, Antikorruption, Öffentliches Beschaffungsrecht, Kartellrecht und Postrecht dem Portfolio der Compliance Themen zugewiesen. Weitere werden folgen. Zu den Themen des Compliance Portfolios werden Compliance Programme erarbeitet. In diesen werden die erforderlichen Massnahmen definiert, um die Risiken von Verstössen gegen Normen und Vorschriften präventiv zu minimieren. Die Massnahmen bestehen aus materiellen Vorgaben/Verhaltensregeln, aus Organisation und Prozessen (insbesondere Kommunikation und Schulung) sowie aus Reporting und Kontrolle. Die Compliance Programme werden regelmässig auf ihre Wirksamkeit hin überprüft und angepasst.

Wirksamkeit und Ergebnisse

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Geschäftsbericht 2016, Kapitel «Compliance» Seite 54–55
- Anonyme Meldestelle der Post www.postcourage.ch
- Verhaltenskodex:
www.post.ch/-/media/post/ueber-uns/dokumente/verhaltenskodex.pdf

G4-SO8 Monetärer Wert signifikanter Bussgelder und Gesamtzahl nicht monetärer Strafen wegen Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften

Bewertung der Lieferanten hinsichtlich gesellschaftlicher Auswirkungen

Siehe G4-12 auf Seite 11 und EN32 auf Seite 23

G4-SO9 Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Kriterien in Bezug auf Auswirkungen auf die Gesellschaft überprüft wurden

Siehe EN 32 Seite 23

G4-SO10 Signifikante aktuelle und potenzielle negative Auswirkungen auf die Gesellschaft in der Lieferkette sowie ergriffene Massnahmen

Siehe EN 32 Seite 23

Gesellschaft/Soziales: Produktverantwortung

Schutz der Privatsphäre des Kunden

Relevanz

Die Post verfügt aufgrund ihrer Tätigkeit sowie des Grundversorgungsauftrags über eine Vielzahl von Personendaten.

Managementansatz

Der Schutz der Kunden-, Lieferanten- und Mitarbeiterdaten ist der Post sehr wichtig, daher verfügt sie über eine umfassende Datenschutzorganisation, die sicherstellen soll, dass die relevanten Gesetze sowie die internen Vorgaben eingehalten werden. Die Post hat eine betriebliche Datenschutzverantwortliche gemäss Datenschutzgesetz benannt. Sie erlässt Datenschutzvorschriften, kontrolliert zusammen mit den Datenschutzbeauftragten der Bereiche deren Einhaltung und empfiehlt Verbesserungsmaßnahmen. Für jede Datensammlung besteht zudem ein namentlich bestimmter Daten-Eigner, welcher für den korrekten Umgang mit den Daten aus dieser Datensammlung sowie deren Sicherheit verantwortlich ist.

Wirksamkeit und Ergebnisse

Im Jahr 2016 wurden keine Verfahren im Zusammenhang mit Datenschutzverletzungen gegen die Post eröffnet. Der Daten- und Informationsschutz gehört zum Portfolio der Compliance Themen und ist damit Teil des Compliance Management Systems der Post, siehe «Compliance» auf Seite 33.

G4-PR8 Gesamtzahl begründeter Beschwerden in Bezug auf die Verletzung der Privatsphäre von Kunden und den Verlust von Kundendaten

Im Jahr 2016 wurden keine Verfahren im Zusammenhang mit Datenschutzverletzungen gegen die Post eröffnet.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Verhaltenskodex:
www.post.ch/-/media/post/ueber-uns/dokumente/verhaltenskodex.pdf
- Anonyme Meldestelle der Post www.postcourage.ch

Impressum und Kontakt

Herausgeberin

Post CH AG
Wankdorfallee 4
Postfach
3030 Bern
Schweiz

Telefon +41 58 338 11 11
Medienkontakt +41 58 338 13 07
www.post.ch/verantwortung

Bei Fragen zum GRI-Bericht: verantwortung@post.ch

Die Schweizerische Post AG
Wankdorfallee 4
Postfach
3030 Bern
Schweiz

Telefon +41 58 338 11 11
www.post.ch

DIE POST 