GRI-Bericht 2015

DIE POST

Gelb bewegt.

Zum GRI-Bericht

Struktur der Berichterstattung

Die Berichterstattung 2015 der Schweizerischen Post besteht aus folgenden Dokumenten:
– Geschäftsbericht der Schweizerischen Post
– Finanzbericht der Schweizerischen Post (Lagebericht, Corporate Governance, Jahresabschlüsse Konzern, Die Schweizerische Post AG und PostFinance AG)
– GRI-Bericht (Bericht nach den Richtlinien der Global Reporting Initiative)
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht

Sprachen

Dieser Bericht ist auf Deutsch verfügbar.

Bestellung

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

Zukunftsgerichtete Aussagen

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

Inhalt

GRI-Inhaltsindex 2

Allgemeine Standardangaben 7

Spezifische Standardangaben 16

Impressum und Kontakt 34

GRI-Inhaltsindex

Abkürzungen	GB:	Geschäftsbericht 2015
	FB:	Finanzbericht 2015
	KZ:	Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2015
	UNGC:	Die Spalte UNGC, United Nations Global Compact, verweist auf die 10 Prinzipien (P1–P10) des Global Compacts und erfüllt damit die Anforderungen der Fortschrittsmitteilung (Communication on Progress – COP) für das aktuelle Berichtsjahr.

Allgemeine Standardangaben

Indikator	Seitenzahl, Referenz, Link	ext. Prüfung	UNGC
Strategie und Analyse			
G4-1	GRI-Bericht S. 7 GB S. 9–12, S. 52 www.post.ch	nein	
Organisationsprofil			
G4-3	GRI-Bericht S. 8	nein	
G4-4	GRI-Bericht S. 8 FB S. 6-7, 10–11	nein	
G4-5	GRI-Bericht S. 8	nein	
G4-6	GRI-Bericht S. 8 FB S. 8-9	nein	
G4-7	GRI-Bericht S. 8 FB S. 60	nein	
G4-8	GRI-Bericht S. 9 FB S. 6–11, 24–42, 92-93	nein	
G4-9	GRI-Bericht S. 9 GB S. 65 (Umschlag) FB S. 143–145	nein	
G4-10	GRI-Bericht S. 9 KZ «Personalbestand» KZ «Lernpersonal» KZ «Nachwuchskräfte» KZ «Anstellungsverhältnisse» KZ «Arbeitsplätze Regionen»	nein	P6
G4-11	GRI-Bericht S. 9 KZ «Anstellungsverhältnisse»	nein	P3
G4-12	GRI-Bericht S. 9 KZ «Lieferkette» www.post.ch	nein	
G4-13	GRI-Bericht S.10 FB S. 145–147	nein	
G4-14	GRI-Bericht S. 10	nein	
G4-15	GRI-Bericht S. 10 www.post.ch	nein	
G4-16	GRI-Bericht S. 11 www.post.ch	nein	

>

Indikator	Seitenzahl, Referenz, Link	ext. Prüfung	UNGC
Ermittelte wesentliche Aspekte und Grenzen			
G4-17	GRI-Bericht S. 11 FB S. 73, 143–145 KZ «Berichtsabgrenzung»	nein	
G4-18	GRI-Bericht S. 11 KZ «Grundsätze und Prinzipien» KZ «Berichtsinhalte»	nein	
G4-19	GRI-Bericht S. 12	nein	
G4-20	GRI-Bericht S. 13	nein	
G4-21	GRI-Bericht S. 13	nein	
G4-22	GRI-Bericht S. 13	nein	
G4-23	GRI-Bericht S. 13	nein	
Einbindung von Stakeholdern			
G4-24	GRI-Bericht S. 13	nein	
G4-25	GRI-Bericht S. 14	nein	
G4-26	GRI-Bericht S. 14 KZ «Berichtsinhalte»	nein	
G4-27	GRI-Bericht S. 14 www.post.ch www.servicepublic.ch	nein	
Berichtsprofil			
G4-28	GRI-Bericht S. 15	nein	
G4-29	GRI-Bericht S. 15	nein	
G4-30	GRI-Bericht S. 15	nein	
G4-31	GRI-Bericht S. 15	nein	
G4-32	GRI-Bericht S. 15	nein	
G4-33	GRI-Bericht S. 15 www.post.ch	nein	
Unternehmensführung			
G4-34	GRI-Bericht S. 15 FB S. 59–71	nein	
Ethik und Integrität			
G4-56	GRI-Bericht S. 15 www.post.ch	nein	P10

Spezifische Standardangaben

Aspekt & DMA, Indikatoren	Seitenzahl, Referenz, Link	ext. Prüfung	Auslassungs-gründe	UNGC
Wirtschaft				
Wirtschaftliche Leistung/DMA	GRI-Bericht S. 16 FB S. 16–21, 45–48	nein		
G4-EC1	GRI-Bericht S. 16 KZ «Finanzielles Ergebnis» KZ «Wertschöpfung»	nein		
G4-EC2	GRI-Bericht S. 16 GB S. 51–56	nein		
G4-EC3	GRI-Bericht S. 17 FB S. 86, 98 KZ «Pensionskasse» www.pkpost.ch	nein		
G4-EC4	GRI-Bericht S. 17 FB S. 91	nein		
Marktpräsenz/DMA	GRI-Bericht S. 17 www.post.ch	nein		P6
G4-EC5	GRI-Bericht S. 18 KZ «Anstellungsverhältnisse» KZ «Entschädigungen»	nein		P6
Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen/DMA	GRI-Bericht S. 18 www.post.ch	nein		
G4-EC8	GRI-Bericht S. 18 KZ «Wohltätigkeit und Sponsoring»	nein		
Ökologie				
Materialien/DMA	GRI-Bericht S. 19 GB S. 51–56, 40–44 FB S. 16-21 KZ «Klimabelastung» www.post.ch	nein		P7, P8
G4-EN1	GRI-Bericht S. 19 KZ «Papier Wasser Abfall»	ja		P7, P8
G4-EN2	GRI-Bericht S. 19 KZ «Papier Wasser Abfall»	ja		P8
Energie/DMA	GRI-Bericht S. 19			P7, P8, P9
G4-EN3	GRI-Bericht S. 20 KZ «Energiebedarf»	ja		P7, P8
G4-EN4	GRI-Bericht S. 20 KZ «Energiebedarf»	ja		P8
G4-EN5	GRI-Bericht S. 20 KZ «Energiebedarf»	nein		P8
Emissionen/DMA	GRI-Bericht S. 19	nein		P7, P8, P9
G4-EN15	GRI-Bericht S. 20 KZ «Klimabelastung»	ja		P7, P8
G4-EN16	GRI-Bericht S. 20 KZ «Klimabelastung»	ja		P7, P8
G4-EN17	GRI-Bericht S. 20 KZ «Klimabelastung»	ja		P7, P8
G4-EN18	GRI-Bericht S. 20 KZ «Klimabelastung»	ja		P8
G4-EN20	GRI-Bericht S. 20 KZ «Luftschadstoffe»	nein		P7, P8
G4-EN21	GRI-Bericht S. 20 KZ «Luftschadstoffe»	nein		P7, P8

>

Aspekt & DMA, Indikatoren	Seitenzahl, Referenz, Link	ext. Prüfung	Auslassungs-gründe	UNGC
Produkte und Dienstleistungen/ DMA	GRI-Bericht S. 19	nein		P7, P8, P9
G4-EN27	GRI-Bericht S. 20 GB S. 51–56 KZ «Klimabelastung» KZ «Energiebedarf»	nein		P7, P8, P9
Insgesamt Ökologie / DMA	GRI-Bericht S. 19			
G4-EN31	GRI-Bericht S. 21			
Lieferanten ökol. Aspekte/DMA	GRI-Bericht S. 19	nein		P8
G4-EN32	GRI-Bericht S. 21 GB S. 55 www.post.ch	nein		P8
G4-EN33	GRI-Bericht S. 22	nein	GRI-Bericht S. 23	P8
Gesellschaft: Arbeits-praktiken, Beschäftigung				
Beschäftigung/DMA	GRI-Bericht S. 22 GB S. 45–50 www.post.ch	nein		P6
G4-LA1	GRI-Bericht S. 22 KZ «Personalfluktuation»	nein	GRI-Bericht S. 25	P6
G4-LA3	GRI-Bericht S. 23	nein	GRI-Bericht S. 25	P6
Arbeitnehmer-Arbeitgeber/DMA	GRI-Bericht S. 23 www.post.ch	nein		P3
G4-LA4	GRI-Bericht S. 23	nein		P3
Arbeitssicherheit/Gesundheit/DMA	GRI-Bericht S. 23 KZ «Gesundheitsmanagement» www.post.ch	nein		
G4-LA5	GRI-Bericht S. 24 KZ «Gesundheitsmanagement»	nein		
G4-LA6	GRI-Bericht S. 24 KZ «Gesundheitsmanagement»	nein	GRI-Bericht S. 26	
G4-LA8	GRI-Bericht S. 24	nein		
Aus- und Weiterbildung/DMA	GRI-Bericht S. 25 GB S. 47 www.post.ch	nein		P6
G4-LA9	GRI-Bericht S. 25	nein	GRI-Bericht S. 27	
G4-LA10	GRI-Bericht S. 25 www.post.ch	nein	GRI-Bericht S. 27	P6
G4-LA11	GRI-Bericht S. 26	nein		P6
Vielfalt und Chancengleichheit/ DMA	GRI-Bericht S. 26 GB S. 45–50 www.post.ch	nein		
G4-LA12	GRI-Bericht S. 26 GB S. 57–63 KZ «Frauenanteil Management» KZ «Geschlechterverteilung» KZ «Sprachenvielfalt» KZ «Nationalitäten» KZ «Demographie»	nein		P6
Gleicher Lohn für Männer, Frauen/DMA	GRI-Bericht S. 27 GB S. 45–50 www.post.ch	nein		P6
G4-LA13	GRI-Bericht S. 27	nein		P6
Lieferanten Arbeitspraktiken / DMA	GRI-Bericht S. 27	nein	GRI-Bericht S. 20	P6
G4-LA14	GRI-Bericht S. 27	nein		
G4-LA15	GRI-Bericht S. 27	nein		
Beschwerdemechanismen Arbeitspraktiken / DMA	GRI-Bericht S. 27 GB S. 45-50 www.postcourage.ch www.post.ch	nein		
G4-LA16	GRI-Bericht S. 28	nein		

>

Aspekt & DMA, Indikatoren	Seitenzahl, Referenz, Link	ext. Prüfung	Auslassungs-gründe	UNGC
Gesellschaft: Menschenrechte				
Gleichbehandlung/DMA	GRI-Bericht S. 28	nein		P6
G4-HR3	GRI-Bericht S. 28	nein		P6
Vereinigungsfreiheit/DMA	GRI-Bericht S. 28 www.post.ch	nein		P3
G4-HR4	GRI-Bericht S. 29	nein		P3
Kinderarbeit/DMA	GRI-Bericht S. 29	nein		P5
G4-HR5	GRI-Bericht S. 29	nein		P5
Zwangs- oder Pflichtarbeit/DMA	GRI-Bericht S. 29	nein		P4
G4-HR6	GRI-Bericht S. 29	nein		P4
Prüfung Menschenrechte/DMA	GRI-Bericht S. 29	nein		P1
G4-HR9	GRI-Bericht S. 29	nein		P1
Lieferanten Menschenrechte/DMA	GRI-Bericht S. 30	nein		P2
G4-HR10	GRI-Bericht S. 30	nein		P2
G4-HR11	GRI-Bericht S. 30	nein		P2
Gesellschaft: Gesellschaft				
Lokale Gemeinschaften/DMA	GRI-Bericht S. 30 www.post.ch	nein		P1
G4-SO1	GRI-Bericht S. 31	nein		P1
G4-SO2	GRI-Bericht S. 31	nein		P1
Korruptionsbekämpfung/DMA	GRI-Bericht S. 31 www.post.ch www.postcourage.ch	nein		P10
G4-SO3	GRI-Bericht S. 31	nein		P10
G4-SO4	GRI-Bericht S. 31	nein		P10
G4-SO5	GRI-Bericht S. 32	nein		P10
Wettbewerbswidriges Verhalten/DMA	GRI-Bericht S. 32 www.post.ch	nein		P10
G4-SO7	GRI-Bericht S. 32	nein		P10
Compliance / DMA	GRI-Bericht S. 32 www.post.ch			
G4-SO8	GRI-Bericht S. 32			
Lieferanten gesellschaftl./DMA	GRI-Bericht S. 32	nein		
G4-SO9	GRI-Bericht S. 32	nein		
G4-SO10	GRI-Bericht S. 33	nein		
Gesellschaft: Produktverantwortung				
Schutz Privatsphäre Kunden/DMA	GRI-Bericht S. 33 www.post.ch www.postcourage.ch	nein		
G4-PR8	GRI-Bericht S. 33 www.post.ch www.postcourage.ch	nein		

Allgemeine Standardangaben

Strategie und Analyse

G4-1 Erklärung des CEO

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

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

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

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

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

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

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

Als strategische Stossrichtungen will die Post für die Schweiz, die Kundinnen und Kunden, die Mitarbeitenden und den Eigner Mehrwert schaffen, indem sie die Qualität der Grundversorgung sichert, nachhaltig wirtschaftet, die Kundenzufriedenheit und das Mitarbeiterengagement stärkt und durch stabile Marktpositionen die finanziellen Ziele des Eigners erfüllt. Als zentrale Messgrösse definiert sie unter anderem einen Zielwert für ihre CO_2-Effizienz.

Verweise und weiterführende Dokumente:
- Geschäftsbericht 2015, Kapitel «Vision und Strategie» Seite 9–12
- Geschäftsbericht 2015, Kapitel «Nachhaltigkeitsstrategie» Seite 52
- Verhaltenskodex:
  www.post.ch/-/media/post/ueber-uns/dokumente/verhaltenskodex.pdf?la=de&vs=1
- Vision:
  www.post.ch/de/ueber-uns/unternehmen/portraet/vision

Organisationsprofil

G4-3 Name der Organisation

Die Schweizerische Post AG

G4-4 Wichtigste Marken, Produkte bzw. Dienstleistungen

Produkte bzw. Dienstleistungen

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

Zum Angebot für Privatkunden gehören Briefe, Pakete, Kurier-/Expresssendungen, Finanzdienstleistungen (Zahlen, Sparen, Anlegen, Vorsorgen, Finanzieren) und Dienstleistungen im Personenverkehr. Ausserdem bietet die Post den Kunden in 1464 Poststellen ein Sortiment an Drittprodukten an. Dazu gehören Produkte mit einer Affinität zur Post wie beispielsweise Papeterieartikel oder Geschenkkarten.

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

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Finanzbericht 2015, Kapitel «Märkte, Lösungen, Dienstleistungen und Innovation» Seiten 6–7

Wichtigste Marken

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

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

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Finanzbericht 2015, Kapitel «Marken» Seiten 10–11

G4-5 Hauptsitz der Organisation

Die Schweizerische Post AG
Wankdorfallee 4
Postfach
3030 Bern
Schweiz

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

Die Schweizerische Post ist in 24 Ländern tätig.

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Finanzbericht 2015, Kapitel «Geografische Aufstellung» Seiten 8–9

G4-7 Eigentumsverhältnisse und Rechtsform

Seit dem 26. Juni 2013 verfügt die Schweizerische Post über eine Holdingstruktur. Die Schweizerische Post AG als oberste Holdinggesellschaft ist ein selbstständiges Unternehmen des öffentlichen Rechts

im alleinigen Eigentum des Bundes, allerdings nicht mehr in der Form einer Anstalt, sondern in der Form einer spezialgesetzlichen Aktiengesellschaft. Das postalische Geschäft wird seit der Transaktion in der Post CH AG und das Bankgeschäft in der PostFinance AG erbracht. Das Organigramm auf Seite 12 des Finanzberichtes zeigt die Organisationseinheiten des Konzerns. Im Kapitel «Konsolidierungskreis» auf Seite 143–145 des Finanzberichts sind die Beteiligungen ersichtlich.

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Finanzbericht 2015, Kapitel «Konzernstruktur und Aktionariat» Seite 60

G4-8 Märkte

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

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Finanzbericht 2015, Kapitel «Geschäftstätigkeit» Seiten 6–11
– Finanzbericht 2015, Kapitel «Geschäftsentwicklung» Seiten 24–42
– Finanzbericht 2015, Tabelle «Ergebnis nach Regionen» Seite 92–93

G4-9 Grösse der Organisation

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Geschäftsbericht 2015, Tabelle «Kennzahlen im Fünfjahresvergleich» Seite 65
– Geschäftsbericht 2015, Tabelle «Unsere Leistungen 2015» und Kapitel «Märkte und Segmente» in der vorderen Klappe des Geschäftsberichts
– Finanzbericht 2015, Kapitel «Konsolidierungskreis» Seite 143–145

G4-10 Zusammensetzung der Belegschaft

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

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2015, Blatt «Personalbestand»
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2015, Blatt «Lernpersonal»
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2015, Blatt «Nachwuchskräfte»
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2015, Blatt «Anstellungsverhältnisse»
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2015, Blatt «Arbeitsplätze in Regionen»

G4-11 Kollektivvereinbarungen

Prozentsatz der Mitarbeiter, die unter Kollektivvereinbarungen fallen.

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2015, Blatt «Anstellungsverhältnisse»

G4-12 Lieferkette

Beschreibung der Lieferkette der Organisation.

Mit der Nachhaltigkeitsstrategie 2014–16 ist die nachhaltige Beschaffung entlang der gesamten Wertschöpfungskette noch verstärkter in den Blickpunkt gerückt. Bei sämtlichen Warengruppen der Post spielen soziale, ethische und ökologische Kriterien eine noch wichtigere Rolle. Konkret ist in der Strategie das Ziel verankert, dass bis Ende 2016 für 100 Prozent der Warengruppen eine Risikomatrix erstellt ist. Aus den Ergebnissen werden Massnahmen je Warengruppe erarbeitet und umgesetzt.

Aufzählung der Beschaffungsorganisationen sowie der risikoreichsten Warengruppen:

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

Insgesamt kamen 84 Prozent der Lieferanten aus der Schweiz (1772) und 15 Prozent aus dem Ausland (310). Das Beschaffungsvolumen betrug 3 399 Milionen Franken.

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2015, Blatt «Lieferkette»
– Beschaffung Post: www.post.ch/de/geschaeftlich/themen-a-z/beschaffungsorganisation-post

G4-13 Strukturelle Veränderungen

Wesentliche Veränderungen der Grösse, Struktur oder Eigentumsverhältnisse im Berichtszeitraum.

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Finanzbericht 2015, Kapitel «Änderungen im Konsolidierungskreis» Seiten 145–147

G4-14 Berücksichtigung des Vorsorgeprinzips

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

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

G4-15 Vereinbarungen und Initiativen

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

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

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Partnerschaften: www.post.ch/de/ueber-uns/unternehmen/verantwortung/unser-anspruch

G4-16 Mitgliedschaften in Verbänden und Organisationen

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

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Partnerschaften: www.post.ch/de/ueber-uns/unternehmen/verantwortung/unser-anspruch

Ermittelte wesentliche Aspekte und Grenzen

G4-17 Konsolidierungskreis

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

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

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Finanzbericht 2015, Kapitel «Konsolidierungskreis» Seite 143–145
– Finanzbericht 2015, Kapitel «Jahresabschluss Konzern» Seite 73 (Grundlagen der Rechnungslegung)
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2015, Blatt «Grundsätze zur Berichtsabgrenzung»

G4-18 Bestimmung der Wesentlichkeit

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

Die Post hat 2015 eine Relevanzmatrix erstellt. Es wurden insgesamt zehn externe Interviews mit Privat- und Geschäftskunden, Bundesämtern, Parteien, Gewerkschaften sowie NGOs geführt und zwei Fokusgruppen befragt. Intern wurden rund 35 Personen befragt, inklusive vier Mitglieder der Konzernleitung. Zusätzlich lieferten die Stakeholder-Dialoge Inputs für die Bestimmung der Berichts- und Kommunikationsinhalte sowie die Definition der Zielgruppen (Stakeholder) für den Bericht.

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

Relevanzmatrix

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2015, Blatt «Grundsätze und Prinzipien»
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2015, Blatt «Berichtsinhalte»

G4-19 Liste wesentlicher Aspekte

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

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

G4-20 Wesentliche Aspekte innerhalb der Organisation

Abgrenzung des Aspektes innerhalb der Organisation.

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

G4-21 Wesentliche Aspekte ausserhalb der Organisation

Abgrenzung des Aspektes ausserhalb der Organisation.

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

G4-22 Auswirkungen von Neudarstellungen

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

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

G4-23 Veränderungen im Berichtsumfang

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

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

Einbindung von Stakeholdern

G4-24 Stakeholder

Liste der von der Organisation eingebundenen Stakeholdergruppen.

Die folgenden Stakeholder wurden von der Post in den Dialog mit einbezogen (nicht abschliessende Liste):
- Bundesrat und Regulationsbehörden
- Kantonsregierungen
- Nationales Parlament
- Gewerkschaften
- Regionalvertreter
- Wirtschaftsverbände

– Konsumentenschutzorganisationen
– Mitbewerber (International Post Corporation)
– Kunden/Bevölkerung
– Mitarbeitende

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

G4-25 Auswahl von Stakeholdern

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

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

G4-26 Einbindung von Stakeholdern

Ansatz der Organisation zur Einbindung von Stakeholdern

Die Schweizerische Post steht in einem vielschichtigen Spannungsfeld zwischen politischen und regulatorischen Anforderungen, gesellschaftlicher Akzeptanz sowie wirtschaftlichen Interessen. In diesem Spannungsfeld verfolgt die Post das Ziel, politische Meinungsbildungs- und Entscheidungsprozesse im Dialog mit zu gestalten. Dazu pflegt sie die Beziehungen zu ihren Anspruchsgruppen im In- und Ausland und zu internationalen Organisationen, in denen sie sowohl ihre politischen als auch betrieblichen Interessen vertritt. Experten sorgen dafür, dass wichtige Vertreterinnen und Vertreter aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft aus erster Hand die Positionen der Post zu bestimmten Themen erfahren und stehen mit ihnen in einem kontinuierlichen Dialog.

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

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

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2015, Blatt «Berichtsinhalte», Abschnitt «Einbeziehung»

G4-27 Im Berichtszeitraum vorgebrachte Themen und Anliegen von Stakeholdern

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

Die aktuelle und künftige Notwendigkeit der Transformation der Post als Bindeglied zwischen der physischen und digitalen Welt waren ebenso ein Thema im Stakeholderdialog wie die kundennahe Weiterentwicklung des Netzes von Zugangspunkten. Zudem wurde im Dialog mit den unterschiedlichen Gruppen die Bedeutung und die Rolle der Post im Service Public in der Schweiz aufgezeigt. Des Weiteren war der Klimaschutz ein wichtiges Thema: Siehe Kapitel «Mit dem Engagement für Klima und Umwelt auf Zielkurs» im Geschäftsbericht auf Seite 52.

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Position Post «Service Public für die Schweiz: Der Grundversorgungsauftrag der Post»:
  www.post.ch/de/ueber-uns/themen/positionspapiere/grundversorgung
– Zugangspunkte der Post «Zugangspunkte Post und Postfinance –
  Das dichteste Postnetz Europas» :
  www.post.ch/de/ueber-uns/themen/leistung-und-angebot/zugangspunkte-post-und-postfinance
– Website: www.servicepublic.ch

Berichtsprofil

G4-28 Berichtszeitraum

Der Inhalt des vorliegenden Berichts bezieht sich auf das Geschäftsjahr 2015 (1.1.2015 – 31.12.2015).

G4-29 Veröffentlichung des letzten Berichts

Der letzte Integrierte Geschäftsbericht wurde für das Geschäftsjahr 2014 am 19.03.2015 veröffentlicht.

G4-30 Berichtszyklus

Jährlich.

G4-31 Ansprechperson bei Fragen zum Bericht

Kontaktangaben siehe «Kontakt bei Fragen zum Bericht», Seite 34.

G4-32 Gewählte Berichtsoption

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

«In Übereinstimmung» – Kern

G4-33 Externe Prüfung

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

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Assurance Bericht zur Treibhausgasbilanz:
  www.post.ch/de/ueber-uns/unternehmen/verantwortung/unser-anspruch

Unternehmensführung

G4-34 Führungsstruktur

Führungsstruktur der Organisation, einschliesslich der Komitees des höchsten Kontrollorgans.

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

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Finanzbericht 2015, Kapitel «Corporate Governance» Seiten 59–71

Ethik und Integrität

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

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

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Vision: www.post.ch/de/ueber-uns/unternehmen/portraet/vision
– Verhaltenskodex:
  www.post.ch/-/media/post/ueber-uns/dokumente/verhaltenskodex.pdf

– Grundsätze der Führung und Zusammenarbeit:
  www.post.ch/-/media/post/jobs-und-karriere/dokumente/grundsaetzefuehrung.pdf
– Sozial- und Ethikkodex:
  www.post.ch/-/media/post/beschaffung/dokumente/sozial-ethik-kodex.pdf

Spezifische Standardangaben

Wirtschaftliche Dimension

Wirtschaftliche Leistung

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

Managementansatz
Die Vision mit den Kernwerten und die Strategie der Post leiten sich von der Postgesetzgebung und den Vorgaben des Eigners ab. Diese sind in den strategischen Zielen des Bundesrats festgehalten, die alle vier Jahre neu erarbeitet werden. Daraus wiederum leiten sich die sechs strategischen Ziele der Post ab. Die Post will für die Schweiz, die Kunden, ihre Mitarbeitenden und den Eigner Mehrwert schaffen, indem sie die Qualität der Grundversorgung sichert, nachhaltig wirtschaftet, die Kundenzufriedenheit und das Mitarbeiterengagement stärkt und durch stabile Marktpositionen die finanziellen Ziele des Eigners erfüllt: Die Schweizerische Post erzielt einen jährlichen EBIT von 700 bis 900 Millionen Franken – In der Schweiz strebt sie bei ihren Geschäften führende Marktpositionen an (siehe Finanzbericht Seite 16). Die Erreichung der Ziele will sie durch fünf strategische Stossrichtungen sicherstellen.

Wirksamkeit und Ergebnisse
Verweise und weiterführende Dokumente:
– Finanzbericht 2015, Kapitel «Konzernstrategie» Seiten 16 -21
– Finanzbericht 2015, Kapitel «Wesentliche nicht finanzielle Ergebnisse» Seiten 45–48

G4-EC1 Direkt erwirtschafteter und verteilter wirtschaftlicher Wert

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2015, Blatt «Finanzielles Ergebnis Konzern und Segmente»
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2015, Blatt «Verteilung der Wertschöpfung»

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

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

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

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Geschäftsbericht 2015, Kapitel «Nachhaltigkeit und Engagement» Seite 51–56

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

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

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

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

Verweise und weiterführende Dokumente:
- Finanzbericht 2015, Kapitel «Personalvorsorge» Seite 86
- Finanzbericht 2015, Kapitel «Deckungsstatus» Seiten 98
- Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2015, Blatt «Pensionskasse»
- Die Rechte und Pflichten der durch die Pensionskasse Post Begünstigten und des Arbeitgebers richten sich nach dem Vorsorgereglement:
  www.pkpost.ch/data/docs/de/1485/PKPostVSR-de-def-20130528.pdf

G4-EC4 Finanzielle Unterstützung von Seiten der Regierung

Verweise und weiterführende Dokumente:
- Finanzbericht 2015, Kapitel «Staatliche Abgeltungen» Seite 91

Marktpräsenz

Relevanz

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

Managementansatz

Die Post hat aufgrund der Sozialpartnerschaft eine Verhandlungspflicht mit den vertragschliessenden Gewerkschaften syndicom und transfair über die Rahmenbedingungen für die Beziehung zwischen Unternehmen und Mitarbeitenden. Das kooperative Verhältnis zwischen Arbeitnehmer- und Arbeitgeberverbänden erlaubt konsensfähige Lösungen, die den Arbeitsfrieden weitestgehend garantieren. Die arbeitsrechtlichen Grundlagen des Postpersonals basieren auf dem Schweizerischen Obligationenrecht (mit Bezug auf das Arbeitsgesetz, bzw. Arbeitszeitgesetz für PostAuto). Für das Gros der Angestellten gilt einer der künftig insgesamt 10 Gesamtarbeitsverträge (GAV). Zusammen mit ihren Sozialpartnern strebt die Post stets zukunftsgerichtete Lösungen im Interesse der Kunden, der Mitarbeitenden und des Unternehmens an. Die neuen Gesamtarbeitsverträge von Post CH AG, PostFinance AG und PostAuto Schweiz AG traten per 1. Januar 2016 in Kraft, die restlichen sollen bis per 2017 in Kraft gesetzt bzw. erneuert werden.

Wirksamkeit und Ergebnisse
Im Rahmen der angekündigten Auslagerung von LKW-Transporten durch PostLogistics ergriff syndicom im November 2015 Kampfmassnahmen (Protestpausen). Durch entsprechende Verhandlungen konnten diese beigelegt werden.

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Gesamtarbeitsvertrag Post:
  www.post.ch/-/media/post/gav/gesamtarbeitsvertrag-postch-ag.pdf

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

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

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2015, Blatt «Anstellungsverhältnisse»
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2015, Blatt «Entschädigungen»

Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen

Relevanz
Neben der Schaffung von Arbeitsplätzen in wirtschaftlichen Randregionen leistet die Post einen regionalpolitisch und volkswirtschaftlich bedeutenden Beitrag an die wirtschaftliche Entwicklung dieser Regionen. Durch die Erbringung der Grundversorgung mit Postdiensten und Zahlungsverkehr mit einer hohen Qualität ihrer Leistungen ist die Post ein wesentlicher Teil einer effizienten Infrastruktur, welche wiederum allen Unternehmen und Privathaushalten in der Schweiz zu gute kommt. Bei ihren Sponsoring-Engagements legt die Post grossen Wert darauf, nicht nur als Geldgeber aufzutreten, sondern aktiv einen Mehrwert für beide Seiten in ein Projekt einzubringen. Durch eine stärkere Vernetzung von Firmen untereinander und mit der Post profitieren letztlich alle Teilnehmer.

Managementansatz
Die Post bewegt sich mit ihrem Angebot an der Schnittstelle zwischen physischer und digitaler Welt: Sie baut auf ein starkes Angebot mit physischen Produkten und ergänzt dieses zunehmend mit digitalen Lösungen. Damit reagiert die Post auf die sich wandelnden Kundenbedürfnisse und entwickelt sich stets weiter. Als Unternehmen, das sowohl in der physischen als auch in der digitalen Welt zu Hause ist, engagiert sich die Post für einen regen Dialog und starke Beziehungen zwischen den Akteuren aller relevanten Branchen. So unterstützt sie im Wirtschaftssponsoring das worldwebforum, die X.DAYS und das Swiss Innovation Forum. Im Sozio-Sponsoring engagiert sie sich mit «2x Weihnachten», der Aktion Christkind , dem College for Collaborative Mobility und im Museum für Kommunikation in Bern. Weiter sponserte sie das Eidgenössische Schützenfest 2015, Gottardo 2016 und das Eidgenössische Schwing- und Älplerfest 2016. Durch die Ausbildung von Lernenden schafft die Post einen weiteren Mehrwert für die Schweiz.

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

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Übersicht Sponsoring: www.post.ch/sponsoring
– Jobs und Karriere, Lehrstellen: https://www.post.ch/de/ueber-uns/themen-a-z/jobs-und-karriere

G4-EC8 Art und Umfang erheblicher indirekter wirtschaftlicher Auswirkungen

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2015, Blatt «Wohltätigkeit und Sponsoring»

Ökologische Dimension

Managementansatz für alle Aspekte der Dimension Umwelt

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

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

Die Bereiche können Anträge zur finanziellen Unterstützung von Pilot- und Leuchtturmprojekten an den Konzernleitungsausschuss Innovation, Neugeschäfte und Nachhaltigkeit richten. Zudem werden die Gelder aus der Rückverteilung CO_2-Abgabe wieder zweckgebunden in den Klimaschutz investiert. Alle Postmitarbeitenden haben die Möglichkeit, über das Innovationsmanagement persönliche Ideen zur Verbesserung des ökologischen Handelns der Post einzureichen.

Wirksamkeit und Ergebnisse
Die Post hat bereits in der Strategieperiode 2011–13 aufgrund ihrer damaligen Nachhaltigkeitsstrategie die jährlichen CO_2-Emissionen um 18 500 Tonnen reduziert und damit ihr Ziel von 15 000 Tonnen übertroffen. Mit der Nachhaltigkeitsstrategie 2014–16 wurde dieser Fokus weiterverfolgt.

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Geschäftsbericht 2015, Kapitel «Nachhaltigkeit» Seiten 51-56
– Geschäftsbericht 2015, Kapitel «Personenverkehrsmarkt» Seiten 40-44
– Finanzbericht 2015, Kapitel «Konzernstrategie» Seiten 16–21
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2015, Blatt «Klimabelastung»
– Nachhaltigkeitsstrategie 2014–16:
  www.post.ch/de/ueber-uns/unternehmen/verantwortung/unser-anspruch

Materialien

G4-EN1 Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen

Als Dienstleistungsunternehmen ist der Papierverbrauch mengenmässig der wesentliche Materialeinsatz.

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2015, Blatt «Papier Wasser Abfall»

G4-EN2 Anteil der Sekundärrohstoffe am Gesamtmaterialeinsatz

Als Dienstleistungsunternehmen ist der Papierverbrauch mengenmässig der wesentliche Materialeinsatz.

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2015, Blatt «Papier Wasser Abfall»

Energie

G4-EN3 Energieverbrauch innerhalb der Organisation

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2015, Blatt «Energiebedarf»

G4-EN4 Energieverbrauch ausserhalb der Organisation

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2015, Blatt «Energiebedarf»

G4-EN5 Energieintensität

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2015, Blatt «Energiebedarf»

Emissionen

G4-EN15 Direkte THG-Emissionen (Scope 1)

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2015, Blatt «Klimabelastung»

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

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2015, Blatt «Klimabelastung»

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

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2015, Blatt «Klimabelastung»

G4-EN18 Intensität der THG-Emissionen

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2015, Blatt «Klimabelastung»

G4-EN20 Emissionen Ozon abbauender Stoffe

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2015, Blatt «Luftschadstoffe»

G4-EN21 NO_X, SO_X und andere signifikante Luftemissionen

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2015, Blatt «Luftschadstoffe»

Produkte und Dienstleistungen

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

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

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Geschäftsbericht 2015, Kapitel «Nachhaltigkeit» Seiten 51–56, insbesondere Grafik Seite 52
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2015, Blatt «Klimabelastung»
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2015, Blatt «Energiebedarf»

Insgesamt Ökologie

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

Die Aufwendungen für Umweltschutz setzen sich zusammen aus Kosten für die Abfallentsorgung, Kosten für das Umweltmanagement, und Finanzierungsmechanismen für Massnahmen zur CO_2-Reduktion und betrugen im Jahr 2015 9,288 Millionen CHF.

Bewertung der Lieferanten hinsichtlich ökologischer Aspekte

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

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

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

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

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

Strategie
Mit der Nachhaltigkeitsstrategie 2014–16 rückt die nachhaltige Beschaffung entlang der gesamten Wertschöpfungskette verstärkt in den Blickpunkt. Bei sämtlichen Warengruppen der Post spielen soziale, ethische und ökologische Kriterien eine noch wichtigere Rolle. Konkret ist in der Strategie das Ziel verankert, dass bis Ende 2016 für 100 Prozent der Warengruppen eine Risikomatrix erstellt wird. Aus den Ergebnissen werden Massnahmen je Warengruppe erarbeitet und umgesetzt.

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Geschäftsbericht 2015, Artikel «Faire Kleiderbeschaffung» Seite 55
– Sozial- und Ethikkodex:
  www.post.ch/-/media/post/beschaffung/dokumente/sozial-ethik-kodex.pdf

– Verantwortungsvolle Beschaffung: www.post.ch/de/geschaeftlich/themen-a-z/beschaffungsorganisation-post/verantwortungsvolle-beschaffung
– Nachhaltigkeitsstrategie 2014–16: www.post.ch/de/ueber-uns/unternehmen/verantwortung/unser-anspruch

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

Ausser beim Thema Bekleidung werden keine Massnahmen ergriffen. Es sind keine quantitativen Daten verfügbar. Siehe G4-12 (risikoreiche Warengruppen) auf Seite 9 und EN32 auf Seite 21.

Gesellschaft/Soziales: Arbeitspraktiken und Menschenwürdige Beschäftigung

Beschäftigung

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

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

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

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Geschäftsbericht 2015, Kapitel «Mitarbeitende» Seiten 45–50
– Personalpolitik Post: www.post.ch/-/media/post/jobs-und-karriere/dokumente/personalpolitik.pdf
– Anstellungsbedingungen Post: www.post.ch/de/ueber-uns/themen-a-z/jobs-und-karriere/arbeitswelt-post/anstellungsbedingungen-post
– Nachhaltigkeitsstrategie 2014–16: www.post.ch/de/ueber-uns/unternehmen/verantwortung/unser-anspruch

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

Eine Aufgliederung nach Altersgruppe, Geschlecht und Region wird nicht vorgenommen, da dieser Detaillierungsgrad für die Schweizerische Post als unwesentlich angesehen wird: Die Post rapportiert für die «Region Schweiz», weitere Aufteilungen ergeben für das Geschäftsmodell keinen Sinn. Die Aufteilungen in Geschlecht und Altersgruppen werden nicht kommuniziert. Die Rate neueingestellter Mitarbeitenden ist angesichts der Gesamtzahl als unwesentlich eingestuft worden.

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2015, Blatt «Personalfluktuation»

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

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

Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis

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

Managementansatz
Die Post hat aufgrund der Sozialpartnerschaft eine Verhandlungspflicht mit den Gewerkschaften syndicom und transfair über die Rahmenbedingungen für die Beziehung zwischen Unternehmen und Mitarbeitenden. Die arbeitsrechtlichen Grundlagen des Postpersonals basieren auf dem Schweizerischen Obligationenrecht (mit Bezug auf das Arbeitsgesetz, bzw. Arbeitszeitgesetz für PostAuto). Für das Gros der Angestellten gilt einer der künftig insgesamt 10 Gesamtarbeitsverträge (GAV). Zusammen mit ihren Sozialpartnern strebt die Post stets zukunftsgerichtete Lösungen im Interesse der Kunden, der Mitarbeitenden und des Unternehmens an. Die neuen Gesamtarbeitsverträge von Post CH AG, PostFinance AG und PostAuto Schweiz AG traten per 1. Januar 2016 in Kraft, die restlichen sollen bis per 2017 in Kraft gesetzt bzw. erneuert werden.

Wirksamkeit und Ergebnisse
Verweise und weiterführende Dokumente:
– Gesamtarbeitsvertrag Post:
  www.post.ch/-/media/post/gav/gesamtarbeitsvertrag-postch-ag.pdf

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

Die Post hat aufgrund der Sozialpartnerschaft eine Verhandlungspflicht mit den Gewerkschaften syndicom und transfair über die Rahmenbedingungen für die Beziehung zwischen Unternehmen und Mitarbeitenden. Die arbeitsrechtlichen Grundlagen des Postpersonals basieren auf dem Schweizerischen Obligationenrecht (mit Bezug auf das Arbeitsgesetz, bzw. Arbeitszeitgesetz für PostAuto). Für das Gros der Angestellten gilt einer der künftig insgesamt 10 Gesamtarbeitsverträge (GAV). Zusammen mit ihren Sozialpartnern strebt die Post stets zukunftsgerichtete Lösungen im Interesse der Kunden, der Mitarbeitenden und des Unternehmens an. Die neuen Gesamtarbeitsverträge von Post CH AG, PostFinance AG und PostAuto Schweiz AG traten per 1. Januar 2016 in Kraft, die restlichen sollen bis per 2017 in Kraft gesetzt bzw. erneuert werden. Die Mindestmitteilungsfristen richten sich nach dem Obligationenrecht.

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

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

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

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

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

Wirksamkeit und Ergebnisse
Die Beurteilung der Effizienz steht bei den Aspekten Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz weniger im Vordergrund. Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz konzentrieren sich mehrheitlich auf die Effektivität in der Umsetzung. Denn damit kann die Effizienz nachhaltig beeinflusst werden. Dennoch wird die Effizienz mit entsprechenden Kennzahlen mindestens jährlich ausgewertet. Dabei bilden Anzahl Berufsunfälle pro 1000 Personaleinheiten und Anzahl Ausfalltage pro Berufsunfall wesentliche Kennzahlen. Die Resultate werden im Sicherheitsprogramm der Post dargestellt.

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2015, Blatt «Gesundheitsmanagement»
– Engagement der Post für die Mitarbeitenden:
  www.post.ch/de/ueber-uns/themen-a-z/jobs-und-karriere/arbeitswelt-post/engagement-post
– Nachhaltigkeitsstrategie 2014–16:
  www.post.ch/de/ueber-uns/unternehmen/verantwortung/unser-anspruch

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

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2015, Blatt «Gesundheitsmanagement»

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

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

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2015, Blatt «Gesundheitsmanagement»

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

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

Aus- und Weiterbildung

Relevanz
Die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeitenden der Post ist wesentlich und deshalb in die Nachhaltigkeitsstrategie 2014–16 integriert. Die Mitarbeitenden der Post werden bedarfs- und potenzialorientiert gefördert. Die Post bietet vielfältige Perspektiven sowie zahlreiche Möglichkeiten zur internen und externen Aus- und Weiterbildung. So positioniert sie sich als attraktive Arbeitgeberin und fördert gleichzeitig die Arbeitsmarktfähigkeit ihrer Mitarbeitenden. Sie will eine durchgehend hohe Qualität der Mitarbeiterführung erreichen, weshalb sie in eine systematische Kaderentwicklung investiert. Ausserdem bildet sie intern qualifizierten Nachwuchs aus.

Managementansatz
Im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie 2014–16 ist das Ziel verankert, dass die Ausbildungsquote mindestens 5 Prozent beträgt. Die Post leistet innerhalb der Berufsbildungslandschaft Schweiz einen massgeblichen Beitrag zur Weiterentwicklung und wirkt als Vorbild für andere Unternehmen:

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

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

Verweise und weiterführende Dokumente:
- Geschäftsbericht 2015, Kapitel «Weiterbildung» Seite 47
- Nachwuchs fördern: www.post.ch/de/ueber-uns/themen-a-z/jobs-und-karriere/schueler
- Jobs und Karriere: www.post.ch/de/ueber-uns/themen-a-z/jobs-und-karriere
- Nachhaltigkeitsstrategie 2014–16:
  www.post.ch/de/ueber-uns/unternehmen/verantwortung/unser-anspruch

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Vielfalt und Chancengleichheit

Relevanz
Bei der Post arbeiten weltweit rund 63 000 Menschen aus über 140 Nationen in mehr als 100 verschiedenen Berufen. Sie bringen unterschiedlichste Fähigkeiten und Erfahrungen mit – und ihre individuelle Lebensplanung. Die Post bietet fortschrittliche Arbeitsbedingungen, die dieser Vielfalt gerecht werden.

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

Wirksamkeit und Ergebnisse
Verweise und weiterführende Dokumente:
– Geschäftsbericht 2015, Kapitel «Mitarbeitende» Seiten 45–50
– Anstellungsbedingungen Post: www.post.ch/de/ueber-uns/themen-a-z/jobs-und-karriere/arbeitswelt-post/anstellungsbedingungen-post
– Nachhaltigkeitsstrategie 2014–16: www.post.ch/de/ueber-uns/unternehmen/verantwortung/unser-anspruch

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

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Geschäftsbericht 2015, Kapitel «Corporate Governance» Seiten 57–63
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2015, Blatt «Frauenanteil im Management»
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2015, Blatt «Geschlechterverteilung»
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2015, Blatt «Sprachenvielfalt»
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2015, Blatt «Nationalitäten»
– Kennzahlen zum Geschäftsbericht 2015, Blatt «Demographie»

Gleicher Lohn für Frauen und Männer

Relevanz
Bei der Post arbeiten weltweit rund 63 000 Menschen aus über 140 Nationen in mehr als 100 verschiedenen Berufen. Sie bringen unterschiedlichste Fähigkeiten und Erfahrungen mit – und ihre individuelle Lebensplanung. Die Post bietet fortschrittliche Arbeitsbedingungen, die dieser Vielfalt gerecht werden.

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

Wirksamkeit und Ergebnisse
Verweise und weiterführende Dokumente:
- Geschäftsbericht 2015, Kapitel «Mitarbeitende» Seiten 45–50
- Anstellungsbedingungen Post: www.post.ch/de/ueber-uns/themen-a-z/jobs-und-karriere/arbeitswelt-post/anstellungsbedingungen-post
- Nachhaltigkeitsstrategie 2014–16: www.post.ch/de/ueber-uns/unternehmen/verantwortung/unser-anspruch

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

Konkrete, aktuelle Daten sind momentan nicht lieferbar. 2007 hat die Post eine Lohngleichheitsanalyse durchgeführt und am Lohngleichheitsdialog erfolgreich teilgenommen. Das Ergebnis war gut, die nicht erklärbare Differenz belief sich auf rund 2.5%. Nach der Einführung der neuen Gesamtarbeitsverträge per 1.1.2016 wird die Durchführung einer erneuten Messung geprüft.

Bewertung der Lieferanten hinsichtlich Arbeitspraktiken

Siehe G4-12 auf Seite 9 und EN32 auf Seite 21

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

Siehe EN32 Seite 21

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

Siehe EN32 Seite 21

Beschwerdemechanismen hinsichtlich Arbeitspraktiken

Relevanz
Die Post versteht unter Wirtschaftskriminalität strafbare Handlungen von Mitarbeitenden und Organen gemäss Unternehmensstrafrecht sowie strafbare Handlungen gegen das Vermögen im Sinne des Schweizerischen Strafgesetzbuches.

Managementansatz
Eine wichtige Funktion in der Prävention der Wirtschaftskriminalität nimmt die Stärkung einer selbstverantwortlichen und offenen Unternehmenskultur ein. Grundlagen sind die Grundsätze der Führung und Zusammenarbeit, die Regeln der Corporate Governance, der Ausbau des Compliance Management Systems und das Interne Kontrollsystem. Die Konzernrevision beurteilt für jedes Revisionsthema das Deliktsrisiko. Falls nötig, werden entsprechende Prüfungshandlungen durchgeführt.

Wirksamkeit und Ergebnisse
Anonyme Meldestelle der Post www.postcourage.ch: Neben verschiedenen risikospezifischen Kontrollwerkzeugen unterhält die Interne Revision mit Post-Courage auch ein konzern- und themenübergreifendes Instrument zur Bekämpfung von Wirtschaftskriminalität. Alle Mitarbeitenden der Post können mögliche Wirtschaftsdelikte anonym über eine externe Webseite melden. Post-Courage entspricht den modernen Anforderungen an eine transparente und korrekte Unternehmensführung. Post-Courage ist ein zusätzliches Instrument zur Telefonhotline der Unternehmenssicherheit.

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Geschäftsbericht 2015, Kapitel «Mitarbeitende» Seiten 45–50
– Sozial- und Ethikkodex:
  www.post.ch/-/media/post/beschaffung/dokumente/sozial-ethik-kodex.pdf
– Verhaltenskodex:
  www.post.ch/-/media/post/ueber-uns/dokumente/verhaltenskodex.pdf
– Anonyme Meldestelle der Post www.postcourage.ch

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

Im Sommer 2013 erfolgte die Umwandlung von der öffentlich-rechtlichen Anstalt zur spezialgesetzlichen Aktiengesellschaft mit der gleichzeitigen Auslagerung von Post CH AG und PostFinance AG. Seit diesem Zeitpunkt sind für arbeitsrechtliche Streitigkeiten nicht mehr die Verwaltungsgerichte sondern neu die Zivilgerichte zuständig. Seither finden keine Beschwerden mehr statt. Wir führen keine Statistik über die Anzahl zivilrechtlicher Fälle. 2015 gab es keine formellen Beschwerdeverfahren. Zudem gab es weder qualitativ noch quantitativ signifikante arbeitsrechtliche Fälle.

Gesellschaft/Soziales: Menschenrechte

Gleichbehandlung

Siehe Vielfalt und Chancengleichheit Seite 26.

G4-HR3 Gesamtzahl der Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemassnahme

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

Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen

Relevanz
Die Vereinigungsfreiheit und das Recht auf Kollektivvereinbarungen ist gesetzlich garantiert.

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

Wirksamkeit und Ergebnisse
Verweise und weiterführende Dokumente:
– Sozial- und Ethikkodex:
  www.post.ch/-/media/post/beschaffung/dokumente/sozial-ethik-kodex.pdf
– Verhaltenskodex:
  www.post.ch/-/media/post/ueber-uns/dokumente/verhaltenskodex.pdf

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

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

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

Kinderarbeit

Siehe G4-12 auf Seite 9 und EN32 auf Seite 21

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

Siehe G4-12 auf Seite 9 und EN32 auf Seite 21

Zwangs- und Pflichtarbeit

Siehe G4-12 auf Seite 9 und EN32 auf Seite 21

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

Siehe G4-12 auf Seite 9 und EN32 auf Seite 21

Prüfung Menschenrechte

Siehe G4-12 auf Seite 9 und EN32 auf Seite 22

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

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

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

Warengruppen, bei denen der grösste Wertschöpfungsanteil in diesen Weltregionen erfolgt, sind:
- Hardware, IT
- Werbe- und Geschenkartikel (als Produktgruppe von Post- und Drittprodukten, Konzerneinkauf)
- Ersatzteile: Reifen (Beschaffungsorganisation Mobility Solutions)
- Ersatzteile: Reifen, Batterien, Karosserieteile (Beschaffungsorganisation PostAuto)
- Telekommunikation: Mobiltelefone

Aus Warengruppe «Sonstige Drittprodukte» von Beschaffungsorganisation Poststellen und Verkauf:
– Papeterieprodukte
– Spielwaren
– Druckerpatronen

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

Bewertung der Lieferanten hinsichtlich Menschenrechten

Siehe G4-12 auf Seite 9 und EN32 auf Seite 21

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

Siehe HR9 Seite 29

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

Siehe HR9 Seite 29

Gesellschaft/Soziales: Gesellschaft

Lokale Gemeinschaften

Relevanz
Die Schweizerische Post hat einen Grundversorgungsauftrag für Postdienste und Dienstleistungen des Zahlungsverkehrs gemäss Postgesetz. Die Einhaltung der Grundversorgungsaufträge werden durch die Aufsichtsbehörden PostCom (Postdienste) und BAKOM (Zahlungsverkehr) überwacht. Der Bundesrat bewertet zudem jedes Jahr die Einhaltung des Grundversorgungsauftrages sowie die strategischen Ziele, die er für die Post alle vier Jahre definiert. Gemäss Bericht des Bundesrates hat die Post diesen Auftrag auch im 2015 sehr gut erfüllt und die fixierten strategischen Ziele erreicht (z.B im Bereich Kundenzufriedenheit, Personalzufriedenheit, Laufzeiten, Erreichbarkeit Poststellennetz, siehe Finanzbericht 2015 Kapitel «Wesentliche nicht finanzielle Ergebnisse» Seiten 39–43). Die Aufsichtsbehörden bestätigen die Einhaltung der gesetzlichen Grundversorgungsaufträge ebenfalls.

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

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

– Vor der Verlegung oder Schliessung einer Poststelle hört die Post die Behörden der betroffenen Gemeinden an. Sie strebt eine einvernehmliche Lösung an.

– Kommt keine einvernehmliche Lösung zustande, so wird das Entscheiddossier mit den Stellungnahmen der Behörden nach Absatz 1 der ständigen, vom Bundesrat eingesetzten unabhängigen Kommission (PostCom) unterbreitet. Die Kommission beurteilt den Zugang zur Grundversorgung der betroffenen Region und gibt eine Empfehlung ab.

– Die Post entscheidet endgültig; sie berücksichtigt insbesondere das Ergebnis der Anhörung nach Absatz 1 und die Empfehlung der Kommission nach Absatz 2.

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

Wirksamkeit und Ergebnisse
Verweise und weiterführende Dokumente:
– Post Positionspapier „Die neue Postgesetzgebung": www.post.ch/-/media/post/ueber-uns/dokumente/positionspapier-postorganisationsgesetz-2011.pdf
– Post Position «Service Public für die Schweiz: Der Grundversorgungsauftrag der Post»: www.post.ch/de/ueber-uns/themen/positionspapiere/grundversorgung
– Nachhaltig handeln – In unsere Zukunft investieren: www.post.ch/-/media/post/ueber-uns/dokumente/nachhaltigkeitsverstaendnis.pdf

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

100 Prozent

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

Die Verlegung oder Schliessung einer Poststelle beeinflusst das lokale Gemeinwesen.

Korruptionsbekämpfung

Die Konzernrevision prüft standardmässig bei jeder Revision, ob es Indikatoren für Korruption gibt und führt entsprechende Prüfungshandlungen durch. Zusätzlich führt sie Prüfungen zu Tone at the Top durch, um das Korruptionsrisiko zu beurteilen und die Sensibilisierung für Korruptionsrisiken zu erhöhen.

Der Rechtsdienst der Post führt unternehmensintern keine Untersuchungen durch; allenfalls werden solche durch den Rechtsdienst initialisiert, wobei die Durchführung durch die Konzernrevision erfolgt. An welchen Standorten Revisionen und Prüfungen durchgeführt werden, ändert jedes Jahr. Der allergrösste Teil der Geschäftstätigkeiten findet in der Schweiz statt. 2015 wurden Prüfungen in der Schweiz, Liechtenstein, Frankreich, Italien, Deutschland und England gemacht, eine genaue Prozentzahl lässt sich nicht festlegen. 2014 fanden Prüfungen in der Schweiz und Vietnam statt.

Verweise und weiterführende Dokumente:
– Verhaltenskodex: www.post.ch/-/media/post/ueber-uns/dokumente/verhaltenskodex.pdf
– Anonyme Meldestelle der Post www.postcourage.ch

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

Weder 2013, 2014 noch 2015 wurden erhebliche Korruptionsrisiken und keine Korruptionsfälle identifziert.

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

Der Verwaltungsratsausschuss Audit, Risk und Compliance erhält sämtliche Revisionsberichte und wird an jeder Sitzung mündlich über die eingegangenen Whistleblowing-Fälle orientiert. Die Mitarbeiten-

den vom Konzerneinkauf werden bezüglich passiver Bestechung geschult und müssen eine Unbedenklichkeitserklärung unterzeichnen. Ansonsten gibt es keine speziellen Verfahren und Massnahmen.

G4-SO5 Bestätigte Korruptionsfälle und ergriffene Massnahmen

Keine Fälle bekannt.

Wettbewerbswidriges Verhalten

Relevanz
Die Schweizerische Post und ihre Konzerngesellschaften bekennen sich zur Einhaltung der Regeln im freien Wettbewerb und halten sich daran. Dazu gehören etwa das Kartellgesetz oder das Bundesgesetz gegen unlauteren Wettbewerb. .

Managementansatz
Die Post erfüllt ihre im Gesetz verankerte Aufgabe der Grundversorgung und schöpft gleichzeitig die zulässigen Handlungsfelder aus. Bei den Wettbewerbsdiensten gelten für die Post die gleichen Regeln wie für private Anbieter – gesetzliche Ausnahmen vorbehalten.

Wirksamkeit und Ergebnisse
Verweise und weiterführende Dokumente:
– Post Positionspapier «Die neue Postgesetzgebung»: www.post.ch/-/media/post/ueber-uns/dokumente/positionspapier-postorganisationsgesetz-2011.pdf

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

Keine Fälle bekannt.

Compliance

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

Managementansatz
Die Post ist daran, das unternehmensweit funktionierende Compliance Management Systems zur Verhinderung von Norm- und Ethikverstössen auszubauen. Es werden Massnahmen definiert und umgesetzt sowie deren Einhaltung überprüft.

Wirksamkeit und Ergebnisse
Verweise und weiterführende Dokumente:
– Verhaltenskodex:
www.post.ch/-/media/post/ueber-uns/dokumente/verhaltenskodex.pdf

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

Bewertung der Lieferanten hinsichtlich gesellschaftlicher Auswirkungen

Siehe G4-12 auf Seite 9 und EN32 auf Seite 21

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

Siehe EN 32 Seite 21

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

Siehe EN 32 Seite 21

Gesellschaft/Soziales: Produktverantwortung

Schutz der Privatsphäre des Kunden

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

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

Wirksamkeit und Ergebnisse
Im Jahr 2015 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
- Nachhaltigkeitsstrategie 2014–16:
  www.post.ch/de/ueber-uns/unternehmen/verantwortung/unser-anspruch

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

Im Jahr 2015 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
- Nachhaltigkeitsstrategie 2014–16:
  www.post.ch/de/ueber-uns/unternehmen/verantwortung/unser-anspruch

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

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

Die Schweizerische Post AG
Wankdorfallee 4
Postfach
3030 Bern
Schweiz

Telefon +41 58 338 11 11

www.post.ch

DIE POST