
**Die Post ist da.
Für alle.**
Nachhaltigkeitsbericht
2019

Zum Nachhaltigkeitsbericht

■ Struktur der Berichterstattung

Die Berichterstattung 2019 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)
- Nachhaltigkeitsbericht (Bericht nach den Richtlinien der Global Reporting Initiative)
- Kennzahlen zum Geschäftsbericht

■ Sprachen

Dieser Bericht ist auf Deutsch, Englisch, Französisch und Italienisch verfügbar.

Massgebend ist der Onlinebericht in deutscher Sprache (www.post.ch/nachhaltigkeitsbericht).

■ Bestellung

Die Dokumente der Jahresberichterstattung 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.

Nachhaltigkeitsberichterstattung der Schweizerischen Post für das Jahr 2019

Die Schweizerische Post dokumentiert ihre Nachhaltigkeitsleistung nach GRI-Standards. Nachhaltigkeit beschreibt dabei eine angemessene Balance zwischen wirtschaftlichem Erfolg, ökologischem Handeln und sozial-gesellschaftlicher Verantwortung. Die Global Reporting Initiative (GRI) gibt international anerkannte Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung vor und fördert somit Transparenz und Vergleichbarkeit. Alle verwendeten Standards basieren auf den GRI-Standards 2016 (GRI-Publikationsdatum). Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards, Option Kern, erstellt.

Inhalt

Vorwort des CEO Roberto Cirillo	2
Was wir erreicht haben: Beitrag zu den Sustainable Development Goals	4
Universelle Standards	6
102 Allgemeine Angaben	6
103 Managementansatz	14
Spezifische Standards	26
200 Ökonomie	26
GRI 201: Wirtschaftliche Leistung	26
GRI 202: Marktpräsenz	27
GRI 203: Indirekte ökonomische Auswirkungen	27
GRI 205: Korruptionsbekämpfung	27
GRI 206: Wettbewerbswidriges Verhalten	28
300 Ökologie	28
GRI 302: Energie	28
GRI 305: Emissionen	31
GRI 307: Umwelt-Compliance	32
GRI 308: Umweltbewertung der Lieferanten	32
400 Soziales	33
GRI 401: Beschäftigung	33
GRI 402: Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis	33
GRI 403: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	34
GRI 404: Aus- und Weiterbildung	34
GRI 405: Diversität und Chancengleichheit	35
GRI 406: Nichtdiskriminierung	36
GRI 407: Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen	36
GRI 408: Kinderarbeit	36
GRI 409: Zwangs- oder Pflichtarbeit	37
GRI 412: Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte	37
GRI 414: Soziale Bewertung der Lieferanten	37
GRI 418: Schutz der Kundendaten	38
GRI 419: Sozioökonomische Compliance	38



Roberto Cirillo
Konzernleiter

Sehr geehrte Damen und Herren

Die Post ist da. Für alle. Das wird auch in Zukunft so sein, und die Post ist sich ihrer besonderen Verantwortung gegenüber den einzelnen Menschen, der Schweizer Gesellschaft und der Umwelt bewusst. Nachhaltigkeit ist daher ein entscheidender Faktor bei unseren unternehmerischen Entscheidungen. Wir wollen als Vorreiterin und als Vorbild unseren Beitrag für eine nachhaltige Entwicklung leisten – zum Nutzen der ganzen Schweiz.

In all ihrem Tun und Wirken strebt die Schweizerische Post eine angemessene Balance zwischen wirtschaftlichem Erfolg, umweltbewusstem Handeln und sozial-gesellschaftlicher Verantwortung unter Berücksichtigung der Bedürfnisse heutiger und zukünftiger Generationen an. Und dies zeigt Wirkung: Im Vergleich der internationalen Postorganisationen ist die Schweizerische Post weit vorne. Bereits zum dritten Mal in Folge wurden wir vom Weltpostverein zur besten Post der Welt gekrönt. Das rüstet uns für zukünftige Herausforderungen und spornt uns an, auch in Zukunft unsere Verantwortung wahrzunehmen und Vorreiterin zu bleiben.

Unsere Corporate-Responsibility-Strategie 2017–2020 fokussiert sich auf fünf prioritäre Handlungsfelder: «verantwortungsvolle Beschaffung», «Klima und Energie», «verantwortungsvolle Arbeitgeberin», «Kreislaufwirtschaft» und «Corporate Citizenship». Sie bilden die Grundlage für unsere Nachhaltigkeitsziele und -massnahmen.

Im Sinne einer transparenten und vergleichbaren Berichterstattung und einer Förderung des Dialogs nehmen wir in unserem Nachhaltigkeitsbericht jährlich Stellung zu den wesentlichen Themen der Corporate Responsibility, und das Ergebnis kann sich sehen lassen.

Wir leisten einen nachweislichen Beitrag zu den UN Sustainable Development Goals und damit zur Strategie des Bundesrats für die nachhaltige Entwicklung der Schweiz. Wir bekennen uns nach wie vor zu den zehn Prinzipien des UN Global Compact. Unser ambitioniertes CO₂-Effizienzziel – eine Steigerung um 25 Prozent bis 2020 im Vergleich zu 2010 – haben wir per Ende 2019 vorzeitig erreicht und übertroffen.

Im Einklang mit den Kundenbedürfnissen entwickeln wir neue Produkte und Dienstleistungen für eine ressourcenschonende und kreislaforientierte Wirtschaft. Wir setzen auf eine nachhaltige und verantwortungsvolle Beschaffung, fördern die Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeitenden und engagieren uns im Rahmen von Corporate Citizenship für das Gemeinwohl.

Entsprechend vielfältig sind unsere Aktivitäten und Referenzen: Mit unserer energieeffizienten Flotte und der Förderung erneuerbarer Energien senken wir kontinuierlich unseren Treibhausgasausstoss. Im Umfeld aller europäischen Postunternehmen verfügen wir in der Zustellung über die grösste Elektrorollerflotte mit rund 6000 dreirädrigen Fahrzeugen, die wir mit zertifiziertem Ökostrom betreiben.

Bis 2025 wollen wir in den urbanen Zentren die Paketzustellung weitgehend mit E-Fahrzeugen erbringen und bis 2030 alle Briefe und Pakete zu 100 Prozent elektrisch zustellen.

Schon jetzt sind alle von uns beförderten adressierten Briefe und PromoPost-Sendungen in der Schweiz klimaneutral unterwegs. Bei Paketen und anderen Sendungen können unsere Kundinnen und Kunden mit dem «pro clima»-Versand die entsprechenden CO₂-Emissionen kompensieren.

Auch bei unseren Immobilien setzen wir Zeichen und verzichten bei Heizungen in Neubauten und bei Modernisierungen auf fossile Brennstoffe. Wir forcieren den Ausstieg aus fossilen Brennstoffen im Sinne der Nachhaltigkeit. Gleichzeitig betreiben wir auf den Dächern unserer Brief- und Paketzentren einige der grössten Fotovoltaikanlagen des Landes. Gesamthaft produzierten unsere Anlagen 2019 über 7 GWh Solarstrom.

Auch in der Beschaffung ist uns Transparenz und Fairness wichtig. Wir legen Wert darauf, dass unsere Produzenten hohe Sozialstandards umsetzen und die Menschenrechte einhalten. Bereits seit 2014 hat uns die Fair Wear Foundation dafür jedes Jahr den Leader-Status verliehen. Ausgediente Kleidungsstücke bekommen ein zweites Leben. Entweder werden gut erhaltene Stücke an gemeinnützige Organisationen abgegeben und von diesen weiterverkauft oder sie werden durch Upcycling zu Taschen, Laptophüllen usw. weiterverarbeitet.

Die Förderung der Vielfalt unserer Mitarbeitenden ist uns ein besonderes Anliegen. Wir haben rund 56 000 Mitarbeitende aus 140 Nationen. Sie sprechen unterschiedliche Sprachen, befinden sich in unterschiedlichen Lebenssituationen und haben unterschiedliche Lebenskonzepte für sich gewählt. Darin liegt für die Post ein grosser Mehrwert. Unseren Verhaltenskodex, der für alle Mitarbeitenden Gültigkeit hat, haben wir 2019 vollständig überarbeitet. Diskriminierung und Mobbing haben bei uns keinen Platz.

Für die Gesundheit unserer Mitarbeitenden optimieren wir ihre Arbeitssituationen und stehen ihnen mit Beratungs- und Begleitungsangeboten in schwierigen Situationen zur Seite. Darüber hinaus sind wir mit rund 1900 Lernenden die drittgrösste Ausbilderin in der Schweiz. Das sind knapp 6 Prozent unseres Personalbestands im Inland. Unsere Mitarbeitenden sind nicht nur das Gesicht der Post nach aussen: Sie sind die Post!

Schliesslich unterstützen wir gemeinnützige Aktionen, wenn wir mit unseren Kernkompetenzen Mehrwert erbringen können. Wie zum Beispiel bei der Aktion «2 x Weihnachten», die wir mit kostenlosen Logistiklösungen unterstützen, oder der Aktion Christkind, bei der über 20 000 Kinderbriefe dank der Angestellten der Post eine persönliche Antwort vom Christkind oder vom Samichlaus erhalten.

Bei all diesen Themen zählt nicht der Blick zurück, und auch der Status quo ist nur bedingt von Bedeutung. Wichtiger sind der Blick nach vorn, die Verantwortung gegenüber der Umwelt und zukünftigen Generationen sowie die Chancen, die sich daraus ergeben.

Die 2019 mit internen und externen Beziehungsgruppen durchgeführte Materialitätsanalyse bestätigte und erweiterte die bislang gesetzten Schwerpunkte und bildet den Grundstein für die Prioritäten der neuen Strategieperiode und den Weitblick bis 2030. Dabei stellen wir besonders die Themen Digitalisierung und Datenschutz, Klima und Energie, Innovation, Kundenerlebnis, umwelt- und sozialverträgliche Beschaffung sowie unsere Produkte und Dienstleistungen in den Fokus.

Die Post erbringt sowohl als Grundversorgerin in der Kommunikation und Logistik wie auch als Rückgrat der Mobilität zwischen Stadt und Land und ebenso als Partnerin im Zahlungsverkehr einen entscheidenden Mehrwert für die Schweizer Volkswirtschaft. Wir wollen unseren Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung sicherstellen und nehmen unsere Verantwortung sehr ernst!



Roberto Cirillo
Konzernleiter

Was wir erreicht haben: Beitrag zu den Sustainable Development Goals

Die Post nimmt ihre soziale, ökologische und wirtschaftliche Verantwortung wahr. Wir handeln heute – für morgen, für zukünftige Generationen, für eine nachhaltige Entwicklung unserer Umwelt und Gesellschaft. Wir leisten einen nennenswerten Beitrag zu den Sustainable Development Goals (SDGs), die sich die UNO im Rahmen der Nachhaltigkeitsagenda 2030 gesetzt hat. Die folgenden Ziele sind für die Post relevant:

SDG



Ziele 4.4 und 4.7

Inklusive, gleichberechtigte und hochwertige Bildung gewährleisten und Möglichkeiten des lebenslangen Lernens für alle fördern

Unsere Ambition und Beitrag zu dem Ziel

Die Post verhilft Jugendlichen und Erwachsenen zu den erforderlichen Qualifikationen für eine Beschäftigung, eine menschenwürdige Arbeit und für Unternehmertum. Ihren Lernenden vermittelt sie Wissen für eine nachhaltige Entwicklung.

Unsere Leistung 2019

- Individuelle Weiterbildungsangebote hat die Post mit knapp 7 Millionen Franken mitfinanziert.
- Über 1100 Teamentwicklungsanlässe wurden postweit durchgeführt.
- Gesamthaft beschäftigt die Post rund 1900 Auszubildende.
- Die Post bietet Ausbildungen in 16 Lehrberufen an.
- Die Erfolgsquote der Lehrabschlüsse liegt bei 98 Prozent.



Ziele 5.1 und 5.5

Geschlechtergleichstellung erreichen und alle Frauen und Mädchen zur Selbstbestimmung befähigen

Die Schweizerische Post setzt sich für Geschlechter- und Chancengleichheit ein und stellt die Weichen für eine volle und wirksame Teilhabe von Frauen an Führungsrollen auf allen Ebenen der Entscheidungsfindung.

- 45 Prozent aller Mitarbeitenden der Post sind Frauen.
- Der Frauenanteil im oberen Kader beträgt 17,1 Prozent.
- Der Frauenanteil im mittleren und unteren Kader beträgt 23,8 Prozent.
- Im Verwaltungsrat beträgt der Frauenanteil einen Drittel (drei von neun Mitgliedern).
- Die Post unterzeichnete die Charta «Lohnleichheit im öffentlichen Sektor» und konnte die unerklärliche Lohn Differenz auf –2,2 Prozent reduzieren.



Ziele 7.2 und 7.3

Zugang zu bezahlbarer, verlässlicher, nachhaltiger und moderner Energie für alle sichern

Den Anteil erneuerbarer Energie und die Energieeffizienz erhöht die Post bis 2030 und darüber hinaus kontinuierlich. Per Ende 2020 will sie ihre CO₂-Effizienz gegenüber 2010 um über 25 Prozent steigern.

- Die Schweizerische Post hat ihre CO₂-Effizienz per Ende 2019 gegenüber 2010 bereits um 27,6 Prozent gesteigert und ihr Ziel damit schon vorzeitig erreicht und übertroffen.
- Sie betreibt auf ihren Dächern einige der grössten Fotovoltaikanlagen der Schweiz. Die 17 Anlagen produzieren 7 GWh Solarstrom.
- In der Zustellung betreibt sie mit über 6000 Dreiradrollern die grösste Elektrorollerflotte aller europäischen Postunternehmen – und das mit Ökostrom.
- Ihren eigenen Strombedarf deckt die Post zu 100 Prozent aus erneuerbaren Quellen aus der Schweiz.



Ziele 8.2, 8.4, 8.5, 8.6, 8.7 und 8.8

Dauerhaftes, breitenwirksames und nachhaltiges Wirtschaftswachstum, produktive Vollbeschäftigung und menschenwürdige Arbeit für alle fördern

Die Schweizerische Post ermöglicht eine höhere wirtschaftliche Produktivität durch Modernisierung und Innovation und strebt eine Erhöhung der Ressourceneffizienz sowie die Entkopplung von Wirtschaftswachstum und Umweltzerstörung an. Sie setzt sich für produktive Vollbeschäftigung für alle Frauen und Männer, einschliesslich junger Menschen und Menschen mit Behinderungen, mit gleichem Entgelt für gleichwertige Arbeit ein. Sie schützt Arbeitsrechte und fördert sichere Arbeitsumgebungen für alle Mitarbeitenden. Zwangsarbeit, moderne Sklaverei und Kinderarbeit lehnt sie kategorisch ab und verlangt das auch von ihren Lieferanten (siehe auch SDG 12).

- Knapp 56 000 Mitarbeitende gestalten das Unternehmen Post mit.
- Über 16 000 Arbeitsplätze bietet die Post in peripheren Regionen an.
- Über ihren Verhaltenskodex und die aktuell neun Gesamtarbeitsverträge verpflichtet sie sich und alle Mitarbeitenden zu Diskriminierungsfreiheit, Lohnleichheit, Sicherheit und Gesundheit.
- Um die Arbeitsmarktfähigkeit ihrer Mitarbeitenden zu fördern, initiierte die Post gemeinsam mit den Sozialpartnern ein breites Präventionsprogramm für eine nachhaltige berufliche Zukunft.
- Lieferanten der Post müssen den Sozial- und Ethikkodex unterzeichnen.



Ziele 9.1 und 9.4

Eine widerstandsfähige Infrastruktur aufbauen, breitenwirksame und nachhaltige Industrialisierung fördern und Innovationen unterstützen

Die Schweizerische Post leistet einen signifikanten Beitrag an eine hochwertige, nachhaltige und widerstandsfähige Infrastruktur – regional und grenzüberschreitend – und ermöglicht einen erschwinglichen und gleichberechtigten Zugang für alle. Dafür modernisiert sie kontinuierlich und nachhaltig, setzt auf umweltverträgliche Technologien und treibt Innovationen voran.

- Die Post erbringt den postalischen Service public für die ganze Schweiz: für Stadt und Land, Alt und Jung, Privatpersonen und Unternehmen, analog und digital. Vom Weltpostverein wurde sie zum dritten Mal in Folge zur besten Post der Welt gekürt.
- Mit den Innovationsprogrammen «PostVenture» und «Postidea» entwickelt die Post laufend zukunftsorientierte Lösungen oder neue Geschäftsmodelle. Sie fördert die Zusammenarbeit mit Startups oder externen Partnern und den Einsatz von zukunftsweisenden Technologien.
- PostAuto betreibt 916 Linien und transportiert täglich über 430 000 Pendler, Schüler und Reisende. Mit über 2400 Fahrzeugen ist PostAuto das grösste ÖV-Unternehmen auf Schweizer Strassen und will verstärkt Fahrzeuge mit alternativen Antrieben einsetzen.

SDG



Ziele 11.2,
11.3, 11.a
und 11.6

Städte und Siedlungen inklusiv, sicher, widerstandsfähig und nachhaltig machen

Unsere Ambition und Beitrag zu dem Ziel

PostAuto schafft im öffentlichen Verkehr Zugang zu sicheren, bezahlbaren, nachhaltigen Verkehrssystemen für alle. Das Unternehmen verbessert laufend die Sicherheit im Strassenverkehr mit besonderem Augenmerk auf Menschen mit besonderen Bedürfnissen.

Die Schweizerische Post leistet ihren Beitrag an eine inklusivere und nachhaltigere Verstärkung und schafft positive Verbindungen zwischen städtischen, stadtnahen und ländlichen Gebieten. Sie setzt sich für eine reduzierte Umweltbelastung, eine Verbesserung der Luftqualität und positive Entwicklungen in der Abfallbehandlung in Städten ein.

Unsere Leistung 2019

- In der Zustellung setzt die Post rund 6000 elektrisch betriebene Roller ein und stellt alle adressierten und unadressierten Briefsendungen in der Schweiz klimaneutral zu (2,8 Milliarden).
- Die Post setzt auf der letzten Meile auf eine CO₂-arme Zustellung mit Elektrorollern und Lastenrädern, reduziert Leerfahrten durch Wertstoffrücknahme und arbeitet mit Bäckereien und Bauern für die Zustellung regionaler Produkte.
- PostAuto betreibt 916 Linien und ist mit über 2400 Fahrzeugen das grösste ÖV-Unternehmen auf Schweizer Strassen.



Ziele 12.1,
12.2, 12.6,
12.7 und 12.8

Für nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sorgen

Die Schweizerische Post fördert nachhaltige Konsummuster und die nachhaltige Bewirtschaftung und effiziente Nutzung der natürlichen Ressourcen sowie nachhaltige Verfahren in der öffentlichen Beschaffung. Mit ihren Dienstleistungen ermöglicht die Post eine höhere Nutzungsintensität sowie Rücklaufquoten von Ressourcen und damit einen nachhaltigeren Konsum in der Schweiz.

Sie nimmt Nachhaltigkeitsinformationen konsequent in ihre Berichterstattung auf und vermittelt Kunden und Mitarbeitenden im Rahmen ihrer Möglichkeiten Wissen über nachhaltige Entwicklung und eine Lebensweise in Harmonie mit der Natur.

- Die Post nimmt Kaffeekapseln, Swisscom-Router, PET-Flaschen und Verpackungsmaterialien sowie gebrauchte Postkleider entgegen und ermöglicht deren fachgerechte Aufbereitung und Wiederverwendung.
- Ausgediente Postrollerbatterien setzt sie in stationären Stromspeichern ein.
- Die Post integriert Nachhaltigkeitskriterien in ihren Ausschreibungen und hat 32 Prozent des Beschaffungsvolumens einer Risikobewertung unterzogen.
- Sie hält als Mitglied der Fair Wear Foundation umfassende Sozialstandards bei der Herstellung ihrer Kleidung ein und wurde zum sechsten Mal in Folge mit dem Leader-Status ausgezeichnet.
- Bei der unabhängigen Bewertung ihrer Unternehmensführung durch EcoVadis hat die Post die Auszeichnung «Gold» erhalten. Sie liegt damit unter den besten 5 Prozent weltweit.
- In der Jahresberichterstattung informiert die Post transparent und umfassend zu Nachhaltigkeitsaspekten nach den Standards der Global Reporting Initiative.



Ziele 13.1,
13.2 und 13.3

Umgehend Massnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen ergreifen

Mit ihren Anstrengungen und der Sensibilisierung für den Klimaschutz stärkt die Schweizerische Post die Widerstandskraft und die Anpassungsfähigkeit gegenüber klimabedingten Gefahren und Naturkatastrophen. Sie bezieht Klimaschutzmassnahmen konsequent in Strategien und Planungen ein und trägt zur Abschwächung des Klimawandels bei.

- Rund 45 Prozent aller Fahrzeuge sind mit alternativen Antrieben (Gas- und Elektrofahrzeuge) unterwegs: mehr als 6000 Elektro-Dreiradroller, 30 elektrisch betriebene Lieferwagen in der Brief- und Paketzustellung sowie 61 Hybrid- und Elektro-Postautos.
- Die Post ist der internationalen Initiative EV100 «100% Electric Vehicles» beigetreten und hat die Ambition, bis 2030 rein elektrisch zuzustellen.
- Sie will die Paketzustellung in urbanen Zentren bis 2025 weitgehend mit E-Fahrzeugen erbringen.
- Zudem will die Post bis 2030 90 Prozent aller fossil betriebenen Heizungen in ihren eigenen Gebäuden ersetzen.
- Sie setzt seit Januar 2019 bei Neubauten und Modernisierungen auf den ganzheitlichen, nachhaltigen Baustandard «DGNB-System Schweiz».
- Die Post hat aus dem postinternen Klimafonds seit 2010 über 18 Millionen Franken in Klimaschutzmassnahmen investiert.



Ziele 17.6
und 17.7

Umsetzungsmittel stärken und die globale Partnerschaft für nachhaltige Entwicklung mit neuem Leben erfüllen

Die Schweizerische Post baut die globale Partnerschaft für nachhaltige Entwicklung aus und unterstützt den Wissensaustausch zur Erreichung der Ziele für nachhaltige Entwicklung. Sie fördert den Erhalt bestehender und den Aufbau neuer wirksamer Partnerschaften.

- Die Post unterhält zahlreiche Partnerschaften für die nachhaltige Entwicklung, darunter UN Global Compact, Verein für umweltgerechte Energie, öbu (Verband für nachhaltiges Wirtschaften), Klimaplattform der Wirtschaft sowie RE100 (100% Renewable Electricity) und EV100 (100% Electric Vehicles).
- Bei der Aktion «2 x Weihnachten» des Schweizerischen Roten Kreuzes transportiert die Post über 60 000 Pakete kostenlos.
- In Zusammenarbeit mit Brockenhäusern, Gemeinden, Grossverteilern und Texaid nimmt sie Produkte und Rohstoffe zurück und führt diese wieder dem Kreislauf zu. Für ausgediente Postkleider ermöglicht die Post eine Wiederverwendung oder ein Upcycling in Zusammenarbeit mit dem Schweizerischen Roten Kreuz und der Behindertenorganisation BEWO.

Universelle Standards

102 Allgemeine Angaben

Die allgemeinen Angaben charakterisieren das Unternehmen sowie seine wesentlichen Anspruchsgruppen und Themen. Zudem legen sie die Struktur und Systemgrenzen der Post dar, die dem vorliegenden Bericht zugrunde liegen.

Organisationsprofil

102-1: Name der Organisation

Die Schweizerische Post AG

102-2: Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen

Neben den postalischen Produkten und Dienstleistungen bietet die Post Finanz- und Mobilitätsdienstleistungen an. Darüber hinaus entwickelt sie marktübergreifende Lösungen, beispielsweise im Digital Commerce. Sie ist stolz, alle Schweizer Privat- und Geschäftskundinnen und -kunden bedienen zu dürfen sowie gezielt im Ausland tätig zu sein. Die Schweizerische Post führt sechs geschäftsführende Bereiche: PostNetz, PostMail, PostLogistics, Swiss Post Solutions, PostAuto und PostFinance. In der juristischen Struktur werden unter der Dachgesellschaft «Die Schweizerische Post AG» die strategischen Konzerngesellschaften «Post CH AG», «PostAuto AG» und «PostFinance AG» geführt.

Das Angebot der Post umfasst die Verarbeitung von Sendungen der Logistik und Kommunikation, sichere elektronische Lösungen, Finanzdienstleistungen und Mobilitätsangebote. Im Kerngeschäft in ihren vier Märkten positioniert sich die Post als Qualitätsanbieterin mit dem besten Preis-Leistungs-Verhältnis. Marktübergreifende Lösungen schaffen massgeschneiderten Kundennutzen (z. B. im Digital Commerce). Die Post entwickelt ihre Produkte und Dienstleistungen aufgrund der Bedürfnisse der Geschäfts- und Privatkunden ständig weiter. Dazu gehört die konsequente Verbindung der physischen mit der digitalen Welt, z. B. bei Cross-Channel-Marketingkampagnen oder der Digitalisierung der Posteingangsverarbeitung. Die Post entwickelt gemeinsam mit Kunden zunehmend Lösungen, die Elemente quer durch den Konzern verbinden (z. B. Working Capital Management als Verbindung von Logistik- und Finanzprodukten).

Die Post ist eine der bekanntesten Marken der Schweiz. Durch die starke Präsenz im Markt sind ihre Markenwerte bei der Schweizer Bevölkerung und den Geschäftskunden gut verankert.

Die Markenidentität und -strategie sowie der Markenauftritt wurden auch 2019 über den operativen Betrieb implementiert und optimiert. Die laufenden Verbesserungsmassnahmen verfolgen das Ziel, an allen Kontaktpunkten ein kundenorientierteres Erlebnis mit der Dachmarke Post und den zwei Leistungsmarken PostFinance und PostAuto zu schaffen. Eine der offensichtlichsten Optimierungen ist der 2019 weiterentwickelte Internetauftritt (www.post.ch). Das inhaltlich, formal und zeitlich abgestimmte Zusammenspiel der verschiedensten Kommunikationsinstrumente erzielt zudem Synergieeffekte und macht die Marken über sämtliche Kontaktpunkte hinweg stringenter erlebbar.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Finanzbericht 2019, Kapitel «Geschäftstätigkeit», Seiten 6–11
- Finanzbericht 2019, Kapitel «Marken», Seite 11

102-3: Hauptsitz der Organisation

Die Schweizerische Post AG
Wankdorfallee 4
Postfach
3030 Bern
Schweiz

102-4: Betriebsstätten

Die Schweizerische Post ist in 21 Ländern mit eigenen Niederlassungen tätig.

Verweise und weiterführende Dokumente:

– Finanzbericht 2019, Kapitel «Geografische Aufstellung», Seiten 8–10

102-5: Eigentumsverhältnisse und Rechtsform

Seit dem 26. Juni 2013 ist die Schweizerische Post in einer Holdingstruktur zusammengefasst. Die Schweizerische Post AG als oberste Holdinggesellschaft ist eine spezialgesetzliche Aktiengesellschaft im alleinigen Eigentum des Bundes. Im Organigramm auf Seite 12 des Finanzberichts sind die Organisationseinheiten des Konzerns aufgeführt. Im Abschnitt «Tochtergesellschaften, assoziierte Gesellschaften und Joint Ventures» auf den Seiten 167–175 des Finanzberichts sind die Beteiligungen ersichtlich.

Verweise und weiterführende Dokumente:

– Finanzbericht 2019, Kapitel «Konzernstruktur und Aktionariat», Seite 62

102-6: Belieferte Märkte

Verweise und weiterführende Dokumente:

– Finanzbericht 2019, Kapitel «Geschäftstätigkeit», Seiten 6–11
– Finanzbericht 2019, Kapitel «Geschäftsentwicklung», Seiten 29–54
– Finanzbericht 2019, Tabelle «Segmentinformationen», Seiten 134–138

102-7: Grösse der Organisation

Verweise und weiterführende Dokumente:

– Geschäftsbericht 2019, Tabelle «Kennzahlen im Fünfjahresvergleich», Seite 69
– Geschäftsbericht 2019, Tabelle «Kennzahlen und strategische Ziele 2017–2020» und Abschnitt «Märkte und Segmente» in der vorderen Klappe des Geschäftsberichts
– Finanzbericht 2019, Kapitel «Tochtergesellschaften, assoziierte Gesellschaften und Joint Ventures», Seiten 167–175

102-8: Informationen zu Angestellten und sonstigen Mitarbeitenden

Verweise und weiterführende Dokumente:

– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2019, Blatt 102, Abschnitte «Personalbestand» und «Anstellungsverhältnisse»
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2019, Blatt 203, Abschnitt «Arbeitsplätze in den Regionen»
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2019, Blatt 404

102-9: Lieferkette

Die Beschaffungsorganisation der Post ist unterteilt in drei Cluster, die die Beschaffung der Bereiche fachlich führen.

Cluster	Risikoreichste Warengruppen (aufgrund sozioökonomischer und ökologischer Risiken) Liste nicht abschliessend
ICT, Dienstleistungen und Produkte	Hardware Bekleidung Werbe- und Geschenkartikel Drittprodukte
Fahrzeuge, Transporte, Instandhaltung	Reifen Batterien Gütertransporte auf der Strasse durch Subunternehmer Personentransporte auf der Strasse durch Subunternehmer
Immobilien	Reinigungsprodukte Externe Reinigungsdienstleistungen Aufträge mit Einbezug von Subunternehmern

Im Jahr 2019 wurden 88 Prozent des Beschaffungsvolumens mit Lieferanten aus der Schweiz realisiert. Die Post arbeitete 2019 mit rund 28 600 Lieferanten aus der Schweiz und rund 1800 aus dem Ausland zusammen. Das Beschaffungsvolumen betrug 3 Milliarden Franken.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2019, Blatt «Lieferkette»
- Beschaffungsstrategie Post:
www.post.ch/de/geschaeflich/themen-a-z/beschaffungsorganisation-post/beschaffungspolitik
- Verantwortungsvolle Beschaffung:
www.post.ch/de/ueber-uns/unternehmen/verantwortung/verantwortungsvolle-beschaffung

102-10: Signifikante Änderungen

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Finanzbericht 2019, Kapitel «Zugänge und Abgänge von Tochtergesellschaften», Seiten 169–172
und «Zugänge und Abgänge von assoziierten Gesellschaften und Joint Ventures», Seiten 173–175

102-11: Vorsorgeansatz oder Vorsorgeprinzip

Die Post handelt heute für morgen wirtschaftlich, ökologisch und sozial verantwortungsvoll, steigert den Wert des Unternehmens und trägt mit zukunftsweisenden Lösungen zu einer nachhaltigen Entwicklung bei.

Die Anwendung des Vorsorgeprinzips dient hauptsächlich zur Verminderung oder Vermeidung negativer Auswirkungen auf Gesellschaft und Umwelt. Es liegt der Corporate-Responsibility-Strategie zugrunde. Unter Nachhaltigkeit versteht die Post eine angemessene Balance zwischen wirtschaftlichem Erfolg, ökologischem Handeln und sozial-gesellschaftlicher Verantwortung unter Berücksichtigung der Bedürfnisse heutiger und zukünftiger Generationen. Auf dieser Basis entwickelt das Unternehmen die langfristig und vorausschauend angelegte Corporate-Responsibility-Strategie weiter und greift Trends frühzeitig auf.

Zur Sicherstellung ihrer Zukunftsfähigkeit betreibt die Post zudem ein professionelles Ideenmanagement für Innovationen, Neugeschäfte und Nachhaltigkeit. Die hierfür zuständige Abteilung stellt Methoden und Instrumente zur Verfügung und begleitet Ideen und Prozesse. Zudem bringt sie gezielt Wissen und Partner von aussen ins Unternehmen.

102-12: Externe Initiativen

Die Post hat unter anderem Vereinbarungen mit folgenden Organisationen unterzeichnet: United Nations Global Compact, act Cleantech Agentur Schweiz, Fair Wear Foundation, Environmental Monitoring and Measurement System der International Post Corporation, RE100. Sie arbeitet aktiv in der Gruppe Energie-Vorbild Bund mit.

Verweise und weiterführende Dokumente:

– Partnerschaften: www.post.ch/de/ueber-uns/verantwortung/was-wir-tun

102-13: Mitgliedschaften in Verbänden

Verweise und weiterführende Dokumente:

– Partnerschaften: www.post.ch/de/ueber-uns/verantwortung/was-wir-tun

Strategie

102-14: Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers

Siehe CEO-Statement im Vorwort.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Corporate-Responsibility-Charta: www.post.ch/de/ueber-uns/verantwortung/unsere-schwerpunkte
- Geschäftsbericht 2019, Kapitel «Strategie, Verantwortung und Innovation», Seiten 10–15
- Finanzbericht 2019, Kapitel «Corporate-Responsibility-Strategie», Seiten 23–26
- Verhaltenskodex: www.post.ch/-/media/post/ueber-uns/dokumente/verhaltenskodex.pdf
- Vision: www.post.ch/de/ueber-uns/unternehmen/unsere-grundsaeetze/vision?query=vision

Ethik und Integrität

102-16: Werte, Grundsätze, Standards und Verhaltensnormen

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
- Compliance-Management: www.post.ch/-/media/post/ueber-uns/dokumente/compliance-management-system.pdf?la=de&vs=2
- Grundsätze der Führung und Zusammenarbeit:
www.post.ch/-/media/post/jobs-und-karriere/dokumente/grundsaeetze/ueber-uns.pdf
- Sozial- und Ethikkodex für Lieferanten:
www.post.ch/-/media/post/beschaffung/dokumente/sozial-ethik-kodex.pdf

Unternehmensführung

102-18: Führungsstruktur

Der Konzernleiter und die sieben Mitglieder der Konzernleitung werden vom Verwaltungsrat gewählt. Sie sind für die operative Führung des ihnen zugeteilten Bereichs verantwortlich. Der Konzernleiter vertritt die Konzernleitung gegenüber dem Verwaltungsrat. Der vom Bundesrat gewählte, neunköpfige Verwaltungsrat ist gegenüber dem Bundesrat verantwortlich für eine einheitliche Führung der Post und der Postkonzerngesellschaften. Der Verwaltungsrat sorgt für die Umsetzung der strategischen Ziele, erstattet dem Bundesrat Bericht über deren Erreichung und stellt ihm die zur Überprüfung notwendigen Informationen zur Verfügung.

Verweise und weiterführende Dokumente:

– Finanzbericht 2019, Kapitel «Corporate Governance», Seiten 61–75

Einbindung von Stakeholdern

102-40: Liste der Stakeholdergruppen

Die Post bemüht sich, die Anliegen ihrer Anspruchsgruppen zu berücksichtigen. Die folgenden Stakeholder sind hauptsächlich relevant für die Post (nicht abschliessend):

Politik und Gesellschaft:

- Bundesrat, Parlament, Regulationsbehörden
- Kantonsregierungen
- Regionalvertreter und Gemeinden

Wirtschaft, Branche und Lieferanten:

- Wirtschafts- und Fachverbände
- Mitbewerber
- Partnerorganisationen in der Wertschöpfungskette und Lieferanten

Kundinnen und Kunden/Bevölkerung:

- Geschäftskunden
- Privatkundenvertretungen

Arbeitnehmer und Arbeitnehmervertretungen:

- Gewerkschaften und weitere Arbeitnehmervertretungen
- Mitarbeitende

102-41: Tarifverträge

Mitarbeitende mit einem Gesamtarbeitsvertrag fallen ausnahmslos unter Kollektivvereinbarungen, damit sind über 85 Prozent der Mitarbeitenden im Inland abgedeckt. Kadermitarbeitende unterliegen stattdessen einem Kadervertrag.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2019, Blatt 102, Abschnitt «Anstellungsverhältnis»

102-42: Ermittlung und Auswahl der Stakeholder

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

102-43: Ansatz für die 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, Meinungsbildungs- und Entscheidungsprozesse im Dialog mitzugestalten. Dazu pflegt sie die Beziehungen zu ihren Anspruchsgruppen im In- und Ausland und zu internationalen Organisationen, in denen sie ihre Interessen vertritt. Expertinnen und Experten sorgen dafür, dass wichtige Vertreterinnen und Vertreter aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft aus erster Hand die Positionen der Post zu relevanten Themen erfahren, und stehen mit ihnen in einem kontinuierlichen Dialog. Der Austausch findet in persönlichen Gesprächen oder über institutionalisierte Plattformen statt. Zudem will die Post die Kommunikation in den Regionen der Schweiz weiter verankern und ausbauen. Dazu wurde eigens eine Organisationseinheit gebildet, die den Regionen in der Romandie, in der Deutschschweiz und im Tessin direkte Ansprechpartner für Medien und Politik bietet.

Anspruchsgruppen werden u. a. durch Stakeholdertreffen und durch die Mitgliedschaft und Mitarbeit bei Organisationen, Institutionen und Initiativen einbezogen. Gleichzeitig stehen die spezialisierte Abteilung Politik und Internationales, das Corporate Center sowie die Bereiche Personal und Kommunikation in regelmässigem und intensivem Austausch mit den unter 102-40 aufgelisteten Gruppen.

Somit ist sichergestellt, dass Anliegen jederzeit an die Post herangetragen werden und Meinungen und Stimmungen insbesondere unter Mitarbeitenden sowie Kundinnen und Kunden regelmässig und standardisiert abgeholt werden können. So werden Stakeholder auch über ein Stakeholderboard (Salon Politique) eingebunden.

Das Stakeholderkonzept wird jährlich den Entscheidungsgremien vorgelegt und von ihnen freigegeben. Das Konzept selbst ist vertraulich und wird nicht publiziert.

2019 wurden im Rahmen der Materialitätsanalyse 144 Stakeholder direkt in die Ermittlung der wesentlichen Themen eingebunden, zusammen mit 14 externen Expertinnen und Experten sowie 34 Vertreterinnen und Vertretern aus dem Management. Eine detaillierte Liste der eingebundenen Stakeholdergruppen findet sich unter 102-40, eine Beschreibung des Wesentlichkeitsprozesses sowie das Ergebnis unter 102-46 und 102-47.

102-44: Wichtige Themen und hervorgebrachte Anliegen

Nach wie vor ist die aktuelle und künftige Notwendigkeit der Transformation der Post als Bindeglied zwischen der physischen und digitalen Welt ein zentrales Thema im Stakeholderdialog, ebenso die kundennahe Weiterentwicklung des Netzes von Zugangspunkten. Folgerichtig liegt grosses Augenmerk auf einer verantwortungsvollen Geschäftsführung, Compliance und Governance. Im Dialog mit den unterschiedlichen Gruppen wird zudem laufend aufgezeigt, welche Bedeutung und welche Rolle der Post im Service public in der Schweiz zukommt.

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/portraet/post-und-politik?shortcut=opp-de-ueber-uns-themen-politik-und-internationales#positionen

Ermittelte wesentliche Aspekte und Grenzen

102-45: Im Konzernabschluss enthaltene Entitäten

Die Berichterstattungsgrenze des vorliegenden Nachhaltigkeitsberichts umfasst die Schweizerische Post AG (Post CH AG, PostAuto AG) exklusive PostFinance AG. Die meisten quantitativen Kennzahlen wurden jedoch für die gesamte Schweizerische Post AG, also inklusive PostFinance AG, erhoben.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Finanzbericht 2019, Kapitel «Tochtergesellschaften, assoziierte Gesellschaften und Joint Ventures», Seiten 167–175
- Finanzbericht 2019, Kapitel «Jahresabschluss Konzern, Grundlagen der Rechnungslegung», Seiten 84–89

102-46: Vorgehen zur Bestimmung des Berichtsinhalts und Themenabgrenzung

2019 erarbeitete die Schweizerische Post aufgrund der Materialitätsanalyse eine neue Relevanzmatrix als robuste Basis für die neue Strategieperiode mit den drei Dimensionen Stakeholderrelevanz, Einfluss auf die nachhaltige Entwicklung und Geschäftsrelevanz. Unter Betrachtung des aktuellen Nachhaltigkeitskontexts erfolgte die Beurteilung in diesen drei Dimensionen mittels Umfragen und einer Reihe von Experteninterviews unter Einbezug von insgesamt 192 internen und externen Meinungen.

102-47: Liste der wesentlichen Themen

Für die Schweizerische Post sind die Aspekte der Bereiche Fokus und Fundament der im Kapitel «Managementansatz» wiedergegebenen, dreidimensionalen Relevanzmatrix der Post CH AG wesentlich. Die ermittelten wesentlichen Themen dienen als Grundlage für die Ausarbeitung der Gesamtstrategieentwicklung und der CR-Schwerpunkte. Sie bilden den inhaltlichen Leitfadens des Nachhaltigkeitsberichts der Schweizerischen Post.

Nachfolgende Listenansicht ordnet, wo zutreffend, den wesentlichen Themen der Relevanzmatrix themenspezifische GRI-Standards zu:

Wesentliche Themen für die Post CH AG	Darin enthaltene themenspezifische GRI-Standards
Digitalisierung und Datenschutz	GRI 418 – Schutz der Kundendaten
Governance, Compliance, Reputationsmanagement	GRI 205 – Korruptionsbekämpfung GRI 206 – Wettbewerbswidriges Verhalten GRI 307 – Umwelt-Compliance GRI 419 – Sozioökonomische Compliance
Schutz und Sicherheit der anvertrauten Güter Innovationsfähigkeit und Berücksichtigung von Konsumententrends	
Kundendialog und -erlebnis	
Wachstum, Wertschöpfung und stabile Finanzlage	GRI 201 – Wirtschaftliche Leistung
Kompetente, leistungsfähige Mitarbeitende	GRI 404 – Aus- und Weiterbildung
Unternehmenskultur und Responsible Leadership	
Nachhaltige Geschäftsstrategie, Risiko- und Resilienzmanagement	
Service public	
Energieeffizienz und Klimaschutz	GRI 302 – Energie GRI 305 – Emissionen (Treibhausgase)
Umwelt- und sozialverträgliche Produkte und Dienstleistungen	GRI 302 – Energie
Sharing-Economy und Kreislaufwirtschaft	
Umwelt- und sozialverträgliche Beschaffung	GRI 204 – Beschaffungspraktiken GRI 308 – Umweltbelieferung von Lieferanten GRI 414 – Soziale Bewertung der Lieferanten
Arbeitssicherheit und Gesundheit	GRI 403 – Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz
Reduktion von Luftemissionen	GRI 305 – Emissionen
Vereinigungsfreiheit, betriebliche Mitteilungsfristen und Mindestlöhne	GRI 202 – Marktpräsenz GRI 402 – Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis GRI 407 – Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen GRI 412 – Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte
Vielfalt, Integration, Chancengleichheit Schutz der Menschenrechte	GRI 405 – Diversität und Chancengleichheit GRI 406 – Nichtdiskriminierung
Rekrutierung und Lohnnebenleistungen	GRI 401 – Beschäftigung
Indirekter wirtschaftlicher Beitrag und Regionalentwicklung	GRI 203 – Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen

102-48: Neudarstellung von Informationen

Es gibt keine Neudarstellungen von Informationen im Vergleich zum letztjährigen Integrierten Geschäftsbericht.

102-49: Änderungen bei der Berichterstattung

Aufgrund der durchgeführten Wesentlichkeitsanalyse wurde die Liste relevanter Themen erweitert und an aktuelle Bedürfnisse und Rückmeldungen der Stakeholder angepasst.

Berichtsprofil

102-50: Berichtszeitraum

Der Inhalt des vorliegenden Berichts bezieht sich auf das Geschäftsjahr 2019 (1. Januar bis 31. Dezember 2019).

102-51: Datum des letzten Berichts

Der letzte Integrierte Geschäftsbericht wurde für das Geschäftsjahr 2018 am 7. März 2019 veröffentlicht.

102-52: Berichtszyklus

Jährlich.

102-53: Ansprechpartner bei Fragen zum Bericht

E-Mail: verantwortung@post.ch

Telefon: +41 58 338 11 11

Medienkontakt: +41 58 338 13 07

102-54: Gewählte Berichtsoption

Dieser Bericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards, Option Kern, erstellt.

102-55: GRI-Inhaltsindex

Siehe Inhaltsverzeichnis zu Beginn dieses Berichts.

102-56: Externe Prüfung

Die Treibhausgasbilanz wird extern geprüft und umfasst: 305-1, 305-2, 305-3 sowie die Grundlagen dazu: u. a. 302-1, 302-2.

Verweise und weiterführende Dokumente:

– Assurance-Bericht zur Treibhausgasbilanz: www.post.ch/de/ueber-uns/verantwortung/was-wir-tun

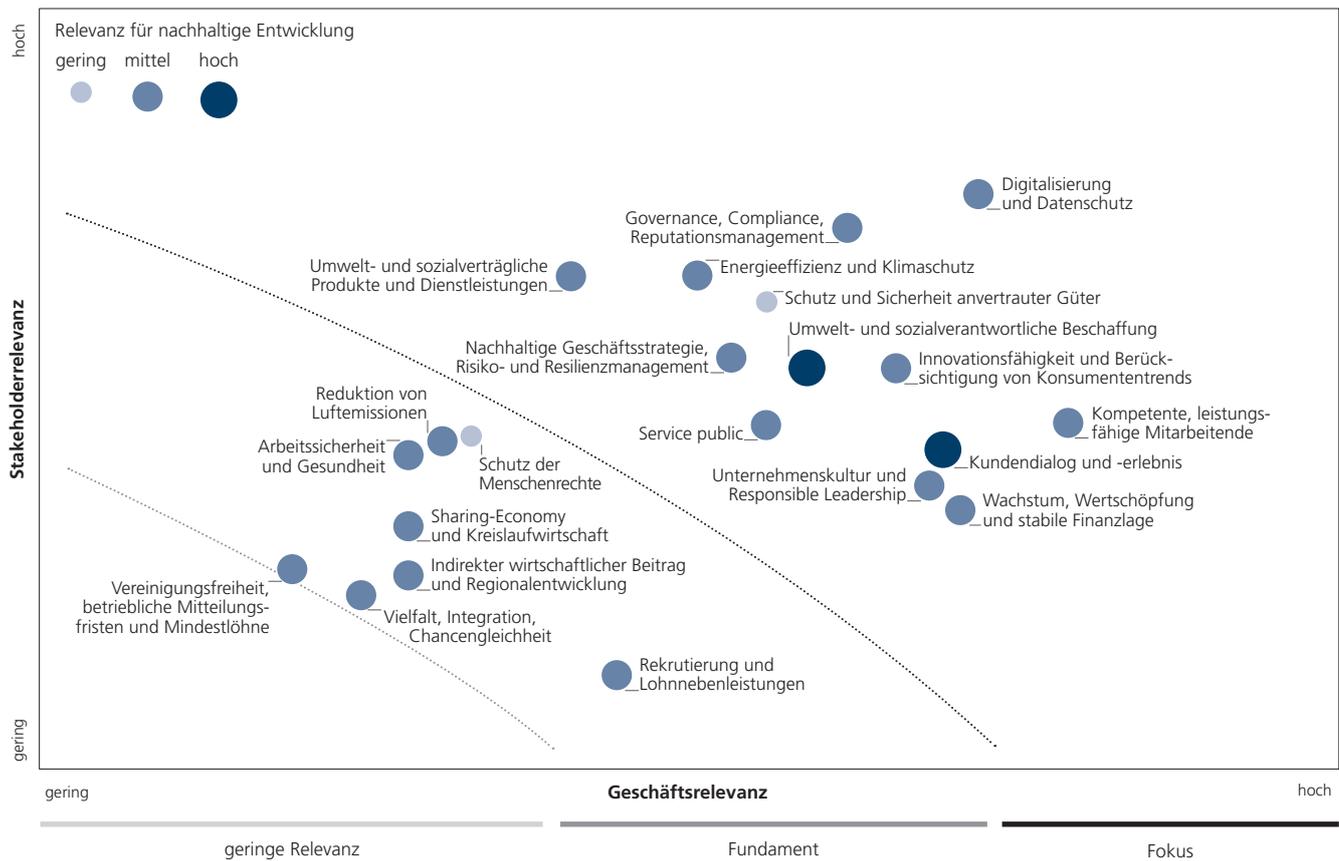
103 Managementansatz

Im Kapitel «Managementansatz» werden die für das Unternehmen wesentlichen Themen näher erläutert und ihre Auswirkungen aufgezeigt, und es wird beurteilt, wie sie jeweils angegangen und vorangetrieben werden.

103-1: Erläuterung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung

Für die Berichterstattung wesentliche Aspekte wurden mittels interner und externer Stakeholderbefragung ermittelt und in der dreidimensionalen Relevanzmatrix für die Post CH AG in den Sektoren Fokus und Fundament dargestellt. Die ermittelten wesentlichen Themen dienen als Grundlage für die Ausarbeitung der Gesamtstrategieentwicklung und der CR-Schwerpunkte. Sie bilden den inhaltlichen Leitfaden des Nachhaltigkeitsberichts der Schweizerischen Post.

Relevanzmatrix Post CH AG



Die Relevanzmatrix zeigt in den beiden Achsen die Stakeholderrelevanz und die Geschäftsrelevanz. Die Relevanz für die nachhaltige Entwicklung wird durch die Grösse und Farbe der jeweiligen Punkte dargestellt. Neun Themen mit geringer Relevanz sind ausgeblendet und nicht näher beleuchtet.

103-2 sowie 103-3: Der Managementansatz und seine Bestandteile sowie Beurteilung

Für die Koordination und Umsetzung der Corporate-Responsibility-Strategie des Konzerns ist die Abteilung Corporate Responsibility (CR) verantwortlich. Sie unterstützt zudem die Bereiche in der

Umsetzung aller für die Nachhaltigkeit wesentlichen Aspekte. Zusammen mit dem Fachausschuss Nachhaltigkeit und mit Fachgruppen werden Massnahmen zur CR-Strategie entwickelt, umgesetzt und auf ihre Wirksamkeit überprüft. Im Fachausschuss Nachhaltigkeit nehmen Leitungsmitglieder jedes Geschäfts- und Funktionsbereichs Einsitz.

Das innerhalb des gesamten Unternehmens breit abgestützte «Netzwerk Nachhaltigkeit» stösst Themen rund um Corporate Responsibility an, diskutiert sie und setzt sich mit ihnen auseinander. Es steht als lebendige Gemeinschaft allen Mitarbeitenden offen und erfreut sich grosser Beliebtheit. Alle Mitarbeitenden haben laufend die Möglichkeit, über das Ideenmanagement oder den 2019 erneut durchgeführten Innovationswettbewerb PostVenture Ideen zur Verbesserung des ökologisch-sozialen Handelns der Post einzureichen.

Digitalisierung und Datenschutz

Die Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung adressiert die Post vorausschauend. Sie treibt die kontinuierliche Weiterentwicklung des Kerngeschäfts in einer strategischen Stossrichtung voran, um weiterhin positive Kundenerlebnisse zu schaffen. Im Fokus stehen zudem die physisch-digitale Verschmelzung und Nutzung von Daten sowie Lösungsangebote für Geschäftskunden. Gleichzeitig hat sie Massnahmen ergriffen, damit auch ihre Mitarbeitenden langfristig auf dem Arbeitsmarkt wettbewerbsfähig bleiben.

Damit verbunden sind auch immer höhere Anforderungen an den Datenschutz. Konsequenterweise ist der Schutz der Kunden-, Lieferanten- und Mitarbeitendendaten Bestandteil des Verhaltenskodex für alle Mitarbeitenden und seit Jahren ein integraler Teil des Compliance-Management-Systems der Post (siehe auch Managementansatz Governance, Compliance, Reputationsmanagement). Die Datenschutzbeauftragte überwacht für den Konzern die Einhaltung der Datenschutzvorschriften innerhalb der Post in fachlicher und organisatorischer Hinsicht.

Im Programm «Daten- und Informationsschutz» hat die Post organisatorische und materielle Massnahmen definiert, um Verstösse gegen das Datenschutzgesetz und die damit verbundenen Risiken zu minimieren. Im Zentrum dieser Massnahmen stehen die umfassende Datenschutzorganisation sowie diverse Prozesse und laufende Schulungen. Mitarbeitende können Fälle bei Verdacht auf Verstösse bei einer anonymen Meldestelle anzeigen.

Wirksamkeit und Ergebnisse

Die Vorgaben werden regelmässig überprüft und wenn nötig an neue Entwicklungen in der Regulierung, Rechtsprechung und Lehre sowie an die konzerninternen Entwicklungen im Rahmen der digitalen Transformation angepasst. 2019 wurden den Datenschutzkoordinatoren in den Bereichen mehr Ressourcen zur Verfügung gestellt. Mit dieser Massnahme konnten die Aktualität der Dokumentation sowie die frühzeitige Berücksichtigung von Datenschutzthemen in neuen Projekten verbessert werden.

Im Jahr 2019 wurden gegen die Post keine Bussgelder, nichtmonetäre Sanktionen und/oder Verfahren im Zusammenhang mit Datenschutzverletzungen angeordnet.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Compliance-Management: www.post.ch/-/media/post/ueber-uns/dokumente/compliance-management-system.pdf?la=de&vs=2
- Verhaltenskodex: www.post.ch/-/media/post/ueber-uns/dokumente/verhaltenskodex.pdf

Nachhaltige Geschäftsstrategie, Risiko- und Resilienzmanagement

Der Bundesrat als Eigner erwartet von der Post, in ihrer Strategie nachhaltigen und ethischen Grundsätzen Folge zu leisten, und macht ihr entsprechende Vorgaben. Konkretisiert hat sie ihre Bemühungen in einer Corporate-Responsibility-Strategie. In der aktuellen Strategieperiode 2017–2020 legt die Post einen besonderen Fokus auf die fünf Handlungsfelder «verantwortungsvolle Beschaffung», «Klima und Energie», «verantwortungsvolle Arbeitgeberin», «Kreislaufwirtschaft» und «Corporate Citizenship».

Für eine nachhaltig erfolgreiche Geschäftspraxis sind das frühzeitige Identifizieren von Gefahren und Chancen und die Fähigkeit, diese vorausschauend und gesamthaft anzugehen, entscheidende Erfolgsfaktoren. Darum legt der Verwaltungsrat als oberstes Gremium alle methodischen und organisatorischen Standards im Umgang mit Chancen und Risiken verbindlich fest. Das Konzernrisikomanagement der Schweizerischen Post entspricht den geltenden Gesetzen und dem Swiss Code of Best Practice

for Corporate Governance. Es lehnt sich an COSO ERM (Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission: Enterprise Risk Management) sowie an die ISO-Norm 31000 an und ist ein wesentlicher Baustein im Entscheidungsprozess als integrierter Teil des Managementsystems. Das Konzernrisikomanagement erfasst nicht nur mögliche Auswirkungen auf die finanzielle Situation des Unternehmens, sondern ebenso – aus Sicht der Stakeholder – Auswirkungen auf die Reputation, die Compliance und die Unversehrtheit von Umwelt, Mitarbeitenden und Mitmenschen.

Wirksamkeit und Ergebnisse

Das Risikomanagement wird kontinuierlich weiterentwickelt und umfasst neu auch nichtmonetäre Aspekte wie Compliance, Reputation, Umwelt und Personen. Die Risikosituation wird halbjährlich überprüft, und die Ergebnisse werden jährlich in einem umfassenden Risikobericht der Konzernleitung und dem Verwaltungsrat vorgelegt. Im Finanzbericht nimmt die Post ebenfalls jährlich Stellung zur aktuellen Risikosituation.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Geschäftsbericht 2019, Kapitel «Strategie, Verantwortung und Innovation», Seiten 10–15
- Finanzbericht 2019, Kapitel «Strategie Post 2020», Seiten 16–22
- Finanzbericht 2019, Kapitel «Risikobericht», Seiten 55–59

Governance, Compliance, Reputationsmanagement

Das Thema Compliance ist eine Aufgabe des Verwaltungsrats und hat bei der Post einen hohen Stellenwert. Dafür setzt die Konzernleitung einen Fachausschuss ein, der regelmässig an die Konzernleitung bzw. den Verwaltungsrat Bericht erstattet. Die Grundlagen einer respektvollen, korrekten und ethischen Zusammenarbeit sind – als Basis der Compliance – im Verhaltenskodex festgehalten, der für alle Mitarbeitenden bindend ist.

Das von der Konzernleitung definierte und vom Fachausschuss bearbeitete Compliance-Portfolio resultiert aus einer umfassenden Analyse der Risiken aus der Verletzung von externen und internen Verbots- und Gebotsnormen, die periodisch durchgeführt wird. Das Portfolio umfasst aktuell die Themen Daten- und Informationsschutz, Antikorruption sowie öffentliches Beschaffungs-, Kartell-, Post- und Subventionsrecht. Zu jedem Thema des Compliance-Portfolios werden Compliance-Programme erarbeitet. Darin werden die erforderlichen Massnahmen definiert, um die Risiken von Verstössen gegen Normen und Vorschriften zu minimieren. Im Zentrum dieser Massnahmen stehen die entsprechenden materiellen Vorgaben, eine verständliche Kommunikation, eine gezielte Schulung sowie angemessene Kontrollen. Die Compliance-Programme werden regelmässig auf ihre Wirksamkeit hin überprüft und wenn nötig angepasst.

Das Compliance-Management-System wird seit 2016 kontinuierlich weiterentwickelt. Eine durch eine externe Firma durchgeführte Überprüfung bestätigte 2018 seine Zweckmässigkeit, seine Wirksamkeit und die geplanten Ausbauschritte. Die Überwachung erfolgt im konstanten Austausch mit allen betroffenen Bereichen und in der Umsetzung der Massnahmen zu den jeweiligen Compliance-Themen. Exponierte Bereiche sind zudem ISO-9001- und ISO-14001-zertifiziert und werden daher mindestens jährlich extern überprüft.

Alle Kadermitarbeitenden und ausgewählte Fachspezialistinnen und -spezialisten werden mittels E-Learning-Schulungen inkl. Lernkontrollen zum Thema Compliance geschult und sensibilisiert. Das Compliance-Management-System ist ausführlich dokumentiert und für alle Mitarbeitenden im Intranet zugänglich. Konzernleitung und Verwaltungsrat werden halbjährlich in einem Statusbericht über die Weiterentwicklung und die aktuelle Compliance-Risikosituation informiert. Für alle Mitarbeitenden sowie Kundinnen und Kunden besteht die Möglichkeit, Verstösse anonym zu melden.

Wirksamkeit und Ergebnisse

Die Wirksamkeit des Compliance-Management-Systems wird regelmässig überprüft, und allfällig notwendige Anpassungen werden vorgenommen.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Finanzbericht 2019, Kapitel «Corporate Governance», Seiten 61–75
- Compliance-Management: www.post.ch/-/media/post/ueber-uns/dokumente/compliance-management-system.pdf?la=de&vs=2
- Anonyme Meldestelle der Post: www.postcourage.ch
- Verhaltenskodex: www.post.ch/-/media/post/ueber-uns/dokumente/verhaltenskodex.pdf

Schutz und Sicherheit der anvertrauten Güter

Die Grundsätze des Sicherheitsmanagements sind bei der Schweizerischen Post in einem Reglement des Verwaltungsrats geregelt. Die Konzernleitung hat sich mit der Weisung «Sicherheitsmanagement Post» zu einer systematischen, risikoorientierten Bearbeitung des Themas Sicherheit bekannt. In der Weisung werden drei Grundschatzziele verfolgt: Schutz des Menschen, Schutz des Unternehmens und Schutz der materiellen und immateriellen Werte. Letzteres umfasst den:

- Schutz von Gütern und Geldern inkl. deren physischen Daten und Informationen, die der Post zur Verarbeitung anvertraut werden
- Schutz der Infrastruktur und der Arbeitsmittel der Post sowie Erhalt des Know-hows und der Wettbewerbsfähigkeit
- Schutz der guten Reputation und des Vertrauens der Bevölkerung in die Schweizerische Post
- Schutz von proprietärem Wissen und von Technologien, Betriebsgeheimnissen und anderem geistigen Eigentum

Grundsätzlich betreibt jeder Bereich und jede Konzerngesellschaft ein eigenes Sicherheitsmanagementsystem, erstellt eine Risikoanalyse und setzt geeignete Sicherheitsmassnahmen um, damit erkannten Risiken wirkungsvoll begegnet werden kann. Die Fachstelle Unternehmenssicherheit Post erlässt Minimalvorgaben, überwacht die Bereiche in ihren Arbeiten, rapportiert den Zustand an die Konzernleitung und macht Empfehlungen für die Verbesserung der Situation.

Innovationsfähigkeit und Berücksichtigung von Konsumententrends

Die Post ist gross und trotzdem beweglich, schnell und innovativ: Sie identifiziert gezielt neue Geschäftsmöglichkeiten und lanciert marktorientierte Projekte und Programme, um ihr Kerngeschäft im Sinne der Vision einer digitalen Welt zu transformieren. Seit 2014 bringt der Konzernbereich Entwicklung und Innovation dafür Wissen, Know-how und neue Partner in die Post ein; er vernetzt und inspiriert, sprengt bewusst gängige Denkmuster und geht über das Naheliegende hinaus. Damit will die Post Technologien nutzen, neue Geschäftsmöglichkeiten identifizieren und die Zukunft gestalten.

Von der Idee über das Projekt bis zur marktgerechten Umsetzung verfolgt die Post einen klar strukturierten Innovationsprozess. Dieser hält die Mitarbeitenden dazu an, streng endnutzerzentriert vorzugehen. Die Post unterstützt sie während der jeweiligen Innovationsphasen mit spezifischen Hilfsmitteln wie z. B. dem BoostCamp oder dem early-Label. Mit dem early-Label können interessierte Kundinnen und Kunden bereits vor der offiziellen Lancierung Produkte und Dienstleistungen testen und mit ihrem Feedback zum Erfolg beitragen.

Die Post ist ausserdem daran interessiert, in Kooperation mit anderen Unternehmen, Startups und jungen Talenten neue Geschäftsideen und -modelle zu entwickeln und zu testen. Das Innovationsmanagement stellt sicher, dass geeignete Partnerschaften zustande kommen, externe Ideen frühzeitig aufgegriffen und als kundengerechte Innovationen umgesetzt werden. Mit dem Innovationsprogramm PostVenture sucht die Post gezielt nach frischen Ideen, mit denen sie ihr Angebot in ihren strategischen Entwicklungsschwerpunkten weiter vorantreiben kann. Sie engagiert sich partnerschaftlich für junge Talente und unternehmerisch denkende Menschen, die mit neuen Geschäftsmodellen den Markt erobern möchten, und unterstützt sie mit Experten dabei, interessante Vorhaben umzusetzen. Mit dem Corporate-Venturing-Programm erschliesst die Post zusätzliches Know-how, indem sie sich an ausgewählten Jungunternehmen beteiligt. Sie setzt dabei auf Minderheitsbeteiligungen, damit die Startups frei und agil bleiben.

Wirksamkeit und Ergebnisse

Die Post setzt autonome Drohnenlogistik erfolgreich kommerziell ein und transportiert in Lugano zwischen dem Ospedale Civico und dem Ospedale Italiano schnell und sicher Laborproben per Drohne. Zudem setzt die Post in Sitten auf die digitale Zukunft des öffentlichen Verkehrs. Dort fährt ein automatisierter SmartShuttle fahrerlos durch die Altstadt. Die Elektro-Kleinbusse mit elf Sitzplätzen könnten

in Zukunft abgelegene Regionen, autofreie Dörfer oder Stadtzentren erschliessen. Oder sie könnten zu Randzeiten fahren, wenn sich ein Betrieb mit einem herkömmlichen Bus aus wirtschaftlichen Gründen nicht mehr lohnt. Auf Firmengeländen, in Spitälern oder auf Flughäfen bietet das selbst-fahrende Postauto ebenfalls eine nachhaltige und kostengünstige Variante für den Personentransport.

Verweise und weiterführende Dokumente:

– www.post.ch/innovation

Kundendialog und -erlebnis

Das Schaffen von positiven Erlebnissen ist der Schlüssel zu langfristigen und gewinnbringenden Kundenbeziehungen. Das Customer Experience Management (CEM) der Post beschäftigt sich eingehend mit der einheitlichen und bewussten Gestaltung aller Kundenerlebnisse – sei es im Kontakt mit Mensch, Technik oder System. Produkte, Dienstleistungen sowie Kontaktpunkte entwickeln und gestalten wir deshalb gezielt aus der Perspektive der Kundinnen und Kunden. Denn nur, wenn wir die Kunden verstehen, können wir einzigartige Kundenerlebnisse schaffen.

Ziele des CEM sind u. a. eine stärkere Kundenbindung und Loyalität, damit Kundinnen und Kunden vielfältige Angebote der Post nutzen. Um auch in Zukunft erfolgreich zu bleiben, muss sich die Post gegenüber ihren Mitbewerbern differenzieren und den Kundinnen und Kunden ein positives Erlebnis bieten. Im Zentrum stehen dabei die Fokussierung auf die wesentlichen Kundenerlebnisse sowie ein starker, frühzeitiger Einbezug der Kundinnen und Kunden im Gestaltungsprozess. Gleichzeitig werden Kundenerlebnisse konsequent erhoben und ausgewertet, und es wird eine kontinuierliche Verbesserung abgeleitet, damit unsere Kundinnen und Kunden über alle Kontaktpunkte hinweg ein konsistentes Post-Erlebnis erfahren.

Wachstum, Wertschöpfung und stabile Finanzlage

Die Post begegnet den Herausforderungen in ihrem Umfeld in den Jahren 2017 bis 2020 mit einer Transformationsstrategie. Ihre Ambition ist es, sich bis 2020 so zu wandeln, dass sie für die Kundenbedürfnisse der Zukunft passende Lösungen bieten kann. Die Strategie der Post basiert auf dem gesetzlichen Auftrag, den strategischen Zielen des Bundesrats und der Vision der Post. Mit ihren vier strategischen Stossrichtungen dient sie der Erreichung der gesetzten Zielwerte (strategische Ziele Post). Innerhalb von sieben Wachstums- und Entwicklungsschwerpunkten prüft die Post Wachstumsoptionen durch neue Geschäftsmodelle.

Handlungsanleitend für die Post sind die sich verändernden Kundenbedürfnisse. Basierend auf ihren Fähigkeiten in den Bereichen Kommunikation, Logistik, Finanzdienstleistungen und Personenverkehr steht sie verstärkt für Systemlösungen und weiterhin für einzelne modulare Produkte und Dienstleistungen. Die Post versteht die Welt vernetzt und schlägt Brücken zwischen der physischen und der digitalen Welt – sie will ihre Kundinnen und Kunden mit einfach zugänglichen und einfach anwendbaren Angeboten überzeugen und ein über alle Kontaktpunkte durchgängiges Kundenerlebnis schaffen. Damit stellt sie auch die Entwicklung und die hohe Qualität der Grundversorgung sicher.

Für die Umsetzung der Vision handelt die Post nach ihren Kernwerten «zuverlässig», «wertsteigernd» und «nachhaltig».

Wirksamkeit und Ergebnisse

Die Strategie Post 2017–2020 basiert auf der Konzernvision: Einfach mit System – Die Post. Trotz der erfolgreichen Umsetzung von Massnahmen wie beispielsweise der Erweiterung der Paketinfrastruktur oder der physischen Zugangspunkte in den vergangenen drei Jahren steht die Post vor einigen besonderen Herausforderungen, die ihr in diesem Ausmass während der langen Zeit ihres Bestehens nie begegnet sind. Die Gewinnrückgänge belasten den Konzern zunehmend, seine Finanzkraft sinkt. Die Post muss somit ihre Strategie mittel- bis langfristig neu ausrichten, um die Ziele des Eigners zu erreichen. Ein wichtiger Erfolgsfaktor wird dabei die Erreichung eines Ausgleichs zwischen den Anforderungen des Marktes und den Erwartungen von Bevölkerung, Mitarbeitenden und Politik sein.

Verweise und weiterführende Dokumente:

– Finanzbericht 2019, Kapitel «Strategie Post 2020», Seiten 16–22

– Finanzbericht 2019, Kapitel «Corporate-Responsibility-Strategie», Seiten 23–26

– Finanzbericht 2019, Kapitel «Wesentliche nicht-finanzielle Ergebnisse», Seiten 48–54

Energieeffizienz und Klimaschutz, Reduktion von Luftemissionen

Die Klima- und Energieziele leiten sich aus der Strategie, den Stossrichtungen und Zielen ab. Insbesondere besteht das Konzernziel, die CO₂-Effizienz bis 2020 um mindestens 25 Prozent zu steigern (Basisjahr 2010).

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 der CO₂-Abgabe wieder zweckgebunden in den Klimaschutz investiert. Darüber hinaus sind die Managementsysteme der operativ tätigen Bereiche Immobilien, PostLogistics und Swiss Post Solutions gemäss ISO 14001 zertifiziert und damit der kontinuierlichen Verbesserung verpflichtet.

Wirksamkeit und Ergebnisse

Das Klimaziel der Post ist langfristig ausgerichtet und steht im Einklang mit der Stabilisierung der globalen Erwärmung auf deutlich unter 2 Grad Celsius bis 2100 gegenüber vorindustriellen Werten. Damit nimmt die Post ihre unternehmerische Verantwortung wahr, um für die Gesellschaft und die Umwelt CO₂-Emissionen zu reduzieren und damit einen Beitrag zur Milderung des Klimawandels zu leisten. Zudem will sie Risiken künftiger klimatischer Veränderungen vorhersehen und diesbezügliche Chancen nutzen. Die Post sichert ihren Geschäftserfolg langfristig, indem sie bei der CO₂-Reduktion folgende Prioritäten verfolgt: Suffizienz, Effizienz, Substitution (Ersatz fossiler Energieträger), CO₂-Kompensation.

Ihr Konzernziel «Steigerung CO₂-Effizienz um 25 Prozent bis 2020 (Basisjahr 2010)» hat die Post per Ende 2019 mit einer Verbesserung um 27,6 Prozent vorzeitig erreicht und übertroffen. Diese gute Leistung zeigt sich auch in externen Ratings wie dem Environmental Measurement and Monitoring System (EMMS) der International Post Corporation (IPC). Dort hat die Post ihren Carbon Management Proficiency Score weiter verbessert und 2019 zum vierten Mal in Folge das Gold-Rating erhalten. Sie gehört bei vielen Kennzahlen zu den führenden Unternehmen innerhalb der IPC – so zum Beispiel beim Anteil erneuerbarer Elektrizität und bei alternativen Antriebstechnologien in der Fahrzeugflotte.

Im CDP Climate Change Rating erreichte die Post 2019 den zweitbesten Status «A-», konnte ihr gutes Ergebnis im Vergleich zum Vorjahr halten und liegt signifikant über dem Branchendurchschnitt.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Geschäftsbericht 2019, Kapitel «Strategie, Verantwortung und Innovation», Verantwortung, Seite 14
- Finanzbericht 2019, Kapitel «Strategie Post 2020», Seiten 16–22
- Finanzbericht 2019, Kapitel «Corporate-Responsibility-Strategie», Seiten 23–26
- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2019, Blatt 305
- Umwelt- und Klimaschutz:
www.post.ch/de/ueber-uns/verantwortung/unsere-schwerpunkte -> Klima und Energie

Umwelt- und sozialverträgliche Produkte und Dienstleistungen, Kreislaufwirtschaft

Die Post unterhält ein vielseitiges und breites Sortiment an Produkten und Dienstleistungen und entwickelt es im Sinne der Umwelt- und Sozialverträglichkeit kontinuierlich weiter. Die Post will mit ihren Produkten und Kompetenzen eine kreislaforientierte und ressourcenschonende Wirtschaft fördern und unterstützen und dazu neue strategische Geschäftsfelder und Partnerschaften aufbauen. Mit ihren Dienstleistungen ermöglicht die Post höhere Rücklaufquoten von Ressourcen und damit ein nachhaltigeres Konsumverhalten in der Schweiz. Gleichzeitig setzt sich die Post für einen hindernisfreien Zugang zu ihren Produkten ein.

Wirksamkeit und Ergebnisse

Bezüglich Barrierefreiheit hat die Post einerseits die Websites post.ch und postfinance.ch aufbereitet und dementsprechend von der Stiftung «Zugang für alle» zertifizieren lassen: Die Websites funktionieren mit Sprachausgabe und sind per Tastatur bedienbar, und die Bilder werden mit Alternativtexten erklärt. Für gehörlose Menschen sind die Videos Untertitelt. Gleichzeitig sind die neuen Filialen hindernisfrei eingerichtet, und viele werden derzeit umgebaut. Auch PostAuto sorgt beispielsweise mit Optimierungen der Fahrgastinformation auf den Bildschirmen, mit Hubliften und Rollstuhlrampen und wo möglich mit dem Einsatz von Niederflerbussen für den Abbau von Hindernissen.

Die Post setzt energieeffiziente und klimafreundliche Produkte ein (siehe 302-5) und setzt auf die Wiederverwertung von ausgewählten Wertstoffen, die Reparatur und Weiterverwendung von Geräten und Arbeitsmitteln und die Förderung von Möglichkeiten des Teilens (sogenannte Sharing Economy). So kann neues Logistikpotenzial erschlossen werden. Beispiele für Lösungen im Sinne der Kreislaufwirtschaft sind:

- Gebrauchte Nespresso-Kaffeekapseln holt die Post zu Hause ab und führt sie dem Recycling zu. Im Austausch mit E-Food-Bestellungen (z. B. coop@home) nimmt sie PET-Flaschen, Tragtaschen und Schutzkartons entgegen und entsorgt sie fachgerecht.
- Sie sammelt im Auftrag von Gemeinden Altpapier und in Zusammenarbeit mit Institutionen wie Brockis oder Texaid Alltagsgegenstände und Textilien für die Wiederverwendung und -verwertung.
- Im Auftrag von Swisscom nimmt die Post ausgediente Internetrouter zurück und ermöglicht ihre Aufbereitung – so werden die Router fit gemacht für eine Wiederverwendung.
- Wer sich über die Plattform sharely z. B. eine Bohrmaschine ausleiht, kann sie sich über die vielen Zugangspunkte der Post zuschicken lassen.
- Interne Entsorgungsprozesse werden optimiert. Die Post sammelt und recycelt gemeinsam mit dem Schweizerischen Roten Kreuz ausgediente Postkleider.
- Ausgediente Batterien aus Elektrorollern setzt die Post in einem Pilotprojekt als Stromspeicher in Gebäuden mit Solaranlagen ein.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Geschäftsbericht 2019, Kapitel «Strategie, Verantwortung und Innovation», Verantwortung, Seite 14
- Finanzbericht 2019, Kapitel «Corporate-Responsibility-Strategie», Kreislaufwirtschaft, Seite 25
- Geschäftsbericht 2019, Kapitel «PostMail», Seite 33

Umwelt- und sozialverträgliche Beschaffung

Die verantwortungsvolle Beschaffung ist sowohl in der Beschaffungsstrategie der Post als auch als eines von fünf Handlungsfeldern in der Corporate-Responsibility-Strategie 2017–2020 verankert. Bei sämtlichen Warengruppen und entlang der gesamten Wertschöpfungskette der Post spielen soziale, ethische und ökologische Kriterien eine wichtige Rolle, insbesondere die Beschaffungspraktiken, Kinder- und Zwangsarbeit, Menschenrechte und die soziale und ökologische Bewertung von Lieferanten. Auf ihrem Weg zu einer der führenden verantwortungsvollen Beschaffungsorganisationen zieht die Post Partner vor, die ihrer Geschäftspolitik eine ganzheitliche Denkweise zugrunde legen. Denn eine nicht nachhaltige Beschaffung birgt Risiken entlang der Wertschöpfungskette sowohl für die Menschen und die Umwelt als auch für die Post.

Lieferanten müssen den Sozial- und Ethikkodex der Post unterzeichnen oder einen weiter reichenden, eigenen Kodex vorweisen. Der Post-Kodex fordert unter anderem die Einhaltung der Menschenrechte, das Verbot von Kinderarbeit, eine angemessene Entlohnung und die Beachtung der ökologischen Prinzipien der Post. Für Bekleidungslieferanten enthält er zudem Kontaktadressen für Beschwerden und muss vor Ort und in der jeweiligen Landessprache ausgehängt werden. Bei Audits im Transportsektor werden seit 2016 soziale und ökologische Kriterien geprüft.

Da besonders im Bekleidungssektor hohe Risiken für die sozialverträgliche Beschaffung bestehen, hat die Post hier weitreichende Massnahmen ergriffen: Seit 2012 ist sie Mitglied der Fair Wear Foundation. Ab 2014 wurde die Post jedes Jahr mit dem Leader-Status ausgezeichnet. Mit der Mitgliedschaft in der Fair Wear Foundation verpflichtet sich die Post zu einer strengen Kontrolle und nachhaltigen Implementierung von Sozialstandards bei ihren Bekleidungslieferanten. In Niedrigrisikoländern, die 75 Prozent des Beschaffungsvolumens ausmachen, werden sowohl Sozialkontrollen als auch Schulungen in den Fabriken zum Sozial- und Ethikkodex sowie zum Code of Labor Practices der Fair Wear Foundation im Drei-Jahres-Rhythmus von der Post selbst durchgeführt. In den Risikoländern Bulgarien (20 Prozent) und Jordanien (5 Prozent) werden diese Kontrollen und Schulungen durch die Fair Wear Foundation selbst bzw. durch Better Work, ein Programm der International Labour Organization (ILO) und der International Finance Corporation (IFC), durchgeführt.

Wirksamkeit und Ergebnisse

Die Lieferanten wesentlicher Warengruppen haben den Sozial- und Ethikkodex der Post unterschrieben. Seit 2017 enthalten alle öffentlichen Ausschreibungen und der Beschaffungskriterienkatalog

für jede Warengruppe allgemeine und warengruppenspezifische Corporate-Responsibility-Kriterien. Ebenfalls seit 2017 setzt die Post auf EcoVadis, eine unabhängige Organisation, bei der Lieferanten zu ihren sozialen und ökologischen Geschäftspraktiken Stellung nehmen und bewertet werden. Dies ermöglicht der Post eine standardisierte Risikoanalyse, Bewertung und partnerschaftliche Weiterentwicklung der Zusammenarbeit. Bis 2020 sollen die rund 240 strategisch wichtigsten Lieferanten bewertet werden. Per Ende 2019 ist das bereits bei 190 Lieferanten der Fall, womit 80 Prozent der strategischen Lieferanten und über 30 Prozent des Beschaffungsvolumens abgedeckt sind. Die Post will die Erkenntnisse in die Entwicklungsprogramme (Corrective Action Plans) integrieren sowie daraus Massnahmen zur Verbesserung der Corporate-Responsibility-Performance der Lieferanten ableiten.

Bereits bis Ende 2015 wurden 100 Prozent des Einkaufsvolumens der Post im Bereich der Berufsbekleidung geprüft, und diese Prüfung wird mindestens alle drei Jahre wiederholt. Die Post schneidet dabei gut ab: So herrschen an den Produktionsstandorten gute Arbeitsbedingungen; entlang der gesamten Lieferkette – vom Stoff bis zum fertigen Kleidungsstück – besteht volle Kostentransparenz. Im Berichtsjahr wurden der Post über die Fair Wear Foundation zwei Vorfälle gemeldet und im Einvernehmen angegangen (siehe 409-1). Bei PostAuto und bei PostLogistics werden alle Subunternehmer im Drei-Jahres-Zyklus auditiert.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Finanzbericht 2019, Kapitel «Corporate-Responsibility-Strategie», Verantwortungsvolle Beschaffung, Seite 23
- Sozial- und Ethikkodex: www.post.ch/-/media/post/beschaffung/dokumente/sozial-ethik-kodex.pdf
- Beschaffungsstrategie:
www.post.ch/de/ueber-uns/verantwortung/beschaffungspolitik#beschaffungsstrategie-post
- Verantwortungsvolle Beschaffung: www.post.ch/de/geschaeflich/themen-a-z/beschaffungsorganisation-post/verantwortungsvolle-beschaffung
- www.fairwear.org/brands/swiss-post

Unternehmenskultur und Responsible Leadership, kompetente, leistungsfähige Mitarbeitende, Vielfalt, Integration, Chancengleichheit

Die Personalpolitik der Post 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 ihre Mitarbeitenden im In- und Ausland. Alle Mitarbeitenden haben den komplett überarbeiteten Verhaltenskodex Post erhalten.

Damit die Post heute und auch in Zukunft erfolgreich ist, benötigt sie versierte und kompetente Mitarbeitende und Führungskräfte. Mit gezielten Angeboten, Konzepten und Tools im Bereich Kulturverständnis, Aus- und Weiterbildung begleitet und befähigt die Post ihre Führungskräfte für eine kompetente, faire und erfolgreiche Weiterentwicklung ihrer Mitarbeitenden. Die Führungskräfte verfügen über fortschrittliche und sinnvolle Instrumente, um Leistungen, Potenzial und Verhalten ihrer Mitarbeitenden zu erfassen und diese in ihrer individuellen Weiterentwicklung zu begleiten.

Die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeitenden hat für die Post einen hohen Stellenwert. Auf strategischer Ebene unterstützt das Programm «FutureSkills» den Aufbau von Fähigkeiten in der digitalen Transformation und stärkt die Kompetenzen der Postmitarbeitenden im Hinblick auf zukünftige Anforderungen. Das postinterne Laufbahnzentrum begleitet Mitarbeitende bei Bedarf bei der beruflichen Neuorientierung.

Mit ihrem Talentmanagement will die Post die Nachfolge und Besetzung von Schlüsselfunktionen nachhaltig sicherstellen und Mitarbeitende mit Potenzial zielgerichtet fördern. Dabei ist die Förderung der Diversität ein wesentliches Element. So strebt die Post beispielsweise gezielt an, im oberen Management den Frauenanteil und den Anteil von französisch- und italienischsprachigen Mitarbeitenden zu erhöhen. Der Schwerpunkt des Talentmanagements liegt auf der systematischen Identifikation, Entwicklung und Bindung unserer talentierten und leistungsstarken Mitarbeitenden, um die Wettbewerbsfähigkeit der Post zu sichern.

Ebenso will die Post es ihren Mitarbeitenden ermöglichen, ihre vielfältigen Talente, Erfahrungen, Persönlichkeiten und Bedürfnisse in das Unternehmen einzubringen, um damit Innovation und Arbeitgeberattraktivität zu stärken. Die Post setzt sich für die Anliegen von Chancengleichheit und die Förderung von gemischten Teams und für den hindernisfreien Zugang für alle ein.

Wirksamkeit und Ergebnisse

Die Post bietet attraktive Anstellungsbedingungen mit einem marktgerechten Lohn, einer modernen Infrastruktur, zeitgemässen Arbeitszeitmodellen und einem dynamischen und fortschrittlichen Arbeitsumfeld. Flexible und ortsunabhängige Modelle wie Teilzeit, mobiles Arbeiten und Jobsharing werden von mehr als der Hälfte der Mitarbeitenden genutzt. Die Post fördert die Vereinbarkeit von Beruf, Familie und Freizeit mit 18 Wochen bezahltem Mutterschaftsurlaub, zehn Tagen Vaterschaftsurlaub, einem Ferienanspruch über dem Schweizer Durchschnitt und vielfältigen beruflichen Möglichkeiten unabhängig von Geschlecht, Alter und Herkunft. Die externe Kinderbetreuung unterstützt die Post mit rund 1,5 Millionen Franken verteilt auf über 1000 Anträge. Kaderstellen schreibt die Post konsequent mit einem Beschäftigungsgrad von 80 bis 100 Prozent aus, insbesondere um Teilzeitarbeit und den Frauenanteil in Führungspositionen zu fördern. Mit jährlich über 2500 offenen Stellen, Lehrstellen und temporären Stellenwechseln bietet die Post vielfältige Karriereperspektiven.

Ausserdem bietet die Post einen Katalog von Trainings- und Weiterbildungsangeboten, um die Arbeitsmarktfähigkeit der Mitarbeitenden zu erhalten und zu stärken. Mit attraktiven und vielfältigen Angeboten, Konzepten und Tools im Bereich Aus- und Weiterbildung werden Fähigkeiten gezielt und wirkungsvoll weiterentwickelt. Bei der individuellen Entwicklung erwartet die Post grundsätzlich Eigenverantwortung, wobei sie ihre Mitarbeitenden sowohl mit internen Angeboten als auch finanziell unterstützt. Im Berichtsjahr wurden individuelle Weiterbildungsangebote mit knapp 7 Millionen Franken mitfinanziert.

Eine neu entwickelte Ausbildung für Führungskräfte mit einem hohen Anteil an digitalen und modernen Lernformen wurde 2019 in allen Geschäftsbereichen ausgerollt und bereits von über 460 Mitarbeitenden absolviert. Auch das im Berichtsjahr lancierte «Reverse Mentoring» zielt auf die Steigerung der digitalen Fitness ab. Ein jüngerer Mentor und ein erfahrener Mentee, der über vierzig Jahre alt ist, pflegen den Dialog über Bereiche, Generationen und Hierarchien hinweg.

Gemeinsam mit den Sozialpartnern wurde ein Präventionsprogramm für eine nachhaltige berufliche Zukunft initiiert. Mit organisierten Teamworkshops, Laufbahnberatungen und der Förderung digitaler Kompetenzen will die Post ihre Mitarbeitenden und deren lebenslanges Lernen unterstützen.

Die Post setzt auf Vielfalt und gemischte Teams als Quelle der Innovation und zur optimalen Erfüllung von Kundenbedürfnissen. Sie will dabei Potenziale und Chancen der Digitalisierung und demografischen Entwicklung ausschöpfen. Mit den internen Netzwerken MOSAICO und RAINBOW fördert sie aktiv eine gelebte Sprachen- und Kulturvielfalt sowie Akzeptanz, Toleranz und eine diskriminierungsfreie Unternehmenskultur. Im November 2019 unterzeichnete die Post die Charta «Lohngleichheit im öffentlichen Sektor». Mit dieser Unterschrift will die Post ein Zeichen für die Lohngleichheit zwischen Frauen und Männern setzen. Um die unerklärliche Lohndifferenz von –2,2 Prozent weiter zu reduzieren, will sie ihre Führungskräfte für das Thema sensibilisieren und bietet dazu zusammen mit den Sozialpartnern eine Meldeplattform an.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Verhaltenskodex: www.post.ch/-/media/post/ueber-uns/dokumente/verhaltenskodex.pdf
- Geschäftsbericht 2019, Kapitel «Mitarbeitende», Seiten 60–67
- Finanzbericht 2019, Kapitel «Personal», Seite 49–52
- Anstellungsbedingungen: www.post.ch/de/ueber-uns/themen-a-z/jobs-und-karriere/arbeitswelt-post/anstellungsbedingungen-post
- Vielfalt bei der Post: www.post.ch/de/jobs/jobs-und-karriere/gelebte-vielfalt
- Anonyme Meldeplattform: www.postcourage.ch
- Siehe auch Indikatoren 404-1 und 404-2 in diesem Bericht

Arbeitssicherheit und Gesundheit

Die Gesundheit und Sicherheit ihrer Mitarbeitenden sind der Post ein grosses Anliegen. Die Post setzt auf eine Vielzahl an Massnahmen, um die Arbeitsfähigkeit ihrer Mitarbeitenden langfristig zu erhalten und zu entwickeln. Ziel des betrieblichen Gesundheitsmanagements ist die Förderung und der Erhalt der Gesundheit der Mitarbeitenden. Zentral dafür ist eine gesunde Führungs- und Arbeitskultur, basierend auf Wertschätzung, Respekt und Transparenz. Darum stehen entsprechende Führungsschulungen in den kommenden Jahren weit oben auf der Agenda, ebenso wie die Prävention von Fehlzeiten und die rasche Reintegration nach Krankheitsausfällen. Ergänzt werden diese Massnahmen durch bereits gut etablierte Gesundheitszirkel und -botschafter, Angebote zur Neuorientierung am Arbeitsplatz sowie eine betriebsinterne Sozialberatung, die die Mitarbeitenden bei privaten sowie beruflichen Konflikten und Sorgen neutral und vertraulich begleitet.

Eine Vielzahl an Massnahmen stellt zudem sicher, dass die zunehmend älter werdende Belegschaft der Post gesund und arbeitsmarktfähig bleibt. Dazu gehören flexible Modelle rund um die Pensionierung, die Förderung von Bogenkarrieren und flexiblen Zeitmodellen. Die Post ist im Rahmen der sozialen Nachhaltigkeit bei Menschen mit Behinderungen stark engagiert. So werden für Personen mit einer Restarbeitsfähigkeit Praktikumsplätze angeboten, um ihre Chance zu erhöhen, wiederum eine Anstellung im ersten Arbeitsmarkt zu finden. Ab 2020 will die Post ihr Engagement noch aktiver stärken, sie nimmt deshalb am Projekt Inclusion Champion der Universität St. Gallen sowie des Eidgenössischen Büros für Gleichstellung teil. Dies mit dem Ziel, die Inklusion in allen Geschäftsbereichen der Post noch mehr zu leben.

Um allen Mitarbeitenden der Post sichere Arbeitsplätze zu gewährleisten, betreibt die Post eine sogenannte Betriebsgruppenlösung, die sicherstellt, dass die umfassenden rechtlichen Vorgaben zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz eingehalten werden. Die Betriebsgruppenlösung ist mit den Gewerkschaften abgestimmt und von der zuständigen Behörde zertifiziert. Sie wird laufend in externen Kontrollen durch die kantonalen Arbeitsinspektoren und die Schweizerische Unfallversicherung (Suva) überprüft. Umgesetzt wird sie in den Arbeitssicherheitssystemen der Konzernbereiche, die von ausgebildeten Spezialistinnen und Spezialisten für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz (ASGS) betreut und weiterentwickelt werden. Bei Post Immobilien Management und Services und PostLogistics sind diese Systeme zusätzlich nach OHSAS 18001 zertifiziert. Die Koordination der zuständigen Fachstellen wird über monatlich tagende Fachgruppen sichergestellt. Regelmässige Trägerschaftstagungen stellen den Austausch zwischen der Post, den Gewerkschaften, den externen Spezialistinnen und Spezialisten für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz sowie den Aufsichtsorganen sicher.

Mit jährlichen Systemaudits wird die Wirksamkeit der Betriebsgruppenlösung überprüft, während die Bereiche an ihren Standorten regelmässig Sicherheitsaudits und Schulungen durchführen. Zusätzlich zur jährlichen konsolidierten Konzern-Berichterstattung werden die Unfall- und Krankheitszahlen monatlich ausgewertet.

Wirksamkeit und Ergebnisse

Das Präsenzmanagement unterstützt die Vorgesetzten, um bei wiederholten Kurz- und Langzeitabsenzen frühzeitig auf Mitarbeitende zuzugehen und (gegebenenfalls auch zusammen mit der Personalberatung) Massnahmen zu definieren, die eine rasche und angepasste Rückkehr an den angestammten oder einen neuen Arbeitsplatz erlauben. Durch diesen standardisierten Prozess konnte die Anzahl Langzeitabsenzen gesenkt werden. Um die Arbeits- und Arbeitsmarktfähigkeit zu erhalten, werden die Mitarbeitenden bei der Rückkehr am Arbeitsplatz möglichst rasch wieder eingesetzt, falls nötig auch in einer angepassten Tätigkeit. Wesentliche Kennzahlen, wie Anzahl Berufsunfälle pro 100 Personaleinheiten und Anzahl Ausfalltage pro Berufsunfall, werden durch die Fachstellen ASGS mindestens einmal jährlich ausgewertet. «Stolpern und Stürzen» ist nach wie vor mit Abstand die häufigste Unfallursache; gezielte Sensibilisierungsmassnahmen zeigen jedoch Wirkung. Nach eingehender und unabhängiger Prüfung der Umsetzung des Gesundheitsmanagements im Jahr 2017 durch die Gesundheitsförderung Schweiz erhielt die Post zum dritten Mal in Folge das Label «Friendly Work Space».

Verweise und weiterführende Dokumente:

– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2019, Blatt «Gesundheitsmanagement»

– Engagement der Post für die Mitarbeitenden:

www.post.ch/de/ueber-uns/themen-a-z/jobs-und-karriere/arbeitswelt-post/engagement-post

– www.friendlyworkspace.ch

Vereinigungsfreiheit, betriebliche Mitteilungsfristen und Mindestlöhne, Rekrutierung und Lohnnebenleistungen

Die Rahmenbedingungen für die Beziehung zwischen Unternehmen und Mitarbeitenden verhandelt die Post gemäss Vorgaben im Postorganisationsgesetz mit den vertragschliessenden Gewerkschaften syndicom und transfair. 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 aktuell neun Gesamtarbeitsverträge (GAV), die laufend partnerschaftlich weiterentwickelt werden und öffentlich zugänglich sind. Zwei zusätzliche GAV sind aktuell in Verhandlung. Das kooperative Verhältnis zwischen Arbeitnehmerverbänden und Arbeitgeberin ermöglicht konsensfähige Lösungen. Zusammen mit den Sozialpartnern strebt die Post zukunftsgerichtete Lösungen im Interesse der Kundinnen und Kunden, der Mitarbeitenden und des Unternehmens an. Bei der Rekrutierung setzt die Post auf positive Kundenerlebnisse als kritischen Erfolgsfaktor, um eine hohe Qualität und optimale Passung der Bewerbenden zum Jobprofil sicherzustellen. Dabei schreibt sie offene Stellen konsequent geschlechtsneutral aus und bietet wo immer möglich flexible Arbeitsmodelle an.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Anstellungsbedingungen: www.post.ch/de/ueber-uns/themen-a-z/jobs-und-karriere/arbeitswelt-post/anstellungsbedingungen-post
- Verhaltenskodex: www.post.ch/-/media/post/ueber-uns/dokumente/verhaltenskodex.pdf
- Geschäftsbericht 2019, Kapitel «Verhaltenskodex», Seite 7
- Geschäftsbericht 2019, Kapitel «Mitarbeitende», Seiten 60–67
- Finanzbericht 2019, Kapitel «Personal», Seiten 49–52

Service public, indirekter wirtschaftlicher Beitrag und Regionalentwicklung

Der Bundesrat erwartet von der Post, dass sie die Grundversorgung mit Postdiensten und Dienstleistungen des Zahlungsverkehrs landesweit in guter Qualität erbringt. In ihrem Kerngeschäft im Kommunikations-, Logistik-, Finanzdienstleistungs- und Personenverkehrsmarkt soll sie qualitativ hochstehende, marktfähige und innovative Produkte, Dienstleistungen und Lösungen in physischer und elektronischer Form anbieten. Im Rahmen ihrer betriebswirtschaftlichen Möglichkeiten soll die Post eine nachhaltige und ethischen Grundsätzen verpflichtete Unternehmensstrategie verfolgen und bei ihrer Organisation den Anliegen der verschiedenen Regionen des Landes Rechnung tragen. Ihre Personalpolitik soll fortschrittlich und sozialverantwortlich sein, ihre Anstellungsbedingungen attraktiv. Die Post ist auch verpflichtet, bei der Verlegung und Schliessung einer Filiale das betroffene Gemeinwesen einzubeziehen.

Als bundesnaher Betrieb mit einer langen Sozialtradition fördert die Post gemeinnützige und soziale Projekte und Institutionen insbesondere im Rahmen des Handlungsfelds «Corporate Citizenship» der Corporate-Responsibility-Strategie. Die Post will zur Lösung sozial-gesellschaftlicher oder ökologischer Herausforderungen beitragen und gesellschaftlichen Mehrwert schaffen.

Wirksamkeit und Ergebnisse

- Bei der Aktion «2 x Weihnachten» für Bedürftige im In- und Ausland transportiert die Post Pakete kostenlos ins Logistikcenter des Schweizerischen Roten Kreuzes, wo Postmitarbeitende und Freiwillige die Spenden sortieren.
- Aktion Christkind: Jedes Jahr wird dem Christkind geholfen, die Briefe Tausender Kinder zu beantworten.
- «Ein zweites Leben für Postkleider»: Nicht mehr verwendete Arbeitskleider werden gesammelt und dem Schweizerischen Roten Kreuz gespendet; ein Teil der nicht mehr tragbaren Kleidung wird zu Taschen oder Laptophüllen weiterverarbeitet.
- Für Freiwilligeneinsätze der Mitarbeitenden bestehen viele Angebote: unter anderem bei «2 x Weihnachten», bei Unterhaltsarbeiten der Schweizer Wanderwege oder beim Energiebildungsprojekt «Jede Zelle zählt – Solarenergie macht Schule!».
- Die Post ist zusammen mit Swisscom Stifterin des Museums für Kommunikation in Bern. Das erfolgreiche Museum wurde 2019 vom Europarat für seinen wesentlichen Beitrag zum Verständnis des europäischen Kulturerbes, zur Förderung der Achtung der Menschenrechte und der Demokratie und zur Erweiterung des Wissens der Besucherinnen und Besucher über aktuelle gesellschaftliche Fragen mit einem Museumspreis ausgezeichnet.

- Die Post unterstützt junge Schweizer Kunstschaaffende unter anderem durch die posteigene Kunstsammlung.
- Über den Briefmarkenfonds oder die Herausgabe von Zuschlagsmarken fördert die Post Stiftungen wie Pro Patria oder Pro Juventute sowie weitere Projekte und Institutionen mit dem Fokus Soziales, Kultur oder Jugendarbeit.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Geschäftsbericht 2019, Kapitel «Strategie, Verantwortung und Innovation», Verantwortung, Seite 14
- Finanzbericht 2019, Kapitel «Corporate-Responsibility-Strategie», Seiten 23–26
- Übersicht Sponsoring: www.post.ch/sponsoring
- Förderung:
www.post.ch/de/ueber-uns/unternehmen/verantwortung/engagement-und-foerderung
- Post-Positionspapier «Die neue Postgesetzgebung»:
www.post.ch/de/ueber-uns/portraet/post-und-politik/postgesetzgebung
- Post-Positionspapier «Service public für die Schweiz: der Grundversorgungsauftrag der Post»:
www.post.ch/de/ueber-uns/portraet/post-und-politik/service-public-fuer-die-schweiz

Spezifische Standards

200 Ökonomie

Die wirtschaftlichen Angaben umfassen finanzielle Aspekte, Leistung und Risiken, Marktpräsenz sowie Informationen zu Antikorrruption und Wettbewerb.

GRI 201: Wirtschaftliche Leistung

201-1: Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert

Verweise und weiterführende Dokumente:

– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2019, Blatt 201, Abschnitte «Finanzielles Ergebnis» und «Verteilung der Wertschöpfung»

201-2: Finanzielle Folgen des Klimawandels und damit verbundene Risiken und Chancen

Die Verknappung natürlicher Ressourcen erhöht die Sensibilität von Kundinnen und 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 für die Post wird nicht als zielführend erachtet. Vielmehr konzentriert sich die Post auf die Erfassung der Treibhausgase und die Massnahmen zur Treibhausgasreduktion. Zudem will sie Risiken künftiger klimatischer Veränderungen vorhersehen, diesbezügliche Chancen nutzen sowie mögliche Massnahmen für die Anpassung an den Klimawandel prüfen.

Verweise und weiterführende Dokumente:

– Finanzbericht 2019, Kapitel «Wesentliche nicht-finanzielle Ergebnisse», Seiten 52–54

201-3: Verbindlichkeiten aus Pensions- und sonstigen Vorsorgeplänen

Die konzerneigene Vorsorgeeinrichtung Pensionskasse (PK) Post versichert rund 40 000 Postmitarbeitende in der Schweiz und richtet jährlich 644 Millionen Franken an Renten für rund 30 100 Personen aus. Per Ende 2019 betrug der Deckungsgrad rund 108 Prozent.

Die Post unterhält in der Schweiz verschiedene Vorsorgepläne für die Mitarbeitenden. Die Vorsorgeleistungen basieren auf dem versicherten Lohn und einem Altersguthaben. Zum Zeitpunkt der Pensionierung haben die Versicherten die Wahl zwischen einer lebenslangen Rente und einem Kapitalbezug. Neben den Altersleistungen umfassen die Vorsorgeleistungen auch Invaliden- und Hinterlassenenrenten, die sich in Prozenten des versicherten Lohns berechnen. Der Versicherte kann zudem Einkäufe zur Verbesserung seiner Vorsorgesituation bis zum reglementarischen Maximum tätigen oder vorzeitig Geld für den Kauf eines selbst genutzten Wohneigentums beziehen.

Die Höhe der Leistungen der Pensionskasse Post gehen weiter als das gesetzlich vorgeschriebene Minimum. Das ordentliche Pensionierungsalter ist 65 Jahre.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Finanzbericht 2019, Kapitel «Personalvorsorge», Seiten 141–148
- Finanzbericht 2019, Kapitel «Vorsorge, Sozialversicherung», Seite 52
- Finanzbericht 2019, Kapitel «Deckungsstatus», Seiten 145–148
- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2019, Blatt 201, Abschnitt «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

201-4: Finanzielle Unterstützung durch die öffentliche Hand

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Finanzbericht 2019, Kapitel «Staatliche Abgeltungen», Seite 135

GRI 202: Marktpräsenz

202-1: Verhältnis des Standardeintrittsgehalts zum lokalen Mindestlohn

Die wesentlichen Geschäftsstandorte befinden sich in der Schweiz (84 Prozent der Mitarbeitenden). Über 85 Prozent dieser Mitarbeitenden sind in einem Arbeitsverhältnis auf der Grundlage eines der aktuell neun Gesamtarbeitsverträge (GAV) angestellt, die mit den vertragschliessenden Gewerkschaften syndicom und transfair ausführlich verhandelt wurden. Diese Verträge enthalten in der Regel für jede Stufe verbindliche Lohnbänder und Mindestlöhne. Die Einhaltung der Lohnbänder wird in internen Prüfungen regelmässig kontrolliert, und der in den GAV festgeschriebene Mindestlohn liegt rund ein Fünftel über dem in Schweizer Kantonen gesetzlich festgelegten Mindestlohn.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2019, Blatt 102, Abschnitt «Anstellungsverhältnisse»
- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2019, Blatt 202

GRI 203: Indirekte ökonomische Auswirkungen

203-2: Erhebliche indirekte ökonomische Auswirkungen

Die Post ist ein regional verankertes Unternehmen. Sie ist eine wichtige Arbeitgeberin in den Berggebieten und im weiteren ländlichen Raum und bietet über 16 000 Arbeitsplätze an – in der Zustellung, in Filialen und in der Kundenberatung. Sie leistet einen Beitrag zu einem Ausgleich zwischen Stadt und Land sowie zwischen wirtschaftlich stärkeren und schwächeren Regionen. Bei wesentlichen Transformationen der Post wie auch der kundennahen Weiterentwicklung des Netzes von Zugangspunkten bezieht die Post wesentliche Anspruchsgruppen frühzeitig und intensiv mit ein. Um dem Rechnung zu tragen, baut sie die Kommunikation in den Regionen weiter aus.

GRI 205: Korruptionsbekämpfung

205-1: Betriebsstätten, die auf Korruptionsrisiken geprüft wurden

Grundsätzlich wird das Korruptionsrisiko im Postgeschäft nicht als erhöht eingestuft. Als exponierte Bereiche gelten insbesondere der Einkauf und der Verkauf. In beiden Bereichen wurden alle Mitarbeitenden ausführlich geschult, und die interne Revision legt in ihren Prüfungen besonderes Augenmerk auf sie.

205-2: Kommunikation und Schulungen zur Korruptionsbekämpfung

Es wurden umfangreiche und wiederkehrende E-Learning-Schulungen inkl. Lernkontrollen zum Thema Compliance für Kadermitarbeitende durchgeführt. Sie sind verpflichtend. Zudem verfügt die Post über ein verbindliches Regelwerk bezüglich Annahme und Vergabe von Geschenken und anderen Vorteilen. Diese Regeln sind kommuniziert. Mitarbeitende in exponierten Funktionen sind vertieft geschult. Für Ausnahmebewilligungen bestehen etablierte Prozesse.

205-3: Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Massnahmen

Es sind keine Fälle bekannt.

GRI 206: Wettbewerbswidriges Verhalten**206-1: Verfahren wegen wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung**

Im Dezember 2017 büsste die Wettbewerbskommission die Post mit einem Betrag von 22,6 Millionen Franken wegen angeblich kartellrechtlich unzulässiger Rabattierungen von Grosskunden in den Jahren 2009 bis 2014. Die Post weist die Vorwürfe zurück und hält eine Sanktion für ungerechtfertigt. Sie hat den Entscheid ans Bundesverwaltungsgericht weitergezogen. Die im Jahr 2018 durch die Wettbewerbskommission eröffnete Untersuchung, in die auch PostFinance involviert ist, ist zurzeit im Gang. Gegenstand des Verfahrens bildet ein mutmasslicher Boykott mobiler Bezahlösungen internationaler Anbieter wie Apple Pay und Samsung Pay. PostFinance ist überzeugt, nicht gegen das schweizerische Kartellrecht verstossen zu haben. Freier und ungehinderter Wettbewerb hat für PostFinance einen hohen Stellenwert.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Medienmitteilung der Post: www.post.ch/de/ueber-uns/unternehmen/medien/medienmitteilungen/2017/post-weist-vorwuerfe-der-weko-zurueck
- Medienmitteilung von PostFinance: www.postfinance.ch/de/ueber-uns/medien/newsroom/medienmitteilungen/2018_11_15.html

300 Ökologie

Die ökologischen Angaben beinhalten Informationen zum Energiebedarf, zu den verursachten Emissionen und zu ökologischen Aspekten in der Lieferkette.

GRI 302: Energie**302-1: Energieverbrauch innerhalb der Organisation**

Die Post nutzt im Wesentlichen eingekaufte Energie aus Fremdproduktion. Der Energieverbrauch liegt bei 816 Gigawattstunden. Dabei stellen die Treibstoffe mit 72 Prozent den grössten Anteil dar, gefolgt vom Strom mit 17 Prozent und den Brennstoffen mit 11 Prozent. Der Rückgang des Energieverbrauchs im Vergleich zum Vorjahreswert ist auf den Verkauf der CarPostal France zurückzuführen. Der Anteil erneuerbarer Energieträger liegt bei 21,6 Prozent. Die gesamte Dreiradzustellflotte wird elektrisch mit Strom aus erneuerbaren Quellen betrieben. Der Strom stammt schon seit 2008 aus erneuerbaren Energiequellen, seit 2013 aus «naturemade basic»-zertifizierten Schweizer Quellen. Davon sind 10 Prozent «naturemade star»-zertifizierter Ökostrom, der von diversen Kleinkraftwerken (Wasser-, Solar-, Windkraftwerken) in der ganzen Schweiz produziert wird.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2019, Blatt 302

302-2: Energieverbrauch ausserhalb der Organisation

Der Energiebedarf ausserhalb der Post fällt hauptsächlich bei Gütertransporten durch Subunternehmer und in gemieteten Liegenschaften an. Er belief sich im Berichtsjahr auf 561 Gigawattstunden und ist damit im Vergleich zum Vorjahr um 3 Prozent gesunken. Hauptgrund dafür sind weniger Gütertransporte per Luft im Berichtsjahr.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2019, Blatt 302

302-3: Energieintensität

Die Energieeffizienz (der Kehrwert der Energieintensität) konnte seit 2006 um 34,1 Prozent gesteigert werden. Die Post hat damit das vom Bund im Rahmen der Initiative «Energie-Vorbild Bund» für bundesnahe Unternehmen vorgegebene Ziel von 25 Prozent bis Ende 2020 bereits übertroffen.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2019, Blatt 302

302-4: Verringerung des Energieverbrauchs

Bereits 2010 entschied die Post, die jährlichen Gelder aus der Rückverteilung der CO₂-Abgabe auf Brennstoffe für den Klimaschutz und für Energieeffizienzmassnahmen im Nachhaltigkeitsprogramm «pro clima – wir handeln heute» zu nutzen: So wurden seit 2010 allein aus dem postinternen Klimafonds über 18 Millionen Franken in Massnahmen wie Elektro- und Hybridbusse, Elektrolieferwagen, Elektroladeinfrastruktur, Biogas, Biodiesel, Ersatz von fossilen Heizungen, LED-Beleuchtung, Sensibilisierungsmassnahmen und viele weitere investiert.

Wichtige Massnahmen zur Verringerung des Energieverbrauchs umfassen:

– Nachhaltige Gebäude:

- Bis 2030 will die Post 90 Prozent aller fossil betriebenen Heizungen in ihren eigenen Gebäuden im Inland ersetzen. Sie verwendet erneuerbare Heizträger und heizt Gebäude mit Wärmepumpen, verwendet Sonnenkollektoren zur Warmwasseraufbereitung auf den Dächern, setzt 10 Prozent Biogas bei gasbeheizten Gebäuden ein und nutzt die Abwärme der Rechenzentren. Als neue oder als Ersatz für sanierungsbedürftige Heizungen werden ausschliesslich Heizungen eingesetzt, die mit erneuerbaren Energieträgern betrieben werden.
- Energieeffizientes Bauen und Anwenden modernster Energiestandards: Seit dem 1. Januar 2019 setzt die Post bei Neubauten und Modernisierungen auf den ganzheitlichen, nachhaltigen Baustandard «DGNB-System Schweiz». Der neue Hauptsitz der Post in Bern-Wankdorf ist DGNB-zertifiziert und hat das höchste Label Platin erhalten. Der PostFinance-Hauptsitz ist MINERGIE-ECO-zertifiziert.
- Energieoptimierungsprogramme: Zum Energiesparen bei Gebäuden setzt die Post auf umwelt- und ressourcenschonende Technologien – mit sparsameren Servern, PCs, Notebooks und Bildschirmen und durch den Einsatz von Virtualisierungstechnologien. Damit wurden der Stromverbrauch und die Serveranzahl markant reduziert, wodurch der Energie- und Kühlbedarf der IT-Installationen gesunken ist.

– Einsatz und Produktion von erneuerbaren Energien:

- Der gesamte Strom stammt zu 100 Prozent aus erneuerbaren, «naturemade basic»-zertifizierten Energiequellen. Davon sind mindestens 10 Prozent hochwertiger «naturemade star»-zertifizierter Ökostrom. Ein Grossteil der posteigenen Tankstellen ist mit 7 Prozent Biodiesel bestückt.
- Die gegenwärtig 17 Fotovoltaikanlagen der Post produzieren jährlich über 7 GWh, das entspricht 5 Prozent des Stromverbrauchs der Post. Die neuen regionalen Paketzentren (Cadenazzo, Untervaz und Vétroz) werden wie die anderen Grossstandorte der Post mit Fotovoltaikanlagen versehen; insgesamt werden dort allein 3 GWh Strom pro Jahr produziert. Die Hälfte des Stroms verbrauchen die Zentren selbst.

- Fahrzeuge:
 - a. Bereits 45 Prozent der energieeffizienten Fahrzeugflotte sind mit alternativen Antrieben unterwegs. Alle Elektrofahrzeuge werden mit Ökostrom aus der Schweiz betrieben. Er stammt zu 100 Prozent aus ökologischen Kleinwasserkraftwerken, Biomasseanlagen, Solaranlagen oder Windturbinen.
 - b. Derzeit sind bei der Post in der Paketzustellung 33 elektrisch betriebene Zustellfahrzeuge im Einsatz. Je nach Lieferfähigkeit der Hersteller werden bis 2020 200 E-Fahrzeuge beschafft. Bis 2025 will die Post in den urbanen Zentren die Paketzustellung weitgehend mit E-Fahrzeugen erbringen. Die Post ist im Januar 2019 der internationalen Initiative «100% Electric Vehicles» (EV100) beigetreten. Gemeinsam mit weiteren Unternehmen setzt sie sich dafür ein, Elektromobilität bis 2030 zur Normalität werden zu lassen.
 - c. Beim Transportieren von Brief- und Paketsendungen zwischen den Sortierzentren wird der Bahntransport genutzt. Im Kombiverkehr wird der gelbe Container rasch und mühelos vom Lastwagen auf den Tragwagen umgeladen und umgekehrt. Mit dieser Kombilösung erzielen die Geschäftspartner eine bessere Ökobilanz und tiefere Transportkosten, und der Umwelt bleiben täglich Tausende LKW-Kilometer erspart. Mit 40 Doppeldeckerlastwagen für grosse Frachten transportiert die Post zudem bis zu 50 Prozent mehr Ladegut als mit herkömmlichen Lastwagen.
 - d. Optimieren von Wegstrecken und der Auslastung der Fahrzeuge.
 - e. Ausbildung der Fahrerinnen und Fahrer im sparsamen Fahrstil «Eco-Drive».
- Mitarbeitendenmobilität:
 - d. Die Mitarbeitenden der Post profitieren von attraktiven Vergünstigungen im öffentlichen Verkehr und reduzieren so den Energieverbrauch auf ihrem Arbeitsweg: Das Halbtaxabonnement bekommen sie gratis; wer ein Generalabonnement (GA) bevorzugt, erhält für die zweite Klasse einen Zuschuss. Alle Lernenden erhalten das GA gratis.
 - e. Für Geschäftsreisen benutzen die Mitarbeitenden öffentliche Verkehrsmittel. Dafür stehen unentgeltliche Tagesstreckenkarten zur Verfügung. Kann auf das Auto nicht verzichtet werden, steht eine Personenwagenflotte zur Verfügung. Postmitarbeitende können zudem die Fahrzeuge von Mobility Carsharing Schweiz nutzen.
 - f. Die Post motiviert ihre Mitarbeitenden, mit dem Velo zur Arbeit zu fahren, z. B. indem sie die Aktion «bike to work» von Pro Velo unterstützt. Zudem stehen den Mitarbeitenden 1200 Velos und E-Bikes von PubliBike gratis zur Verfügung.
 - g. Während der «Erlebnistage Elektromobilität» konnten Mitarbeitende an sechs Standorten schweizweit gratis und über mehrere Tage Elektrofahrzeuge namhafter Hersteller auf Alltagstauglichkeit testen. Nach über 500 Testfahrten gaben 60 Prozent der Testpersonen an, sie würden beim nächsten Fahrzeugkauf ein Elektrofahrzeug wählen.

302-5: Senkung des Energiebedarfs für Produkte und Dienstleistungen

Beispiele für den Einsatz energieeffizienter und klimafreundlicher Produkte:

- Dank dem Angebot «pro clima»-Versand können Postkunden seit 2009 ihre Postsendungen mit einem geringen Zuschlag klimaneutral verschicken. Alle adressierten Inlandsbriefe und PromoPost-Sendungen (2019: insgesamt 2,8 Milliarden Sendungen) sind zudem klimaneutral unterwegs. Die Post übernimmt die «pro clima»-Zuschläge für die CO₂-Kompensation und investiert sie unter anderem in ein posteigenes Kompensationsprojekt in der Schweiz.
- Mit ökologischen Verpackungen wie dem PostPac Öko aus Recyclingkarton und der wiederverwendbaren Dispobox können Sendungen ressourcenschonend verpackt werden.
- Dank den 155 My Post 24-Automaten der Post ist es möglich, rund um die Uhr Pakete und eingeschriebene Briefe abzuholen oder zu versenden. Dies kann die Erstzustellrate verbessern und zusätzliche Wege einsparen. Ausserdem lassen sich die Fächer der Automaten als Schliessfach nutzen.
- In vielen Städten der Schweiz bietet die Post das Bikesharing PubliBike an und fördert damit nachhaltige Mobilität und Gesundheit. Ausserdem unterstützt sie carvelo2go, die Sharingplattform für E-Cargo-Bikes.

GRI 305: Emissionen

305-1: Direkte Treibhausgasemissionen (Scope 1)

Die direkten CO₂-Emissionen betragen 173 328 Tonnen. Treibstoffe machen dabei mit 90,5 Prozent die grösste CO₂-Quelle aus, gefolgt von Brennstoffen mit 6,9 Prozent und flüchtigen Emissionen mit 2,6 Prozent. Die Gesamt-Emissionen sind im Vergleich zum Vorjahreswert um 11 Prozent gesunken. Zurückzuführen ist dies hauptsächlich auf den Verkauf der CarPostal France im Berichtsjahr.

Verweise und weiterführende Dokumente:

– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2019, Blatt 305

305-2: Indirekte energiebedingte Treibhausgasemissionen (Scope 2)

Die indirekten CO₂-Emissionen aus dem Stromverbrauch betragen 19 091 Tonnen und liegen damit auf Vorjahresniveau. Sie entsprechen damit circa 10 Prozent der direkten THG-Emissionen. Der gesamte Strom stammt zu 100 Prozent aus erneuerbaren, «naturemade basic»-zertifizierten Energiequellen. Davon sind mindestens 10 Prozent hochwertiger «naturemade star»-zertifizierter Ökostrom.

Verweise und weiterführende Dokumente:

– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2019, Blatt 305

305-3: Sonstige indirekte Treibhausgasemissionen (Scope 3)

Die weiteren indirekten CO₂-Emissionen stammen hauptsächlich aus Emissionen der kraftstoff- und energiebezogenen Vorkette, aus Transporten durch Subunternehmer und aus dem Arbeitspendlerverkehr. Sie beliefen sich auf 216 364 Tonnen, was in etwa der Summe aus Scope-1- und Scope-2-Emissionen entspricht.

Verweise und weiterführende Dokumente:

– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2019, Blatt 305

305-4: Intensität der Treibhausgasemissionen

Die CO₂-Effizienz, gemessen an Kerndienstleistungen (z. B. Anzahl Sendungen, Anzahl Transaktionen, Kundenfrequenz in Filialen, Personenkilometer, Quadratmeter), konnte zwischen 2010 und Ende 2019 um 27,6 Prozent verbessert werden. Das für 2020 gesteckte Ziel einer Reduktion um mindestens 25 Prozent wurde damit vorzeitig erreicht und übertroffen.

Verweise und weiterführende Dokumente:

– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2019, Blatt 305

305-5: Senkung der Treibhausgasemissionen

Bereits 2010 entschied die Post, die jährlichen Gelder aus der Rückverteilung der CO₂-Abgabe auf Brennstoffe für den Klimaschutz und für Energieeffizienzmassnahmen im Nachhaltigkeitsprogramm «pro clima – wir handeln heute» zu nutzen: So wurden seit 2010 allein aus dem postinternen Klimafonds über 18 Millionen Franken in Massnahmen wie Elektro- und Hybridbusse, Elektrolieferwagen, Elektroladeinfrastruktur, Biogas, Biodiesel, Ersatz von fossilen Heizungen, LED-Beleuchtung, Sensibilisierungsmassnahmen und viele weitere investiert. Die Massnahmen zur Verringerung des Energieverbrauchs tragen vollumfänglich zur Verringerung der Treibhausgasemissionen bei. Alle adressierten Inlandsbriefe und PromoPost-Sendungen (2019: insgesamt 2,8 Milliarden Sendungen) sind zudem klimaneutral unterwegs. Die Post übernimmt die «pro clima»-Zuschläge für die CO₂-Kompensation und investiert sie unter anderem in ein posteigenes Kompensationsprojekt in der Schweiz

305-6: Emissionen von Ozon abbauenden Substanzen (ODS)

Emissionen von Ozon abbauenden Stoffen entstammen vor allem den in Klimaanlage verwendeten Kältemitteln. Sie sind seit Jahren rückläufig und mittlerweile nahezu null.

Verweise und weiterführende Dokumente:

– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2019, Blatt 305

305-7: NO_x, SO_x und andere signifikante Luftemissionen

Durch den Einsatz von Fahrzeugen, die modernste Emissionsstandards einhalten, und die Verwendung von schwefelarmem Heizöl versucht die Post, NO_x, SO_x und andere signifikante Luftemissionen zu reduzieren. Seit 2010 sinkt die von der Post verursachte Luftschadstoffbelastung.

Verweise und weiterführende Dokumente:

– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2019, Blatt 305

GRI 307: Umwelt-Compliance

307-1: Nichteinhaltung von Umweltschutzgesetzen und -verordnungen

Es gab im Jahr 2019 keinen Fall von Nichteinhaltung der Umweltschutzgesetze und/oder -verordnungen.

GRI 308: Umweltbewertung der Lieferanten

308-1: Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden

Seit 2017 müssen in öffentlichen Ausschreibungen alle neuen Lieferanten zu ökologischen und sozialen Zuschlagskriterien Stellung nehmen. Diese Angaben fließen in die Zuschlagsentscheidungen mit ein.

Im Bekleidungssektor ist die Grundvoraussetzung für die Aufnahme eines neuen Lieferanten die Zertifizierung mit Öko-Tex 100, wodurch sichergestellt wird, dass ein Stoff nachweislich keinerlei umweltgefährdende Chemikalien beinhaltet. Zudem wird als Druckpapier ausschliesslich FSC-Papier beschafft.

308-2: Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Massnahmen

Alle strategischen Lieferanten werden bis 2020 im Rahmen von EcoVadis nach ökologischen Kriterien überprüft. Bei 190 Lieferanten ist die Prüfung durch EcoVadis bereits abgeschlossen. Der durchschnittlich erreichte Score liegt erfreulicherweise deutlich über dem Benchmark von EcoVadis.

Es sind keine wesentlichen, tatsächlichen negativen Umweltauswirkungen in der Lieferkette bekannt, und das Festlegen spezifischer Massnahmen mit einzelnen Lieferanten war im Berichtsjahr nicht notwendig. Sollten Massnahmen in Zukunft erforderlich sein, werden sie in Corrective Action Plans im Rahmen von EcoVadis erfasst und nachverfolgt. Den identifizierten potenziellen negativen Auswirkungen begegnet die Post bei der Beschaffung mit der Einhaltung strenger Standards wie Öko-Tex 100, FSC usw.

400 Soziales

Die sozial-gesellschaftlichen Angaben reichen von Informationen zu Beschäftigung, Arbeits- und Anstellungsbedingungen über Aus- und Weiterbildung und Vielfalt bis hin zu Compliance und Arbeitsbedingungen bei Lieferanten.

GRI 401: Beschäftigung

401-1: Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation

Im Jahr 2019 ist die Fluktuationsrate auf 5,1 Prozent gesunken bei gleichzeitig leicht rückläufigem Personalbestand. Die Fluktuationsrate ist im Branchenvergleich adäquat.

Die Anzahl Neueintritte ist im Vergleich zu 2018 um 408 Personen auf total 3324 gestiegen. Dies entspricht einer Zunahme um 14,0 Prozent.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2019, Blatt 401, Abschnitt «Personalfuktuation und Austritte»

401-3: Elternzeit

Grundsätzlich haben alle Mitarbeitenden, Mütter wie Väter, über die gesetzlichen Vorgaben hinaus Anspruch auf bezahlte Elternzeit bei Geburt und Adoption und können unbezahlten Urlaub beantragen. Mit rund 1,5 Millionen Franken verteilt auf über 1000 Anträge unterstützt die Post zudem die externe Kinderbetreuung und leistet damit einen Beitrag an die Vereinbarkeit von Beruf, Familie und Freizeit.

Verweise und weiterführende Dokumente:

- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2019, Blatt 401, Abschnitt «Elternzeit»

GRI 402: Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis

402-1: Mindestmitteilungsfrist für betriebliche Veränderungen

Die Mitwirkungsrechte der Arbeitnehmervertreter bei betrieblichen Veränderungen richten sich grundsätzlich nach dem Gesetz (Obligationenrecht) und wurden zusammen mit den vertragschliessenden Gewerkschaften syndicom und transfair in den jeweiligen Gesamtarbeitsverträgen (GAV) zusätzlich geregelt. Die Mindestmitteilungsfristen richten sich nach dem Obligationenrecht. Zusammen mit ihren Sozialpartnern strebt die Post stets zukunftsgerichtete Lösungen im Interesse der Kundinnen und Kunden, der Mitarbeitenden und des Unternehmens an und pflegt den frühzeitigen und regelmässigen Austausch mit relevanten Stakeholdern, beispielsweise über Fach- und Personalkommissionen. Im Falle von Umstrukturierungen, die mehr als 30 Arbeitsplätze betreffen, werden Konsultationsverfahren bei Mitarbeitenden und Kantonen durchgeführt. Zudem werden die Auswirkungen von unumgänglichen personellen Anpassungen über den mit den Gewerkschaften verhandelten Sozialplan abgefedert. Darüber hinaus hat die Post gemeinsam mit den Sozialpartnern ein breites Präventionsprogramm für eine nachhaltige berufliche Zukunft initiiert. Im Rahmen des Programms erhalten Mitarbeitende und Vorgesetzte die Gelegenheit, sich mit ihrer persönlichen beruflichen Weiterentwicklung auseinanderzusetzen. Die Post unterstützt sie damit beim immer wichtiger werdenden lebenslangen Lernen.

GRI 403: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

403-1: Ausschüsse zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz: Repräsentation von Mitarbeitenden in formellen Arbeitgeber-Mitarbeiter-Ausschüssen für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Gemäss Mitwirkungsgesetz können an allen Standorten mit mehr als 50 Mitarbeitenden auf Wunsch der Belegschaft Personalkommissionen gebildet werden, die sich unter anderem mit den Themen Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz befassen. Solche Personalkommissionen bestehen an über 50 Standorten schweizweit. Jeder Konzernbereich hat zusätzlich mindestens einen ausgewiesenen Ansprechpartner benannt, an den sich Mitarbeitende jederzeit zur Beratung und für Fragen zum Thema Arbeits- und Freizeitsicherheit wenden können.

Verweise und weiterführende Dokumente:

– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2019, Blatt 403

403-2: Ausfallzeiten, Verletzungen und Krankheiten: Art und Rate der Verletzungen, Berufskrankheiten, Arbeitsausfalltage und Abwesenheit sowie Zahl der arbeitsbedingten Todesfälle

Alle diesbezüglichen Informationen werden zentral über ein Melde- und Reportsystem erhoben und ausgewertet. «Stolpern und Stürzen» ist mit Abstand die häufigste Unfallursache. Betroffen sind vornehmlich Extremitäten. Gezielte Sensibilisierungsmassnahmen zeigen jedoch Wirkung, und die Berufsunfallquote ist vergleichsweise gering. Auf dem Zustelldienst liegt ein besonderes Augenmerk, da es hier am meisten zu Unfällen kommt.

Verweise und weiterführende Dokumente:

– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2019, Blatt 403

403-4: Gesundheits- und Sicherheitsthemen, die in formellen Vereinbarungen mit Gewerkschaften behandelt werden

Die Betriebsgruppenlösung wird in Abstimmung mit den Gewerkschaften weiterentwickelt. Mit ihnen werden Themen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz ansonsten in den Sitzungen der Fachkommissionen besprochen, die auf Stufe Konzern, bei PostFinance, PostAuto, PostMail, PostLogistics, Swiss Post Solutions und PostNetz bestehen und jährlich zwei- bis viermal tagen.

GRI 404: Aus- und Weiterbildung

404-1: Durchschnittliche jährliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung

Damit die Post heute und auch in Zukunft erfolgreich ist, benötigt sie kompetente Mitarbeitende und unterstützt sie bei der Stärkung ihrer Kompetenzen. Die Post bietet einerseits interne Weiterbildungsangebote an und fördert andererseits die Teilnahme an Angeboten auf dem externen Markt durch individuelle Weiterbildungsvereinbarungen. Im Berichtsjahr wurden individuelle Weiterbildungsangebote mit knapp 7 Millionen Franken mitfinanziert. Auf dem internen Learning Management System stehen den Mitarbeitenden insgesamt über 1000 Lernangebote (Blended Learning, Klassenunterricht, E-Learnings und Selbsttests) zur Verfügung. 2019 wurden postweit über 1100 Teamentwicklungsanlässe durchgeführt.

Die Post leistet langfristig einen wichtigen Beitrag zur Ausbildung junger Berufsleute. Im Unternehmen absolvieren rund 1900 Lernende (2018: 2001) eine Ausbildung in 16 Berufen. Dies entspricht rund 6 Prozent des Personalbestands des Konzerns in der Schweiz. Von den Lernenden, die 2019 ihre Ausbildung abschlossen, haben knapp 98 Prozent ihr Qualifikationsverfahren (Lehrabschlussprüfung) bestanden. Der 2018 erfolgreich eingeführte neue Beruf ICT-Fachmann/Fachfrau hat sich bewährt und wird auch in Zukunft angeboten. 2019 schlossen erste Absolventinnen und Absolventen das 2015 u. a. auf Initiative der Schweizerischen Post neu eingeführte praxisintegrierte Bachelor-

studium in Informatik (PiBS) erfolgreich ab und fanden bei der Post eine Weiterbeschäftigung. Mit der Integrationsvorlehre Logistik (INVOL) leistet die Post in zwei Sprachregionen einen wertvollen Beitrag zur Integration von Flüchtlingen in die Arbeitswelt.

Verweise und weiterführende Dokumente:
– lehrstellen.post.ch/de

404-2: Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten

Gemeinsam mit den Sozialpartnern wurde ein Präventionsprogramm für eine nachhaltige berufliche Zukunft initiiert. Mit organisierten Teamworkshops, Laufbahnberatungen und der Förderung digitaler Kompetenzen unterstützt die Post ihre Mitarbeitenden und deren lebenslanges Lernen. Das post-interne Laufbahnzentrum begleitet Mitarbeitende bei Bedarf bei der beruflichen Neuorientierung.

Eine neu entwickelte Ausbildung für Führungskräfte wurde 2019 in allen Geschäftsbereichen ausgerollt und bereits von über 460 Mitarbeitenden absolviert. Im Berichtsjahr wurden individuelle Weiterbildungsangebote mit knapp 7 Millionen Franken mitfinanziert.

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2019, Blatt 404, Abschnitt «Laufbahnzentrum»

404-3: Leistungsbeurteilungen: Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmässige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung erhalten

Für den weitaus grössten Teil der Belegschaft wird alljährlich ein Gespräch zur Leistungsbeurteilung und Mitarbeitendenentwicklung durchgeführt. Über 60 Prozent aller Mitarbeitenden haben zudem ein Zielvereinbarungsgespräch (ca. 34 000 Mitarbeitende). Alle anderen Mitarbeitenden haben aufgrund ihres geringeren Beschäftigungsgrads (je nach Geschäftsbereich weniger als 20 bis 40 Prozent) ein sogenanntes Führungsgespräch.

Ab 2020 löst die Post den zwanzigjährigen Focus-Prozess durch DIALOG ab. Mit DIALOG setzt die Post auf Teamziele und eine ganzheitliche Beurteilung des persönlichen Erfolgsbeitrags von Mitarbeitenden. Regelmässiges Feedback und eine stärkenorientierte Entwicklung sind ebenso Teil davon wie die gezielte Nachfolgeplanung von Schlüsselfunktionen und Schlüsselpersonen.

GRI 405: Diversität und Chancengleichheit

405-1: Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Finanzbericht 2019, Kapitel «Corporate Governance», Seiten 61–75
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2019, Blatt 102, Abschnitt «Geschlechterverteilung»
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2019, Blatt 405

405-2: Lohngleichheit: Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zum Grundgehalt und zur Vergütung von Männern

Die wesentlichen Geschäftsstandorte befinden sich in der Schweiz (84 Prozent der Mitarbeitenden). Über 85 Prozent dieser Mitarbeitenden sind in einem Arbeitsverhältnis auf der Grundlage eines der aktuell neun Gesamtarbeitsverträge (GAV) angestellt, die mit den vertragschliessenden Gewerkschaften syndicom und transfair ausführlich verhandelt wurden. Diese Verträge enthalten für jede Stufe verbindliche Lohnbänder und schreiben die Gleichbehandlung der Geschlechter vor. Die im Jahr 2019 von einem unabhängigen, externen Unternehmen durchgeführte Lohngleichheitsanalyse ergab ein gutes Resultat. Nach Berücksichtigung der Faktoren Ausbildung, Berufserfahrung und Anforderungsniveau beträgt der nicht erklärbare Lohnunterschied –2,2 Prozent und liegt wie bereits in den Vorjahren unterhalb der Toleranzgrenze des Bundes von +/-5 Prozent. Bereits seit Jahren setzt sich die Post gegen jegliche Diskriminierung und für gleichwertige Anstellungsbedingungen ein. Um Chan-

cengleichheit weiter zu fördern, hat die Post im November 2019 die Charta «Lohnleichheit im öffentlichen Sektor» unterzeichnet. Mit dieser Unterschrift will die Post ein Zeichen für die Lohnleichheit zwischen Frauen und Männern setzen. Zudem können sich Mitarbeitende bei Verdacht auf Lohndiskriminierung neu auch an die unabhängige Meldestelle www.postcourage.ch wenden.

GRI 406: Nichtdiskriminierung

406-1: Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemassnahmen

Ein diskriminierungsfreies Arbeitsumfeld ist eine wichtige Voraussetzung für gesunde und zufriedene Mitarbeitende. Um Diskriminierungsfälle zu vermeiden, werden die Vorgesetzten dafür sensibilisiert, Konflikte rasch anzugehen und die HR- und Sozialberatung frühzeitig beizuziehen. Alle Mitarbeitenden erhalten den Verhaltenskodex Post mit dem Arbeitsvertrag zugestellt. In mehreren Organisationseinheiten hat die Sozialberatung Schulungen zum respektvollen Umgang und zum Vorgehen bei Mobbing und sexueller Belästigung durchgeführt.

Im laufenden Jahr haben sich über 80 Mitarbeitende entweder aufgrund von Mobbingvorwürfen oder sexueller Belästigung an die Sozialberatung Post gewandt. In sechs Fällen haben sich aus den Anfragen interne Untersuchungen ergeben (drei Fälle von Mobbingvorwürfen, drei Fälle von sexueller Belästigung). Aufgrund von Spannungen oder Konflikten am Arbeitsplatz, schlechtem Klima und/oder mangelnder Performance wurden neun detaillierte Sozialaudits in den betroffenen Bereichen durchgeführt. In allen übrigen Fällen wurden zur Klärung der Konflikte mit den Beteiligten lösungsorientierte Gespräche, Mediationen und, wo möglich, einvernehmliche Lösungen gesucht.

GRI 407: Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen

407-1: Recht auf Vereinigungsfreiheit: Betriebsstätten und Lieferanten, bei denen das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen bedroht sein könnte

Den Mitarbeitenden der Post steht es frei, Gewerkschaften beizutreten. Dieses Recht ist in der Schweiz gesetzlich geregelt. Zudem können an allen Geschäftsstandorten mit mehr als 50 Mitarbeitenden auf Wunsch der Belegschaft Personalkommissionen gebildet werden. Solche Personalkommissionen bestehen an rund 80 Standorten schweizweit.

Die Lieferanten der Post verpflichten sich mit der Unterzeichnung des Sozial- und Ethikkodex zum Schutz der Mitarbeiterrechte inklusive Vereinigungsfreiheit und Schutz des Vereinigungsrechts. Das Risiko für die Verletzung der Versammlungsfreiheit, für Kinderarbeit (408) oder Zwangs- und Pflichtarbeit (409) wird ausserhalb des Bekleidungssektors als gering erachtet. Im Bekleidungssektor wird zu 100 Prozent in Europa produziert, und alle Lieferanten verpflichten sich zur Wahrung der Vereinigungsfreiheit.

GRI 408: Kinderarbeit

408-1: Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Kinderarbeit

An den Geschäftsstandorten der Schweizerischen Post konnte kein erhöhtes Risiko ermittelt werden. Ein erhebliches Risiko von Kinderarbeit besteht unter den von der Post in nennenswerten Mengen bezogenen Warengruppen in der Bekleidungs- und Schuhindustrie. Die intensive Zusammenarbeit mit der Fair Wear Foundation und Better Work dient der Reduktion dieses Risikos.

GRI 409: Zwangs- oder Pflichtarbeit

409-1: Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Zwangs- oder Pflichtarbeit

An den Geschäftsstandorten der Schweizerischen Post konnte kein erhöhtes Risiko ermittelt werden. Bei Lieferanten besteht ein Risiko in den Warengruppen der IT. Deren Lieferanten sind ausnahmslos Mitglieder der Responsible Business Alliance, die die Einhaltung von fairen Arbeitsbedingungen unter anderem in Audits für die Mitgliedsfirmen überprüft. Dem Risiko in der Warengruppe Bekleidung wird durch die Zusammenarbeit mit der Fair Wear Foundation entgegengewirkt. Im Berichtsjahr wurden der Post zwei Vorfälle gemeldet und im Einvernehmen angegangen. In einem Fall, gemeldet durch die Fair Wear Foundation, entstanden einem Zulieferer substantielle Kosten durch Missverständnisse in der Produktionsplanung. Die Post steht zu ihrer Verantwortung als Auftraggeberin und trug ihren Teil zur Kompensation sowie zur Verbesserung der zukünftigen Kommunikation bei. Ein zweiter Vorfall wurde durch Ressources Humaines Sans Frontières bekannt. Ein EU-Lieferant hatte über einen Personalvermittler Personen eingestellt, die mit falschen Versprechungen angeworben worden waren. Nach Bekanntwerden des Falls zeigte sich der Lieferant kooperativ und erstattete den rekrutierten Mitarbeitenden die Vermittlungskosten zurück.

GRI 412: Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte

412-1: Betriebsstätten, an denen eine Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte oder eine menschenrechtliche Folgenabschätzung durchgeführt wurde

An den Geschäftsstandorten der Schweizerischen Post konnte kein erhöhtes Risiko ermittelt werden.

GRI 414: Soziale Bewertung der Lieferanten

414-1: Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden

Seit 2017 müssen in öffentlichen Ausschreibungen alle neuen Lieferanten zu sozialen und ökologischen Zuschlagskriterien Stellung nehmen. Diese Angaben fließen in die Zuschlagsentscheide mit ein.

414-2: Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Massnahmen

Die 240 strategisch wichtigsten Lieferanten werden bis 2020 im Rahmen von EcoVadis nach sozialen Kriterien überprüft. Es sind keine wesentlichen, tatsächlichen negativen Auswirkungen bekannt, und das Festlegen und Nachverfolgen spezifischer Massnahmen mit einzelnen Lieferanten erfolgt laufend in den jeweiligen Corrective Action Plans im Rahmen von EcoVadis.

Den identifizierten potenziellen negativen Auswirkungen im Bekleidungssektor begegnet die Post durch die intensive Zusammenarbeit mit der Fair Wear Foundation und Better Work. Die Lieferanten der IT-Warengruppen sind ausnahmslos Mitglieder der Responsible Business Alliance.

GRI 418: Schutz der Kundendaten

418-1: Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes und den Verlust von Kundendaten

Im Jahr 2019 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

GRI 419: Sozioökonomische Compliance

419-1: Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich

Siehe 205-1 und 206-1.

Impressum und Kontakt

Herausgeberin

Die Schweizerische Post 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 Nachhaltigkeitsbericht: verantwortung@post.ch

Die Schweizerische Post AG
Wankdorfallee 4
Postfach
3030 Bern
Schweiz

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

DIE POST 