2023

Wir leisten heute unseren Beitrag für eine nachhaltige Schweiz von morgen

Nichtfinanzieller Bericht
2023





Übersicht

Vorwort 1

Interview 2

Wichtige Ereignisse 4

Handlungsfelder 6



Nichtfinanzieller Bericht

Corporate Responsibility 10

Governance 14

Umwelt 21

Wertschöpfung

- Kundinnen und Kunden 30
- Mitarbeitende 38
- Beschaffung 50
- Volkswirtschaftlicher und gesellschaftlicher Mehrwert 53

Kennzahlen 57

Anhang 65

Sehr geehrte Damen und Herren

Seit 175 Jahren ist die Schweizerische Post eine Institution des nationalen Zusammenhalts. Wir erbringen im Auftrag des Bundes wichtige Leistungen des Service public. Es entspricht unserem Selbstverständnis, dass wir bereits heute für morgen handeln, für zukünftige Generationen, für eine nachhaltige Entwicklung unserer Umwelt und Gesellschaft. Wir nehmen unsere Rolle als Vorbild wahr. Dabei ist es unser Anspruch, qualitativ hochstehende und innovative Produkte für Unternehmen, die Schweizer Bevölkerung sowie staatliche Institutionen anzubieten. Mit dem Zugang zu postalischen Leistungen für alle Menschen in der Schweiz leisten wir einen wichtigen Beitrag für die Schweiz.

Wir übernehmen unsere unternehmerische Verantwortung in angemessener Balance zwischen wirtschaftlichem Erfolg, ökologischem Handeln und gesellschaftlicher Verantwortung. Als Mitglied der Initiative der Vereinten Nationen «Global Compact» setzen wir uns für eine verantwortungsvolle Unternehmensführung ein.[1]

Im Rahmen der Strategie «Post von morgen» legt die Post einen Schwerpunkt auf Corporate Responsibility (CR).[2] Damit wollen wir einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung der Schweiz leisten. Wir übernehmen die Verantwortung für die direkten und indirekten Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit sowohl auf die Gesellschaft als auch auf die Umwelt.

Im Jahr 2023 wurde die CR-Governance weiterentwickelt und entsprechend angepasst. Corporate Responsibility wird auf Ebene Verwaltungsrat durch den neuen Ausschuss «People Sustainability Governance» (VRA PSG) gesteuert. Als Leiter Mobilitäts-Services und Mitglied der Konzernleitung vertrete ich das Thema CR im VRA PSG.

Grundlage für die Umsetzung unserer CR-Strategie sind fünf Handlungsfelder: Im ersten reduzieren wir die unerwünschten Effekte unserer Geschäftstätigkeit auf die Umwelt und legen dabei den Schwerpunkt auf Klima und Energie. Im zweiten Handlungsfeld erschliessen wir Marktpotenziale durch die Entwicklung und das Angebot von ressourcenschonenden und sozialverträglichen Kundenlösungen. Im dritten handeln wir auf dem Arbeitsmarkt als sozialverantwortliche Arbeitgeberin. Im vierten übernehmen wir Verantwortung in der Beschaffung und integrieren Nachhaltigkeit in unsere Beschaffungsorganisation. Und last but not least schaffen wir in unserer Kerntätigkeit und auch in neuen digitalen Feldern volkswirtschaftlichen und gesellschaftlichen Mehrwert für die Schweiz – auch in den Regionen.

Für die Wissenschaft ist seit 30 Jahren klar, dass die CO_2-Emissionen sinken müssen. Als Post leisten wir dazu einen entscheidenden Beitrag. Darauf bin ich stolz!



Christian Plüss
Leiter Mobilitäts-Services, Mitglied der Konzernleitung,
Delegierter der Konzernleitung für Corporate Responsibility



Es entspricht unserem Selbstverständnis, dass wir bereits heute für morgen handeln.

Christian Plüss
Delegierter der Konzernleitung
für Corporate Responsibility

1 GRI 2-28 Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen
2 GRI 2-22 Anwendungserklärung zur Strategie für nachhaltige Entwicklung

Im Gespräch mit Vivien Büchler-Bezzola und Stefan Bojanic

Nachhaltigkeit gehört zum Selbstverständnis der Post

Der Bereich Corporate Responsibility (CR) der Post konzentriert seine Aktivitäten aktuell auf das Handlungsfeld Umwelt mit Fokus auf Klima und Energie. Die Co-Leitenden Vivien Büchler-Bezzola und Stefan Bojanic äussern sich im Interview zur laufenden Strategieperiode und wagen einen Ausblick auf die kommende.



Die Post übernimmt Verantwortung und ergreift Massnahmen zum Klimaschutz. Welche Ziele verfolgt die Post konkret?
Vivien Büchler-Bezzola: Wir wollen ab 2040 die Netto-Null erreichen. Dazu reduzieren wir bis dahin unsere Treibhausgas-(THG)-Emissionen um mindestens 90 Prozent. Eine der wichtigsten Massnahmen ist die Elektrifizierung unserer Fahrzeugflotte. Schon heute vermeiden wir mit unseren Elektrofahrzeugen jährlich rund 9700 Tonnen CO_2-Emissionen. Trotz aller Reduktionsmassnahmen werden ab 2040 rund 10 Prozent unvermeidbare Restemissionen übrigbleiben. Daher investieren wir bereits heute in die CO_2-Entfernung und -Speicherung. Netto-Null heisst, dass wir im Jahr 2040 gesamthaft keine Treibhausgase mehr ausstossen. Entsprechend haben Unternehmen mit einem Netto-Null-Ziel die Verantwortung, einen Beitrag im Umgang mit unvermeidbaren Emissionen zu leisten.

Ein verantwortungsbewusster Umgang mit Ressourcen ist heute ein wichtiges Thema der Unternehmensführung. Wie wird das in Zukunft sein?
Stefan Bojanic: Die Erwartungen und Bedürfnisse der Gesellschaft entwickeln sich weiter, und die Schweizerische Post entwickelt sich – wie schon immer in ihrer Geschichte – mit den Bedürfnissen, Herausforderungen und Möglichkeiten der Zeit. Das bedingt, dass wir Nachhaltigkeit konsequent mitdenken, wenn wir an der Zukunftsfähigkeit der Post

> **Unser Klimaziel wurde 2023 von der Science Based Targets initiative validiert.**
>
> **Vivien Büchler-Bezzola**
> Co-Leiterin Corporate Responsibility



arbeiten. Wir werden die drei Aspekte von Nachhaltigkeit – ökonomisch, sozial und ökologisch – noch stärker in unsere Unternehmensstrategie integrieren und sicherstellen, dass auf allen Managementstufen nachhaltige Geschäftsentscheide getroffen werden. Und wir werden transparent darüber informieren, wie mit dem vorliegenden Bericht. Wir schreiben darin über alle Themen, die für die Post relevant sind.

Wie wird sich die Post bezüglich Corporate Responsibility weiterentwickeln?
Vivien Büchler-Bezzola: Wir haben den Anspruch, im Spannungsfeld von ökonomischem Erfolg, ökologischem Handeln und sozialer Verantwortung die bestmögliche Wirkung für die Gesellschaft zu erzielen. Diese integrale Sichtweise ist auch ausschlaggebend für den nachhaltigen Erfolg und das Bestehen der Post. Würden wir die drei Aspekte einzeln betrachten, würden wir riskieren, Chancen für die Post und für unsere Stakeholder zu verpassen. Darum verfolgt die Post schon immer sowohl finanzielle als auch nichtfinanzielle Ziele. Dies wollen wir in Zukunft noch bewusster im Unternehmen verankern. Nachhaltigkeit gehört zum Selbstverständnis der Post – früher, heute und auch in Zukunft. Wir haben nicht nur die Erwartungen und die Ansprüche der Gesellschaft zu erfüllen, sondern wollen als bundesnaher Betrieb auch ein Vorbild sein. Die Ambition ist klar: Mit der Post ist die Schweiz nachhaltiger als ohne.

Die Strategieperiode endet 2024. Welche Schwerpunkte sehen Sie für die kommenden Jahre?
Stefan Bojanic: Die Post erarbeitet derzeit die Strategie für die Jahre 2025 bis 2028. Corporate Responsibility wird ein zentraler Bestandteil bleiben. Wir analysieren nun abgeschlossene Projekte, evaluieren laufende Massnahmen und überprüfen unsere inhaltlichen Schwerpunkte auf ihre Tragfähigkeit. Eines ist schon jetzt klar: Die Themen Umwelt mit Fokus Klima und Energie wird auch in den Jahren ab 2025 Schwerpunkt unserer Aktivitäten sein. Auch die Verantwortung als Arbeitgeberin und als Institution der Schweiz bleibt zentral. Weiter sehen wir drei Entwicklungsschwerpunkte, um die Unternehmensverantwortung als Mittelpunkt unseres Handels zu stärken. Erstens: Die Nachhaltigkeit in die Unternehmensstrategie und -entscheide integrieren. Zweitens: Eine integrierte Sichtweise unternehmensweit sicherstellen. Und drittens: Das Management der nichtfinanziellen Performance weiterentwickeln. Es gilt zu agieren und nicht einfach nur zu reagieren.

«Aktivitäten zu Klima und Energie werden auch in den Jahren 2025+ in unserm Fokus stehen.

Stefan Bojanic
Co-Leiter Corporate Responsibility

Wichtige Ereignisse



Post erhält SBTi-Gütesiegel für Klimaziel

Die Post hat sich zum Ziel gesetzt, ab 2040 netto null Treibhausgas-(THG)-Emissionen zu verursachen. Dieses Ziel und das gewählte Vorgehen der Post hat die Science Based Targets initiative (SBTi) nun geprüft und validiert – ein wichtiges Zeichen für die Umsetzung der verschiedenen Aktivitäten. Erste Priorität hat die möglichst vollständige Vermeidung von THG-Emissionen.

→ Seite 22

Für die Elektrifizierung Kompetenzen bündeln

Damit die Post ab 2030 klimaneutral im eigenen Betrieb ist und bis Ende 2040 das Netto-Null-Ziel erreicht, muss die Flotte von Bussen, Liefer- und Lastwagen bis dahin elektrisch fahren. Um rasch voranzukommen, baut die Post das Competence Center Elektromobilität auf.

→ Seite 25



Die Zukunft des Postautos ist elektrisch

In Graubünden sind mittlerweile elf Elektropostautos klimafreundlich unterwegs. Das zeigt, dass sich die Technologie auch für Berggebiete eignet – und dass die leisen, komfortablen Busse bei Fahrgästen und Fahrpersonal gut ankommen. Die Flotte von rund 2300 Postautos wird konsequent auf Elektroantrieb umgestellt.

→ Seite 23



40 Millionen Pakete elektrisch unterwegs

In den Städten Zürich, Bern und Genf stellt die Post alle Briefe und Pakete mit posteigenen E-Fahrzeugen CO_2-frei zu. Insgesamt befördern die Pöstlerinnen und Pöstler schweizweit jährlich rund 40 Millionen Pakete elektrisch.

→ Seite 23

Restemissionen aus der Atmosphäre entfernen

Was die Post ab 2030 an CO_2 noch nicht vermeiden kann, will sie der Atmosphäre entziehen und langfristig speichern. Dafür stehen derzeit zwei naturbasierte Methoden im Fokus.

→ Seite 23



Chancen für Menschen mit Beeinträchtigung

Im Rahmen eines Pilotprojekts bietet PostNetz Menschen mit Beeinträchtigung in 13 Filialen und in einem Contact Center die Möglichkeit, im allgemeinen Arbeitsmarkt an Arbeiten teilzuhaben.

→ Seite 45

Gesamtarbeitsverträge für die Zustellbranche

2023 haben die grössten Arbeitgeber und Verbände im Schweizer Logistikmarkt, die Gewerkschaft syndicom und der Personalverband transfair die Verhandlungen über einen Branchen-GAV Zustellung Schweiz abgeschlossen und ratifiziert.

→ Seite 48



Gleicher Lohn für gleichwertige Arbeit

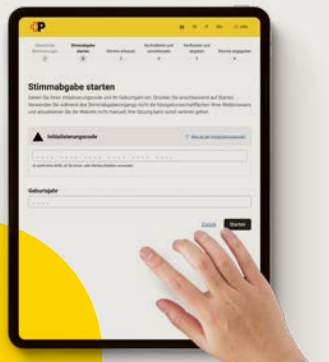
Die aktuelle Lohnanalyse zeigt: Die unerklärbare Lohndifferenz liegt in allen Unternehmensbereichen deutlich unterhalb des vom Bund akzeptierten Toleranzwerts: ein sehr gutes Ergebnis – das die Post weiter verbessern will.

→ Seite 44

Die Post digitalisiert den gelben Briefeinwurf

Mit «ePost SmartSend» bietet die Post neu auch kleinen und mittleren Unternehmen eine Dienstleistung für den digitalen oder physischen Versand von Rechnungen und Massenbriefen. Sie leistet damit einen Beitrag zur Digitalisierung der Schweizer Wirtschaft.

→ Seite 33



Digital Innovation Center

Technologie-Know-how oder Fachwissen allein führen nicht zu Innovationen. Daher hat die Post das Digital Innovation Center ins Leben gerufen. Das crossfunktionale Team unterstützt die verschiedenen Bereiche der Post virtuell bei der Entwicklung digitaler Lösungen.

→ Seite 46

Elektronisch wählen und abstimmen

An den eidgenössischen Wahlen 2023 war zum ersten Mal ein vollständig verifizierbares System der Post im Einsatz. Vor allem in der Fünften Schweiz ist die elektronische Stimmabgabe beliebt: Rund 60 Prozent der Auslandschweizerinnen und Auslandschweizer, die gewählt haben, nutzten dafür E-Voting.

→ Seite 35

Handlungsfelder

Die Post will einen relevanten Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung der Schweiz leisten und übernimmt Verantwortung für die Auswirkungen ihrer Geschäftstätigkeit auf ihre Stakeholder und auf die Umwelt. Für wirkungsvolle Massnahmen orientiert sie sich prioritär an fünf Handlungsfeldern entlang der Wertschöpfungskette.







Umwelt
Fokus: Klima und Energie

Die Post trägt den regulatorischen Anforderungen und Kundenwünschen Rechnung und hat sich ehrgeizige Ziele gesetzt: Ab 2030 will sie im eigenen Betrieb klimaneutral und ab 2040 in der gesamten Wertschöpfungskette bei der Netto-Null sein.

Das bedeutet, dass die Post bis 2030 ihre Treibhausgas-(THG)-Emissionen im eigenen Betrieb gemäss SBTi um 42 Prozent und in der Wertschöpfungskette um 25 Prozent reduziert und die Restemissionen aus dem eigenen Betrieb aus der Atmosphäre entfernt. Bis 2040 heisst das, dass die Post ihre THG-Emissionen um 90 Prozent reduziert und die 10 Prozent Restemissionen, die nicht vermieden werden können, aus der Atmosphäre entfernt.

Oberste Priorität hat dabei die vollständige Vermeidung von Treibhausgas-Emissionen. Dazu investiert die Post in die Umstellung auf alternative Antriebe, in fossilfreie Heizungen und stellt sicher, dass ihre Stromversorgung zu 100 Prozent aus erneuerbaren Energien aus der Schweiz erfolgt.

Nachhaltige Kundenlösungen

Zu den Kundinnen und Kunden der Post zählen bald 9 Millionen Privatpersonen und Hunderttausende Unternehmen, vom Kleinbetrieb bis zum internationalen Konzern. Sie alle sollen die Kontakte mit der Post positiv erleben. Die Post gestaltet Produkte, Dienstleistungen und Zugangspunkte deshalb gezielt aus der Sicht der Kundinnen und Kunden. Auch die Nachfrage nach ökologischen und sozialverträglichen Angeboten wächst.

Die Post hat 2023 einen Verantwortungskompass als Orientierungsinstrument für eine nachhaltige Angebotsentwicklung eingeführt. Er ermöglicht es, Nachhaltigkeitsaspekte von Anfang an in die Entwicklung neuer Angebote der Post zu integrieren.

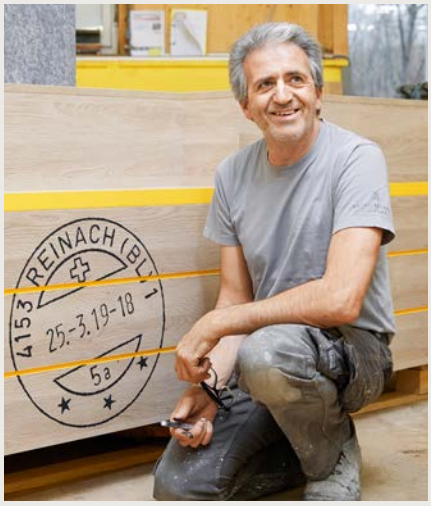
Mit ihren postalischen und logistischen Dienstleistungen ist die Post ein Bindeglied in einer Kreislaufwirtschaft. Zusammen mit Partnern etabliert sie sich in der Rückwärtslogistik und in der Rückführung von Wertstoffen. Gleichzeitig optimiert sie ihre Lager-, Logistik- und Rücknahmeprozesse und leistet so einen Beitrag zur Reduktion von THG-Emissionen entlang der Wertschöpfungskette.

Sozialverantwortliche Arbeitgeberin

Rund 46 500 Mitarbeitende, tätig in über 100 Berufen, sind in allen Kantonen und in 804 Schweizer Gemeinden für die Post im Einsatz. Um die Umsetzung der Strategie «Post von morgen» optimal zu unterstützen, investiert die Post in die Unternehmenskultur und in die Weiterentwicklung des Führungsverständnisses sowie der Führungskompetenzen.

Die Post ist einer der grössten Ausbildungsbetriebe der Schweiz. Um neue Mitarbeitende zu gewinnen, bietet sie fortschrittliche Anstellungsbedingungen und modernisiert laufend ihren Rekrutierungsprozess. Mitarbeitenden stehen unabhängig von Geschlecht, Sprache, Herkunft oder anderen persönlichen Merkmalen vielfältige Entwicklungsmöglichkeiten zur Verfügung. Diskriminierung wird in keiner Form toleriert, und die Inklusion aller Mitarbeitenden geniesst hohe Priorität.

Die Post führt mit der Gewerkschaft syndicom und dem Personalverband transfair eine bewährte Sozialpartnerschaft. Sie ermöglicht Mitarbeitenden über verschiedene Kanäle den direkten Dialog.





Verantwortungsvolle Beschaffung

Die Post beschafft jährlich Waren und Dienstleistungen im Wert von rund 3 Milliarden Franken. Ihr Ziel ist es, faire und umweltschonende Lieferketten zu etablieren, die allen Beteiligten zugutekommen.

2023 hat sie ein Managementsystem zur Überprüfung von menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten und Umweltbelangen sowie einen Prozess zur Identifikation von potenziellen Risiken in den Bereichen Menschenrechte und Umwelt bei Lieferanten eingeführt. Sie hat den Lieferantenkodex für verantwortungsvolle Beschaffung überarbeitet und will damit die partnerschaftlichen Beziehungen und die gemeinsame Weiterentwicklung in sozialen und ökologischen Belangen stärken.

Die etablierte anonyme Meldestelle Post-Courage steht neu auch Lieferanten, Betroffenen in der Lieferkette oder anderen Interessengruppen zur Verfügung. So können potenzielle Verstösse gegen den Lieferantenkodex anonym und vertraulich gemeldet und entsprechende Massnahmen zur Verhinderung oder Wiedergutmachung ergriffen werden.

Volkswirtschaftlicher und gesellschaftlicher Mehrwert

Mit ihren Tätigkeiten und Angeboten leistet die Post einen wesentlichen Beitrag dazu, dass der Alltag in der Schweiz funktioniert und es der Wirtschaft gut geht.

In der ganzen Schweiz, in allen Sprachregionen und insbesondere auch in ländlichen Gebieten ist die Post eine bedeutende Arbeitgeberin: Von den rund 46 000 Beschäftigten arbeiten rund 15 000 Personen in peripheren Regionen.

Die Post stellt der Schweizer Bevölkerung und der Wirtschaft 4963 Zugangspunkte zur Verfügung – das ist das dichteste Netz Europas. In Randregionen stellt die Post nicht nur den Anschluss an Post und Zahlungsverkehrsdienstleistungen sicher, sondern auch an den öffentlichen Verkehr. Neben ihrem Engagement für einen universellen Service public stellt die Post ihre Expertise auch in den Dienst nationaler und lokaler gesellschaftlicher Anliegen.

Zahlen und Fakten

Mit
6917
elektrischen Drei- und Vierradfahrzeugen in der Zustellung besitzt die Post die grösste Elektroflotte in der Schweiz.

Rund
46 000
Personen arbeiten bei der Post in allen Kantonen und in 804 der 2136 Schweizer Gemeinden.

Mit
4963
Zugangspunkten
stellt die Post der Schweiz und der Wirtschaft das dichteste Netz Europas zur Verfügung.

90%
des Beschaffungsvolumens sind mit einer Risikoanalyse auf menschenrechtliche Sorgfaltspflichten und Umweltbelangen hin überprüft worden.

Für rund
3 Milliarden
Franken kauft die Post Waren und Dienstleistungen ein. Davon entfallen 2,7 Milliarden auf inländische Zulieferer.

Lohngleichheit
ist praktisch erreicht. Die Post ist gut unterwegs.

Über diesen Bericht

Berichtsumfang

Die Post informiert im nichtfinanziellen Bericht 2023 erstmals freiwillig in Orientierung an Art. 964a–c des Schweizerischen Obligationenrechts (OR) über die Umweltbelange, insbesondere die CO_2-Ziele, die Sozialbelange, die Arbeitnehmerbelange, die Achtung der Menschenrechte und die Bekämpfung der Korruption.

Dieser Bericht deckt die regulatorischen Anforderungen der PostFinance AG nicht ab. Diese werden separat im Bericht über nichtfinanzielle Belange 2023 der PostFinance AG berücksichtigt.

Zudem enthält der vorliegende Bericht Ausführungen gemäss Art. 964j OR über die Ergebnisse der jährlichen Prüfung der Sorgfaltspflichten und Transparenz bezüglich Kinderarbeit. Weder überführt die Post Konfliktmineralien oder -metalle in den freien Verkehr der Schweiz noch bearbeitet sie solche (Art. 964j Abs. 1 Ziff. 1 OR). Die Sorgfalts- und Berichterstattungspflichten bezüglich Konfliktmineralien und -metallen finden somit keine Anwendung auf die Post.

Konsolidierungskreis

Alle nichtfinanziellen Daten werden von Tochtergesellschaften (Konzerngesellschaften Post CH AG, PostFinance AG, PostAuto AG, Post CH Kommunikation AG und Post CH Netz AG) erfasst und auf Konzernebene konsolidiert. Der Umfang des Berichts stimmt mit jenem des Finanzberichts überein. Die Ausnahmen werden im Kapitel «Methodik» ausgewiesen.

Global Reporting Initiative (GRI)

Dieser Bericht folgt den Standards der Global Reporting Initiative (GRI) und gewährleistet damit, dass er international anerkannten Richtlinien für transparente und verantwortungsvolle Nachhaltigkeitsberichterstattung entspricht. Der GRI-Inhaltsindex, der weitere wichtige Standards (TCFD, OECD, SDG und OR964) referenziert, ist ab Seite 69 dargestellt.

Umfang und Struktur der Berichterstattung

Die Berichterstattung 2023 der Schweizerischen Post besteht u. a. aus folgenden Dokumenten:

- Die Schweizerische Post AG:
  - Jahresbericht 2023
  - Finanzbericht 2023 (Lagebericht, Corporate Governance und Jahresabschlüsse Konzern, Die Schweizerische Post AG sowie PostFinance AG)
  - Nichtfinanzieller Bericht 2023
- PostFinance AG:
  - Geschäftsbericht 2023
  - Bericht über nichtfinanzielle Belange 2023
  - Offenlegung Eigenmittel aus Systemrelevanz per 31. Dezember 2023
  - Offenlegung Eigenmittel per 31. Dezember 2023
  - Offenlegung zu klimabezogenen Finanzrisiken Geschäftsjahr 2023

Diese Dokumente sind in elektronischer Form unter

geschaeftsbericht.post.ch/downloads bzw.
postfinance.ch/berichterstattung abrufbar.

Nichtfinanzieller Bericht

Corporate Responsibility 10

Corporate-Responsibility-Strategie 11

Strategieumsetzung – Fortschritte 2023 12

Governance 14

Corporate Governance: Das Governance-Management-System 15

Risiko- und Resilienzmanagement 17

Unternehmensethik, Integrität und Compliance 18

Umwelt 21

Klima 22

Energie 25

Kreislaufwirtschaft und Ressourceneffizienz 27

Lärm, Luft- und Lichtemissionen 28

Biodiversität 28

Wertschöpfung

Kundinnen und Kunden 30

Kundenzentrierung und Relevanz für die Kundinnen und Kunden 31

Digitalisierung und Innovation 33

Datenschutz, Cybersecurity und Digitalethik 34

Umwelt- und sozialverträgliche Angebote 36

Mitarbeitende 38

Unternehmenskultur und Responsible Leadership 39

Rekrutierung und Bindung der Mitarbeitenden 41

Gesundheit, Sicherheit und Wohlbefinden der Mitarbeitenden 42

Chancengleichheit, Diversität und Inklusion 44

Ausbildung und Entwicklung der Mitarbeitenden 46

Dialog mit Mitarbeitenden und Gewerkschaften 48

Beschaffung 50

Volkswirtschaftlicher und gesellschaftlicher Mehrwert 53

Service public 54

Gesellschaftliches Engagement 55

Stakeholder-Engagement 56

Kennzahlen 57

Anhang 65

Assurance Statement (CO_2) 66

Methodik 68

Global-Reporting-Initiative-Index 69

Corporate Responsibility

Seit 175 Jahren ist die Post eine Institution des nationalen Zusammenhalts und erbringt im Auftrag des Bundes Leistungen des Service public. Mit der Strategie «Post von morgen» soll die Relevanz der Post für die Zukunft erneuert werden. Die Post hat sich zum Ziel gesetzt, weiterhin Gewinne zu erwirtschaften, die sie in ihre Weiterentwicklung und die Erbringung des Grundversorgungsauftrags investiert. Gleichzeitig will die Post einen relevanten Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung der Schweiz leisten. Dabei übernimmt sie Verantwortung für die direkten und indirekten Auswirkungen ihrer Geschäftstätigkeit auf die verschiedenen Stakeholder sowie auf die Umwelt. Nachhaltigkeit ist deshalb eine der vier Stossrichtungen der Strategie «Post von morgen».

Corporate-Responsibility-Strategie 11

Strategieumsetzung – Fortschritte 2023 12

Corporate-Responsibility-Strategie

Nachhaltigkeit ist eine der vier Stossrichtungen der Strategie «Post von morgen».

Die «ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit» ist einer von vier Schwerpunkten in der Konzernstrategie (Details zur Strategie «Post von morgen» sind im Finanzbericht auf Seite 17 zu finden) und wird in der Corporate-Responsibility-Strategie ausformuliert. Diese Aspekte berücksichtigt die Post bei allem, was sie tut. Damit will sie einen relevanten Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung der Schweiz leisten. Sie übernimmt die Verantwortung für die direkten und indirekten Auswirkungen ihrer Geschäftstätigkeit auf die verschiedenen Stakeholder sowie auf die Umwelt.

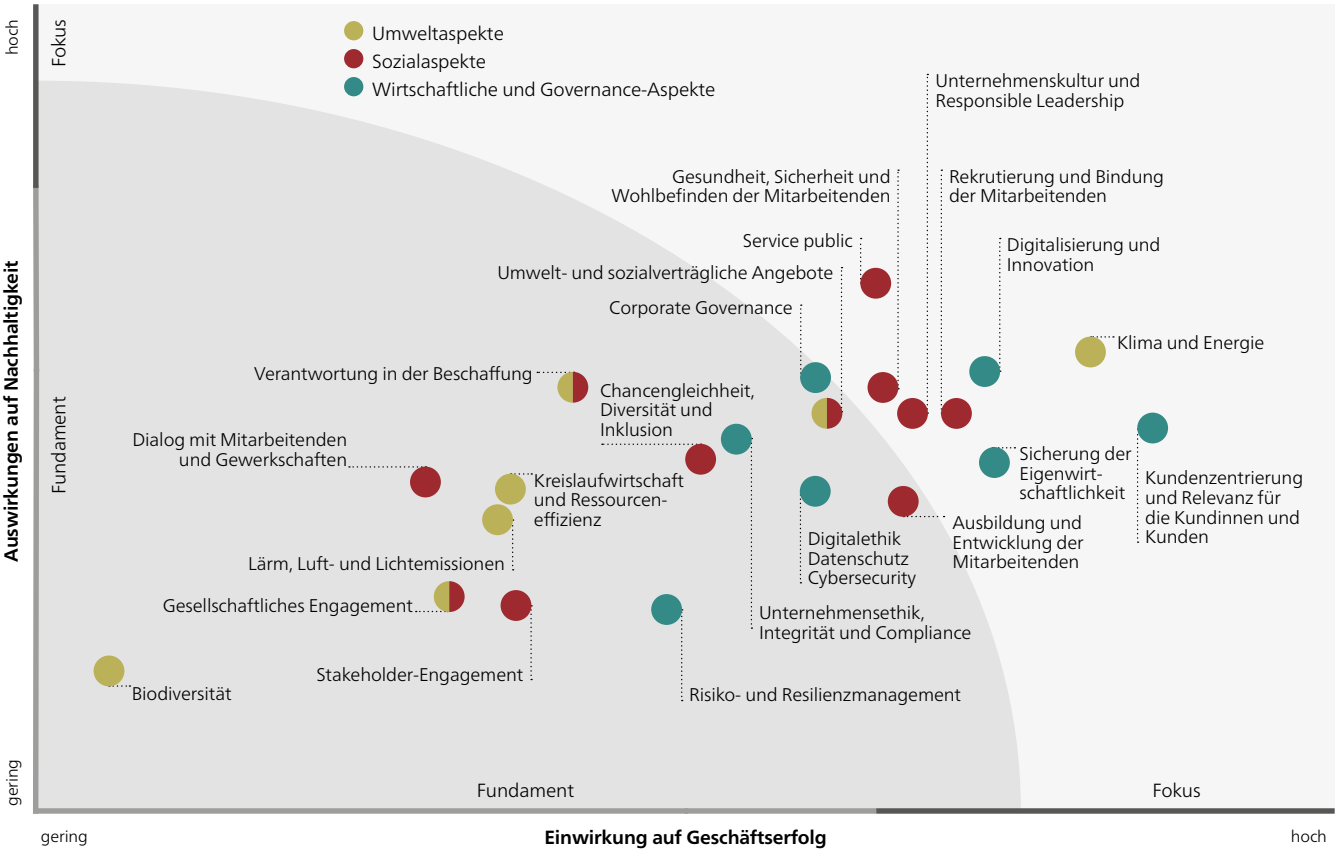
Die strategische Stossrichtung Corporate Responsibility wird anhand der fünf Handlungsfelder entlang der Wertschöpfungskette umgesetzt: Klima und Energie, nachhaltige Kundenlösungen, sozialverantwortliche Arbeitgeberin, verantwortungsvolle Beschaffung und volkswirtschaftlicher und gesellschaftlicher Mehrwert für die Schweiz (Details ab Seite 21).

Wesentlichkeitsmatrix

Die Post hat 2022 ihre Wesentlichkeitsmatrix aktualisiert (Details im Finanzbericht 2022 auf Seite 28). Im Jahr 2023 wurde die Matrix erneut überprüft, um ihre Relevanz zu bestätigen. Das wurde kontinuierlich durch unser Stakeholder-Engagement (siehe Details auf Seite 56) sowie durch eine Peer- und Medienanalyse sowie mithilfe eines KI-Tools mit Anpassungen an Normen erreicht.[1] Die Ergebnisse führten zu einer präziseren Matrix.

Das Thema Sicherung der Eigenwirtschaftlichkeit gewinnt an Bedeutung

Wesentlichkeitsmatrix Konzern Post[2]
2023



1 GRI 3-1 Verfahren zur Bestimmung wesentlicher Themen
2 GRI 3-2 Liste der wesentlichen Themen

Unser Managementansatz für wichtige Themen ist in diesem Bericht dargelegt, ausser «Sicherung der Eigenwirtschaftlichkeit». Dieses Thema, das im Vergleich zu 2022[3] an Bedeutung gewonnen hat, wird im im Finanzbericht behandelt. Alle internen Themenverantwortlichen haben die wesentlichen Themen, die Konzernleitung und der Verwaltungsrat die Wesentlichkeitsmatrix genehmigt.[4]

Die Wesentlichkeitsmatrix hilft dabei, die Fokusbereiche zu priorisieren, indem sie die Bedeutung und Auswirkungen verschiedener Faktoren bewertet. Dadurch kann die Post Ressourcen effektiv zuweisen und fundierte Entscheidungen treffen, die den Erwartungen der Stakeholder entsprechen. Die Post unterscheidet zwischen «Fokus-Themen» und «Fundament-Themen». Fokus-Themen umfassen Bereiche, in denen eine signifikante Wirkung erzeugt werden kann. Sie stehen in der Regel mit einer Transformation des Betriebsmodells in Verbindung. Fundament-Themen bilden die Basis für die betrieblichen Aktivitäten und verkörpern die Kernbetriebsprinzipien.

Strategieumsetzung – Fortschritte 2023

Die Tabelle gibt einen Überblick über die Fortschritte mit Schwerpunkt auf die Ergebnisse im Jahr 2023.

Ziele und Verpflichtungen

Zielsetzung	Fortschritt 2023	Erläuterungen zu den Fortschritten 2023
Umwelt, Fokus Klima und Energie		
Ab 2025 stellt die Post ihre Briefe und Pakete in urbanen Zentren elektrisch zu.	●	– Die Post stellt in den Städten Zürich, Bern und Genf alle Briefe und Pakete mit posteigenen, Ökostrom-betriebenen Elektrofahrzeugen zu.
Ab 2030 ist die Post im eigenen Betrieb klimaneutral.	●	– Die Elektrifizierung der Zustellflotte und jene für den Personentransport wurde vorangetrieben sowie die fossil-frei beheizte Energiebezugsfläche in eigenen Gebäuden weiter erhöht.
Ab 2040 erreicht die Post in ihrer gesamten Wertschöpfungskette Netto-Null.	●	– Die Post ist eines der acht Unternehmen in der Schweiz, deren Netto-Null-Ziel für 2040 durch SBTi validiert wurde. – Massnahmen im Umgang mit THG-Emissionen aus der Wertschöpfungskette sind geschärft, insbesondere bei PostFinance und in der Beschaffung. – Die Post initiiert den Aufbau eines Neutralisationsportfolios, um Restemissionen anzugehen.
Nachhaltige Kundenlösungen		
Die Post entwickelt sozial-, umwelt-verträgliche und ökonomische Angebote	●	– Die Post führt einen Verantwortungskompass als Leitfaden für nachhaltige Angebotsentwicklung ein. – Der Verantwortungskompass wurde in Innovationsprozesse integriert.
Die Post ist als logistisches Bindeglied in der Wiederverwendung etabliert.	◑	– Die Post nimmt die wiederverwendbare Verpackungslösung «Kickbag» auf und erarbeitet mit Sodastream Retouren-prozesse.

3 Bei der Überprüfung 2023 wurden folgende Anpassungen vorgenommen: «Menschenrechte» bleiben zentral und sind in Compliance, Beschaffung und Personalwesen verankert. «Barrierefreiheit» ist nun in der Compliance integriert. «Klima» und «Energie» wurden kombiniert, «Kreislaufwirtschaft» und «Umgang mit Materialien, Abfall, Wasser und Abwasser» sind unter «Kreislaufwirtschaft und Ressourceneffizienz» vereint. «Rekrutierung und Bindung der Mitarbeitenden» sowie «Ausbildung und Entwicklung der Mitarbeitenden» wurden separat behandelt. «Verantwortungsvoller Umgang mit Gewerkschaften/Mitarbeitervertretungen» heisst nun «Dialog mit Mitarbeitenden und Gewerkschaften». «Ethik und Transparenz in der Governance und Geschäftsführung» ist nun «Corporate Governance». «Sorgfalt und Transparenz bei der Compliance» sowie «Fairer Wettbewerb und Korruptionsbekämpfung» sind unter «Unternehmensethik, Integrität und Compliance» zusammengefasst.

4 GRI 3-3 Managementansatz zu Wesentliche Themen 2021

Ziele und Verpflichtungen

Zielsetzung	Fortschritt 2023	Erläuterungen zu den Fortschritten 2023
Sozialverantwortliche Arbeitgeberin		
Die Gestaltung von Organisation und Führung der Post wird weiter vorangetrieben.	●	– Das konzernweite Führungsprogramm «En viadi» wurde für die oberen Führungsebenen erfolgreich umgesetzt und startete 2023 auf Ebene Teamleitende. – Regelungen sind mit der Einführung des konzernweiten Vorgabenportals «Smart Governance» prinziporientiert gestaltet.
Die Verfügbarkeit der erforderlichen Mitarbeitenden der Post wird sichergestellt.	●	– Mit der Einführung einer CV-Parsing-Software steigert die Post die Effizienz bei der Triage von Bewerbungsdossiers und optimiert den Rekrutierungsprozess für alle Beteiligten. – Mit der Initiative «Andiamo!» stehen Führungspersonen bei Logistik-Services umfassende Hilfsmittel für die Gewinnung und Entwicklung von Mitarbeitenden zur Verfügung.
Die Post nimmt ihre soziale und gesellschaftliche Verantwortung als Arbeitgeberin wahr.	●	– Über die Onlineplattform StayFit bietet die Sozialberatung zusammen mit dem Laufbahnzentrum allen Mitarbeitenden eine anonyme Chatberatung an. – 2023 liegt der Lohnunterschied Frauen/Männer in allen Unternehmensbereichen deutlich unter dem vom Bund vorgeschriebenen Toleranzwert.
Verantwortungsvolle Beschaffung		
Gesetzliche Anforderungen im Bereich der menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten sind umgesetzt.	●	– Die Post hat ein Managementsystem eingeführt, um Risiken in der Lieferkette in Bezug auf menschenrechtliche Sorgfaltspflichten und Umweltschutz zu identifizieren. – Risikoreiche Lieferanten entwickelt die Post schrittweise weiter.
Arbeits- und Menschenrechtsanforderungen in der Lieferkette werden bekannt gemacht und ihre Einhaltung sichergestellt.	●	– Durch den überarbeiteten «Lieferantenkodex für verantwortungsvolle Beschaffung» stärkt die Post ihre partnerschaftlichen Beziehungen und verpflichtet ihre Lieferanten zur Einhaltung von sozialen und ökologischen Belangen. – Mit der Erweiterung der anonymen Meldestelle Post-Courage können Lieferanten, Betroffene oder andere Interessengruppen Menschenrechtsverletzungen oder Umweltschutzvergehen entlang der Lieferkette anonym melden.
Die Erreichung des Klima- und Energieziels der Post wird aktiv unterstützt.	●	– Ziele für die Reduktion der Treibhausgasemissionen entlang der Lieferkette sind definiert. – Verpflichtende Nachhaltigkeitskriterien bei Beschaffungen über 150 000 Franken sind eingeführt und unterstützen das Treibhausgasmanagement.
Volkswirtschaftlicher und gesellschaftlicher Mehrwert für die Schweiz		
Die Post erzielt volkswirtschaftlichen Wert.	●	– Auch 2023 erfüllt die Post ihren Grundversorgungsauftrag: Zustellung von Sendungen, Zahlungsverkehr, Erreichbarkeit in allen Regionen mit dichtem Netz an Zugangspunkten. – 97,3 Prozent aller A-Post-Briefe und 99,5 Prozent der B-Post-Briefe wurden rechtzeitig zugestellt. – Ausbau der Kernkompetenzen der Post in die digitale Welt durch die ePost-App und das elektronische Patientendossier.
Die Post erzielt gesellschaftlichen Wert.	●	– Die Post unterstützt lokale, soziale Projekte wie Schweizer Wanderwege und und wirtschaftsrelevante Projekte wie SEF.NextGen im digitalen Bereich.

Legende: Status bezieht sich auf die für 2023 angestrebten Forschritte

● Geplante Fortschritte erreicht
◑ Gute Fortschritte erzielt
○ Keine Fortschritte erzielt

Governance

Die Post räumt dem Thema Corporate Governance einen hohen Stellenwert ein und orientiert sich an anerkannten Standards. Der Verwaltungsrat setzt für die Gestaltung der Governance ein Governance-Management-System ein und definiert Regeln und Prinzipien für die Oberleitung und die Überwachung des Konzerns. Die Post erwartet von Führungskräften und Mitarbeitenden auf allen organisatorischen Ebenen, sich jederzeit ethisch und integer zu verhalten.

Corporate Governance: Das Governance-Management-System	15
Risiko- und Resilienzmanagement	17
Unternehmensethik, Integrität und Compliance	18

Corporate Governance: Das Governance-Management-System

Der Verwaltungsrat führt – mit Ausnahme von PostFinance – direkt.

Der Verwaltungsrat setzt für die Gestaltung der Governance ein Governance-Management-System[1] ein und definiert Regeln und Prinzipien zur Führung und Überwachung des Konzerns.

Der Verwaltungsrat strukturiert den Konzern für die strategische Entwicklung und Leitung in Konzern- und Funktionsbereiche und bestimmt für sie die jeweiligen relevanten Führungsmodelle. Er führt den Konzern grundsätzlich über ein direktes Führungsmodell. Die PostFinance AG ist die einzige Postkonzerngesellschaft, die indirekt geführt wird.

Im direkten Führungsmodell übernimmt der Verwaltungsrat die strategische Führung und delegiert die operative Führung an die Konzernleitung.[2] Die Konzernleitung führt die ihr unterstellten Funktions- und Konzernbereiche.

Um eine flexible operative Führung des Konzerns zu gewährleisten, die der Marktstellung und Entwicklungsphase des Geschäfts angemessen ist, legt der Verwaltungsrat drei Stufen der Führungsintensität fest:

- Stufe I: Hier führt der Konzern eng, hauptsächlich für Konzernbereiche im postalischen Kerngeschäft.
- Stufe II: Hier bietet der Konzern Führung mit Freiräumen, vor allem für Konzernbereiche ausserhalb des postalischen Kerngeschäfts.
- Stufe III: Hier findet eine offene Führung statt, die sich ausschliesslich auf Themen konzentriert, die aus Konzernperspektive und aus regulatorischen Gründen zwingend gesteuert werden müssen.

Im Vorgabewesen trifft der Verwaltungsrat die notwendigen Anordnungen zur Wahrnehmung seiner Gesamtverantwortung. Dabei wird zwischen organisatorischen (Aufgaben/Zuständigkeiten) und thematischen Vorgaben unterschieden, die auf Prinzipien basieren.

Die Überwachung ist nach dem Three-Lines-Modell strukturiert:

- Das operative Management (1st Line) trägt die Verantwortung für das Geschäft. Es beurteilt die mit dem Geschäft verbundenen Risiken, steuert, reduziert und überwacht sie.
- Für risikoexponierte Themen werden zusätzliche Stellen (2nd Line) eingesetzt (Compliance, Konzernrisikomanagement, IKS-Finanzen, Sicherheit und Informationssicherheit). Die 2nd-Line-Funktionen erlassen im Auftrag des Verwaltungsrats und der Konzernleitung Vorgaben, sorgen für Kommunikation und Schulung, erstellen Reportings und führen Kontrollen durch.
- Die Konzernrevision (3rd Line) führt im Auftrag des Verwaltungsrats unabhängige, risikoorientierte Kontrollen durch.

Der Verwaltungsrat trifft zudem die notwendigen Vorkehrungen, um seine externen Berichtspflichten zu erfüllen und die Stellen zu überwachen, an die bestimmte Kompetenzen delegiert wurden. Dazu gehören unter anderem das Vorlegen einer Jahresrechnung, eines Jahresberichts, eines nichtfinanziellen Berichts sowie der in den jeweiligen Gesetzen vorgesehenen regulatorischen Berichte (z. B. PostCom, BAKOM, Eignerbericht zu den strategischen Zielen).

Bei delegierten Aufgaben und Zuständigkeiten ist der Verwaltungsrat verpflichtet, sich regelmässig in einer festgelegten Form von der Stelle berichten zu lassen, an die eine Zuständigkeit delegiert wurde. Entsprechende interne Reportings sind definiert und in der Vorgabeordnung verankert.

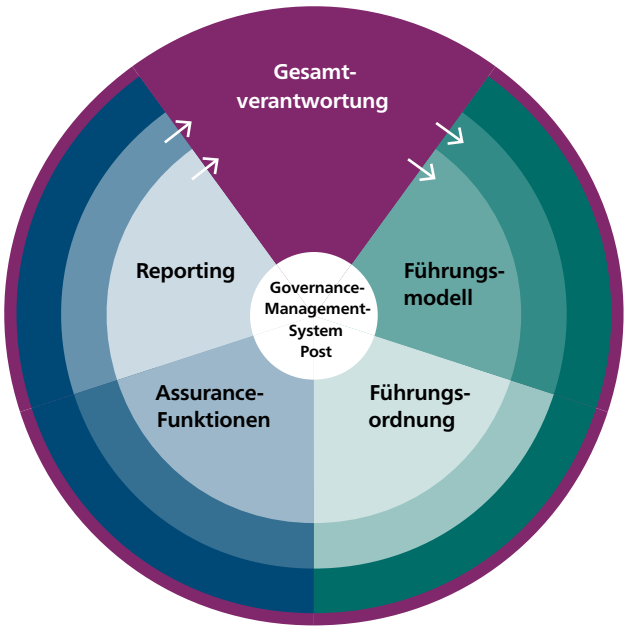
Im indirekten Führungsmodell delegiert der Verwaltungsrat die strategische Führung an den eigenständigen, nachgeordneten Verwaltungsrat der PostFinance AG. Dieser erlässt eigene Regelungen hinsichtlich der Führungsordnung, der Assurance-Funktionen und der Berichterstattung.

1 GRI 2-12 Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Beaufsichtigung der Bewältigung der Auswirkungen
2 GRI 2-13 Delegation der Verantwortung für das Management der Auswirkungen

Der Verwaltungsrat behält seine Gesamtverantwortung, indem er die Mehrheit der Mitglieder im Verwaltungsrat der PostFinance AG stellt, die designierten Vertreterinnen und Vertreter der Post an der Generalversammlung der PostFinance AG wählt und sie entsprechend mandatiert. In der Eignerstrategie, die sich an den Verwaltungsrat der PostFinance AG richtet, definiert der Verwaltungsrat der Post seine langfristigen strategischen, finanziellen und personellen Ziele als Eigner von PostFinance AG.

Führung und Überwachung des Konzerns durch den Verwaltungsrat

Governance-Management-System Post



Weitere Ausführungen zur Corporate Governance im Finanzbericht auf Seite 57.

Governance des nichtfinanziellen Performance Managements

Gestärkte Rollen für das nichtfinanzielle Performance Management.

Der Verwaltungsrat hat 2023 die nichtfinanzielle Berichterstattung in das Governance-Management-System[3] der Post eingebettet. Dabei wurden die Rollen des Verwaltungsrats, des Verwaltungsratsausschusses Audit, Risk und Compliance (VRA ARC), des Verwaltungsratsausschusses People, Sustainability und Governance (VRA PSG) und der Konzernleitung in Bezug auf das nichtfinanzielle Performance Management erweitert und gestärkt:

- Der Verwaltungsrat entscheidet über die Anforderungen und die Assurance für das nichtfinanzielle Performance Management, überwacht die Umsetzung (inkl. Risiken) und bewertet die Wirksamkeit der definierten Massnahmen. Er genehmigt die nichtfinanzielle Berichterstattung und delegiert deren Umsetzung an die Konzernleitung.
- Der VRA PSG genehmigt die Anforderungen an das nichtfinanzielle Performance Management zuhanden des Verwaltungsrats, überwacht die Umsetzung, bewertet die Wirksamkeit der definierten Massnahmen, prüft die Vollständigkeit des nichtfinanziellen Berichts und genehmigt ihn zuhanden des VRA ARC.
- Der VRA ARC definiert die Assurance für das nichtfinanzielle Performance Management zuhanden des Verwaltungsrats und genehmigt den nichtfinanziellen Bericht zuhanden des Verwaltungsrats.

3 GRI 2-14 Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung

– Die Konzernleitung trifft die notwendigen operativen Vorkehrungen und überträgt die Gesamtverantwortung für die Ausgestaltung des nichtfinanziellen Performance Managements und die nichtfinanzielle Berichterstattung an den Stab CEO. Die Verantwortung für einzelne Belange der nichtfinanziellen Berichterstattung überträgt die Konzernleitung an die Konzern- und Funktionsbereiche. Sie genehmigt die nichtfinanzielle Berichterstattung zuhanden des Verwaltungsrats.
– Christian Plüss, Leiter Mobilitäts-Services, ist delegiertes Konzernleitungsmitglied mit Einsitz in den VRA PSG und vertritt alle wesentlichen CR-Themen, einschliesslich Klima und Energie (vgl. Wesentlichkeitsmatrix auf Seite 11).[4]

Für die nichtfinanzielle Berichterstattung kommt in einzelnen Themenfeldern die bestehende interne Assurance zum Tragen (2nd- und 3rd-Line-Funktionen). Für das Spezialthema Treibhausbilanzierung und Beschaffung ökologischer Kennzahlen wird eine externe Revisionsgesellschaft beigezogen.

Risiko- und Resilienzmanagement

Die Post hat ein umfassendes Enterprise Risk Management (ERM) implementiert, das sie bei der Früherkennung von Entwicklungen unterstützt, die die Kontinuität der Geschäftstätigkeit gefährden könnten. Das ERM lehnt sich an den ISO-Standard 31000:2018 an. Neben finanziellen Auswirkungen werden auch nichtfinanzielle Auswirkungen auf Reputation, Personen, Umwelt und Compliance in einem einheitlichen Ansatz berücksichtigt. CR-Themen sind in diesen ERM-Prozess integriert. Damit soll sichergestellt werden, dass die gesamte Bandbreite der Nachhaltigkeitsthemen in den unternehmensweit betrachteten Risiken berücksichtigt wird.

Der Finanzbericht beschreibt auf den Seiten 51–55, wie die Post Risiken einteilt und mit ihnen umgeht. CR-Risiken werden gleich behandelt wie alle anderen Risiken.

Risikomanagement

Unter den von der Post identifizierten kurzfristigen Risiken (Zeithorizont 2023–2026) sind aktuell folgende nichtfinanzielle Risiken die bedeutendsten:

– die Nicht-Erreichung des Klima- und Energieziels
– die Verletzung externer Vorgaben (Compliance)
– Transportrisiken mit hohem Personenschaden.

Der Klimawandel wurde als bedeutendes langfristiges Risiko identifiziert.

Zusätzlich zu dieser vierjährigen Betrachtungsperiode identifiziert die Post aufkommende Risiken, sogenannte Emerging Risks, mit einer langfristigen Betrachtungsperiode. Das Kerngeschäft der Post wird zunehmend durch Trends wie On the Go, künstliche Intelligenz und Sharing bzw. Circular Economy beeinflusst, die auch grosses Potenzial für neue Geschäftsfelder aufweisen, wie z. B. Smart Cities oder sichere digitale Dienstleistungen. Zu den wichtigsten identifizierten langfristigen nichtfinanziellen Risiken gehört der Klimawandel. Die Post ergreift deshalb gezielt Massnahmen, um für Veränderungen durch den Klimawandel gewappnet zu sein. Dafür muss sie einerseits die physischen Risiken abschätzen, die direkt durch klimatische Veränderungen entstehen. Andererseits entstehen im Wandel zu einer kohlenstoffarmen Wirtschaft für die Post auch Übergangsrisiken, z. B. ausgelöst durch veränderte Erwartungen der Stakeholder.

Zu den identifizierten physischen Klimarisiken gehören zunehmende Extremwetterereignisse und die Häufung von Murgängen und Bergrutschen. Dauerhafte Veränderungen wurden deshalb ebenfalls als physische Klimarisiken identifiziert. Dazu zählen beispielsweise die Zunahme von Hitzetagen und Hitzeperioden, die die Gesundheit und Produktivität der Mitarbeitenden negativ beeinflussen können. Situationsbedingt sind organisatorische sowie personelle Massnahmen bei der Arbeit bei Hitze vorhanden. Weiter kann die Abnahme der Wasserverfügbarkeit potenzielle Auswirkungen auf gewonnene Energie aus Wasserkraft haben. Die Post bezieht zu einem grossen Anteil Strom aus Wasserkraft. Als Übergangsrisiken hat die Post z. B. kostentreibende Umweltregulierungen, veränderte Kundenbedürfnisse und mangelnde Stromverfügbarkeit erkannt.[5]

4 GRI 2-13 Delegation der Verantwortung für das Management der Auswirkungen
5 GRI 201-2 Finanzielle Folgen des Klimawandels für die Organisation und andere mit dem Klimawandel verbundene Risiken und Chancen

Die aufgeführten Klimarisiken sind in das Risikomanagement der Post eingebettet (siehe Finanzberichtauf den Seiten 51–55).

Resilienzmanagement

Widerstandsfähigkeit und Robustheit in Krisen sicherstellen

Die Post zählt im Bereich Postdienste, Finanzdienstleistungen und Strassenverkehr zu den kritischen Infrastrukturen der Schweiz. In diesem Zusammenhang hat das Resilienzmanagement für sie eine grosse Bedeutung. Das heisst, dass die Post ihre Prozesse und Strukturen so widerstandsfähig und robust wie möglich ausgestaltet und sich auf mögliche Krisenszenarien vorbereitet. In diesem Kontext betreibt die Post ein Business Continuity Management sowie ein Notfall- und Krisenmanagement.

Im Rahmen der Business Continuity werden Massnahmen zur Sicherstellung der Fortführung des operativen Betriebs vorbereitet. Ein Beispiel: Aufgrund der angespannten Situation an den Energiemärkten im Jahr 2022 hat die Post die Taskforce Energiemangellage eingerichtet. Diese Taskforce hat die Aufgabe, die Dienstleistungen der Grundversorgung (Briefe, Pakete, Personentransporte, elektronischer Zahlungsverkehr) bei einer Strommangellage aufrechtzuerhalten. Dazu hat die Post verschiedene Szenarien analysiert, Massnahmen definiert und vorbehaltene Entschlüsse gefasst, um sowohl bei einer angekündigten Strommangellage als auch bei einem unangekündigten Stromausfall schnell reagieren zu können. 2023 erhielten alle Mitarbeitenden Broschüren mit Handlungsanweisungen für den Umgang mit Stromknappheit oder Stromausfall im Berufsalltag und im privaten Umfeld. Mit dieser präventiven Massnahme stärkt die Post die Resilienz im operativen Tagesgeschäft und trägt zur Bewusstseinsbildung bei den Mitarbeitenden bei.

Im Rahmen des Notfall- und Krisenmanagements betreibt die Post eine interne Sicherheits-Hotline und nimmt bei entsprechenden Entwicklungen eine Lagebeurteilung vor. In jedem Konzernbereich und auch auf Stufe Konzern ist ein Krisenstab etabliert, der bei Bedarf einberufen werden kann.

Unternehmensethik, Integrität und Compliance

Führungskräfte und Mitarbeitende verhalten sich gemäss ethischen Grundsätzen.

Die Post erwartet von Führungskräften und Mitarbeitenden auf allen organisatorischen Ebenen, sich jederzeit ethisch und integer zu verhalten und die Gesetze, Standards und internen Vorgaben strikt einzuhalten. Im Verhaltenskodex hat der Verwaltungsrat die zentralen Regeln und Grundsätze verankert, deren Befolgung im Geschäftsalltag von allen Mitarbeitenden erwartet wird. Verstösse gegen die grundlegenden Werte und Verhaltensvorschriften werden nicht geduldet.

Verantwortung und Rollen

Die oberste Verantwortung für die Einhaltung der Gesetze und Vorgaben trägt der Verwaltungsrat der Post.[6] Er beauftragt die Konzernleitung mit der Etablierung eines effektiven Compliance-Management-Systems (CMS), das Verstösse gegen die geltenden Vorgaben verhindert. Die Konzernleitung bestimmt zudem die relevanten Compliance-Themen und delegiert den Betrieb des CMS an das Komitee Compliance als oberste operative Compliance-Instanz. Die Konzernleitung und der Verwaltungsrat werden regelmässig über die Effektivität der Compliance in der Post informiert.

Das Komitee besteht aus Vertreterinnen und Vertretern aller Konzern- und Funktionsbereiche, die die Compliance-Vorgaben verabschieden und den Betrieb des CMS überwachen. Für die Umsetzung der Compliance-Vorgaben ist auf Konzernstufe die Fachstelle Compliance verantwortlich. Sie koordiniert die Zusammenarbeit mit sogenannten Compliance-Beauftragten, die über Fachkenntnisse zu den einzelnen Compliance-Themen wie z. B. Datenschutz oder Antikorruption verfügen.

6 GRI 2-27 Einhaltung von Gesetzen und Verordnungen

Compliance-Management-System (CMS)

Die Post betreibt ein unternehmensweites Compliance-Management-System (CMS), das die Einhaltung regulatorischer Vorschriften sowie von Gesetzes- und Ethikvorgaben gewährleistet. Dazu werden Massnahmen definiert und ihre Umsetzung systematisch überprüft. Das CMS orientiert sich am ISO-Standard 37301:2021, ist der Grösse und der Bedeutung der Post angemessen und wird ständig an die aktuellen Anforderungen und Gegebenheiten angepasst. Es orientiert sich an den konkreten Geschäftstätigkeiten der Post sowie an den damit verbundenen Risiken und deckt derzeit insbesondere die folgenden Themen ab: Datenschutz (siehe Kapitel Datenschutz, Cybersecurity und Digitalethik auf Seite 34), Antikorruption, Kartellrecht, Postrecht (siehe Kapitel Service public auf Seite 54), öffentliches Beschaffungsrecht, Subventionsrecht, Geldwäscherei und Barrierefreiheit.

Ethisches und integres Verhalten

Der Verhaltenskodex ist für alle Mitarbeitenden bindend.

Die Grundlagen einer respektvollen, integren und ethischen Zusammenarbeit sind – als Basis der Compliance – im Verhaltenskodex festgehalten. Er ist für alle Mitarbeitenden der Post und für die Mitarbeitenden der Konzerngesellschaften bindend. Im September 2019 wurde der Verhaltenskodex grundlegend überarbeitet und allen Mitarbeitenden zugestellt. Neue Mitarbeitende erhalten ihn mit ihrem Arbeitsvertrag. Mittels E-Learnings werden die Mitarbeitenden alle zwei Jahre über die wesentlichen Aspekte des Verhaltenskodex geschult. Mitarbeitende, die über keinen digitalen Zugang verfügen, werden mittels Alternativformaten sensibilisiert.[7]

Das Verhalten und die Sensibilisierung der Mitarbeitenden gegenüber Digitalisierung wird im Kapitel Datenschutz, Cybersecurity und Digitalethik auf Seite 34 genauer erläutert.

Um allfällige Compliance-Verstösse zu melden, können sich die Mitarbeitenden an ihre vorgesetzte Stelle, an die Fachstelle Compliance oder anonym an die von intern und extern zugängliche Meldestelle PostCourage wenden.[8] PostCourage wird von einem externen spezialisierten Anbieter betrieben, der die Unabhängigkeit und Anonymität sicherstellt. Die Konzernrevision nimmt die gemeldeten Fälle auf und involviert bei Bedarf weitere Fachpersonen, z. B. aus der internen Sozialberatung oder der Rechtsabteilung. Die Vertraulichkeit ist jederzeit gewährleistet, die Anonymität auch, falls gewünscht. Die Bearbeitung der einzelnen Fälle wird in PostCourage vollständig dokumentiert, und das Komitee Compliance und der Verwaltungsratsausschuss ARC (Audit, Risk und Compliance) werden informiert. 2023 sind 66 Meldungen eingegangen, davon sind zum Stichtag 31. Dezember 2023 noch 28 Fälle offen.

Fairer Wettbewerb und Antikorruption

Die Post bekennt sich zu einem freien und fairen Wettbewerb.[9] Von ihren Mitarbeitenden verlangt sie im Verhaltenskodex[10] (post.ch/verhaltenskodex) die Einhaltung des Wettbewerbsrechts. Von ihren Lieferantinnen und Lieferanten verlangt sie dasselbe im Lieferantenkodex für verantwortungsvolle Beschaffung. Im etablierten Compliance-Programm Kartellrecht definiert die Post die erforderlichen Massnahmen, um Verstösse gegen das Kartellrecht zu verhindern. Im Jahr 2023 war keine der Gesellschaften der Schweizerischen Post im direkten Führungsmodell als Verfahrensbeteiligte in Rechtsverfahren[11] involviert, die ein wettbewerbswidriges Verhalten zum Gegenstand hatten.[12]

Die Post toleriert kein korruptes Verhalten.[13] So ist es auch im Verhaltenskodex festgehalten. Zur Förderung und Sicherstellung eines entsprechenden integren Verhaltens beinhaltet das bestehende CMS ein Compliance-Programm zur Antikorruption mit Vorgaben für Zuwendungen wie Geschenke und Einladungen sowie für Interessenkonflikte. Dazu gehören auch Richtwerte und Auflagen für Ausnahmeregelungen. Eine regelmässige Risikoanalyse u. a. mit besonderem Fokus auf Amtsträger und auf die Einhaltung der verfügten Auflagen sowie regelmässige Sensibilisierungs- und Schulungsmassnahmen unterstützen die Effektivität der Umsetzung der Vorgaben.[14] Dadurch sollen ins-

7 GRI 2-24 Einbeziehung der Verpflichtungserklärungen zu Grundsätzen und Handlungsweisen
8 GRI 2-25 Verfahren zur Beseitigung negativer Auswirkungen, GRI 2-26 Verfahren für die Einholung von Ratschlägen und die Meldung von Anliegen
9 GRI 3-3 Managementansatz zu Wettbewerbswidriges Verhalten
10 GRI 2-23 Verpflichtungserklärung zu Grundsätzen und Handlungsweisen
11 Unseres Erachtens in Übereinstimmung zu GRI 3-3 Managementansatz zu Wettbewerbswidriges Verhalten 2016 werden Rechtsverfahren verstanden als Kartellverwaltungsverfahren im Sinne von Art. 27 Kartellgesetz (KG)
12 Als wettbewerbswidriges Verhalten zählen im vorliegenden Kontext Verstösse gegen die materiellen Normen des Kartellgesetzes (im Sinne von Art. 5 KG und Art. 7 KG).
13 GRI 3-3 Managementansatz zu Antikorruption
14 GRI 205-1 Betriebsstätten, die auf Korruptionsrisiken geprüft wurden, GRI 205-2 Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung

besondere die Risiken von ungerechtfertigten und unerlaubten Zuwendungen sowie von unidentifizierten oder mangelhaft adressierten Interessenkonflikten minimiert werden. Hauptadressaten sind hier im Speziellen die Kaderfunktionen, die Kundenbetreuerinnen und -betreuer sowie die Beschaffungsorganisation bzw. der Einkauf. In den letzten Jahren wurden knapp 90 Prozent der Mitarbeitenden auf die zentralen Anforderungen geschult. Über den zentralen Meldekanal erfolgten im letzten Jahr keine Verdachtsmeldungen zu potenziellen Verstössen gegen die Antikorruptionsvorgaben.[15] Die Post ist zudem Mitglied von Transparency International und steht auch mit anderen Unternehmungen und Interessgruppen laufend im Austausch betreffend gängiger Praxis zur Antikorruption.[16]

Barrierefreiheit und Compliance

Die Post ist Vorreiterin im Thema Barrierefreiheit.

Die Post beschäftigt sich seit 2007 mit dem Thema Barrierefreiheit. Dank barrierefreien Zugängen in der digitalen und physischen Welt können die Kundinnen und Kunden sowie die Mitarbeitenden mit der Post einfach und hindernisfrei interagieren.

Seit 2022 ist das Thema Teil der Compliance-Organisation. Somit wird über die Einhaltung entsprechender gesetzlicher Vorgaben direkt dem Verwaltungsrat und der Konzernleitung berichtet.

Bei PostAuto wurden, um die Vorgaben des Behindertengleichstellungsgesetzes (BehiG) zu erfüllen, die notwendigen Massnahmen erarbeitet, wie die Erfassung von über 30 000 Haltekanten und der Einsatz von Ersatztransporten. Die Umstellung der Postautos erfolgte bereits vorher. So sind 1800 von 2400 Niederflurbussen im Einsatz.

Die Post setzt sich ein hohes Ambitionsniveau in Sachen Barrierefreiheit. Dies zeigen die Schweizer Accessibility-Studien (2007, 2011, 2016, 2020 und 2023). Die Post publiziert zudem in ihren Accessibility-Statements auf

- post.ch/accessibility und
- postauto.ch/barrierefreiheit

transparent den aktuellen Grad der Barrierefreiheit. Durch regelmässige Schulungen und Sensibilisierungskampagnen werden die Mitarbeitenden über das Thema Barrierefreiheit informiert.

Achtung der Menschenrechte

Menschenrechtliche Sorgfaltspflichten werden entlang der gesamten Wertschöpfungskette geprüft.

Die menschenrechtliche Sorgfaltsprüfung ist Bestandteil der Geschäftstätigkeiten entlang der gesamten Wertschöpfungskette und der Corporate-Responsibility-Strategie der Post. Die Schwerpunkte liegen intern bei ihren Mitarbeitenden und in der Lieferkette in der Beschaffung.

Im Jahr 2023 wurde das Thema[17]

- in die CR-Charta der Post (post.ch/cr-charta) aufgenommen, die den Grundstein für das verantwortungsvolle Handeln der Post legt,
- in den Lieferantenkodex für verantwortungsvolle Beschaffung (post.ch/lieferantenkodex) integriert, der für alle Lieferanten verpflichtend ist, und
- in der anonymen Meldestelle PostCourage erweitert, damit entlang der gesamten Lieferkette Meldungen zu Menschenrechtsverletzungen und Umweltbelangen gemacht werden können.

Im Jahr 2023 wurde eine Risikoanalyse zu den menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten gestartet mit dem Ziel, 2024 die Achtung der Menschenrechte konzernweit zu verankern. In Zusammenarbeit mit focusright, einer auf das Thema spezialisierten Organisation, werden im Einklang mit den OECD-Leitsätzen und UNO-Leitprinzipien Prozesse zur Umsetzung der menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten entwickelt.

Die Themenschwerpunkte werden in den Kapiteln Mitarbeitende ab Seite 38 und Beschaffung ab Seite 50 genauer beschrieben.

15 GRI 205-3 Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Massnahmen
16 GRI 2-28 Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen
17 GRI 2-23 Verpflichtungserklärung zu Grundsätzen und Handlungsweisen

Umwelt

Die Post trägt den regulatorischen Anforderungen und Kundenwünschen Rechnung und hat sich ehrgeizige Ziele gesetzt: Ab 2030 will sie im eigenen Betrieb klimaneutral und ab 2040 in der gesamten Wertschöpfungskette bei der Netto-Null sein. Das bedeutet, dass die Post bis 2030 ihre THG-Emissionen im eigenen Betrieb gemäss SBTi um 42 Prozent und in der Wertschöpfungskette um 25 Prozent reduziert und die Restemissionen des eigenen Betriebs aus der Atmosphäre entfernt. Bis 2040 heisst das, dass die Post ihre THG-Emissionen um 90 Prozent reduziert und die 10 Prozent Restemissionen, die nicht vermieden werden können, aus der Atmosphäre entfernt. Oberste Priorität hat dabei die vollständige Vermeidung von THG-Emissionen. Dazu investiert die Post in die Umstellung auf alternative Antriebe und in fossilfreie Heizungen und stellt sicher, dass ihre Stromversorgung zu 100 Prozent aus erneuerbaren Energien aus der Schweiz erfolgt.

Klima	22
Energie	25
Kreislaufwirtschaft und Ressourceneffizienz	27
Lärm, Luft- und Lichtemissionen	28
Biodiversität	28

Klima

2023 wurde das Klimaziel der Post durch SBTi validiert und bestätigt. Ein wichtiger Meilenstein für die Post.

Der Bund als Eigner der Post stellt hohe Ansprüche an die Klimaschutzaktivitäten der Post. Die strategischen Ziele des Bundesrats fordern, den Ausstoss von Treibhausgasen zu vermindern. Das Klima- und Innovationsgesetz vom 18. Juni 2023 hat den Entscheid der Post, bis 2040 die Netto-Null zu erreichen, gestärkt und gesetzlich verankert.

Auch die Kundschaft und insbesondere Grosskunden fordern eine Klimastrategie entlang der Science Based Targets initiative (SBTi). Die SBTi orientiert sich an den Zielen des Pariser Klimaabkommens, das die weltweite Klimaerwärmung auf 1,5 Grad Celsius gegenüber dem vorindustriellen Niveau von 1850 begrenzen möchte.[1]

Validierung durch SBTi und strategische Verankerung

Entsprechend dieser Anforderung hat sich die Post ambitionierte Ziele gesetzt: Ab 2030 will sie im eigenen Betrieb klimaneutral und ab 2040 in der Wertschöpfungskette die Netto-Null erreichen. Die SBTi-Validierung des Klimaziels wurde sowohl für die Post als auch für PostFinance 2023 erreicht. Von den weltweit bisher 7500 durch SBTi validierten Unternehmen erhielten erst acht Schweizer Unternehmen die Netto-Null-Validierung für 2040; die Post als eines der grössten davon. Mit der Validierung werden das Treibhausgas-(THG)-Reduktionsziel für das Jahr 2030 (–42 Prozent im Scope 1 und 2 und –25 Prozent im Scope 3 gegenüber dem Basisjahr 2021) sowie das Netto-Null-Ziel für das Jahr 2040 (–90 Prozent Scope 1–3 und 10 Prozent CO_2-Entfernung und -speicherung gegenüber dem Basisjahr 2021) bestätigt. Zudem will die Post die Emissionen aus dem eigenen Betrieb, die sie bis 2030 nicht reduzieren kann (voraussichtlich 58 Prozent), der Atmosphäre entnehmen und speichern, um sich ab 2030 klimaneutral im eigenen Betrieb nennen zu können.

In erster Priorität werden die Treibhausgas-(THG)-Emissionen reduziert und in zweiter Priorität mit erneuerbaren Energien substituiert. Dazu gehören die Umstellung auf alternative Antriebe der Fahrzeugflotte, 100 Prozent Strom aus erneuerbaren Energiequellen aus der Schweiz und der Ausstieg aus fossilen Heizungen. Die rund 58 Prozent der nicht reduzierten THG-Emissionen im eigenen Betrieb, ab 2030, und die rund 10 Prozent der nicht vermeidbaren THG-Emissionen, ab 2040, will die Post in dritter Priorität durch die CO_2-Entfernung und -Speicherung zur Erreichung des Netto-Null-Ziels neutralisieren. Dies geschieht durch den Aufbau eines Neutralisationsportfolios.

Das Klima- und Energieziel ist strategisch verankert und wird zielorientiert gesteuert. Die Zielerreichung hat Einfluss auf den Managementbonus. Mehr Informationen können dem Kapitel Corporate-Responsibility-Strategie ab Seite 11 sowie dem Finanzbericht im Kapitel Vergütung ab Seite 71 entnommen werden.

Im Jahr 2023 investierte die Post rund 87 Millionen Franken in Massnahmen zur Reduktion des THG-Ausstosses. Diese Summe spiegelt die zusätzlichen Kosten für die Umstellung auf fossilfreie Technologien wider. Wenn die Post beispielsweise einen fossilbetriebenen Bus durch einen elektrischen Bus ersetzt, wird der Unterschied zwischen beiden Preisen ausgewiesen.

Entwicklung der Treibhausgasbilanz

Ab 2025 übertrifft die Wirkung der Reduktionsmassnahmen voraussichtlich die Marktentwicklung und führt zu einer massnahmengetriebenen Reduktion der Treibhausgasemissionen. Für das Jahr 2023 verzeichnet sie, aufgrund von Markt- und Geschäftsentwicklungen, eine Reduktion der CO_2-Emissionen um 2,7 Prozent im Vergleich zu 2022.

1 GRI 3-3 Managementansatz zu Emissionen

Massnahmen zur Reduktion und Substitution

Erste Priorität hat die vollständige Vermeidung von Treibhausgas-Emissionen.

Das 2023 eigens gegründete Competence Center Elektromobilität verantwortet die konzernweite Umstellung auf elektrisch betriebene Fahrzeuge. Mit rund 7000 Fahrzeugen besitzt die Post die grösste Elektroflotte in der Schweiz. Das Competence Center beschleunigt auch zentrale Entwicklungsthemen wie die Energieversorgung und das Energie- und Lademanagement (siehe Kapitel Energie auf Seite 25).

Der grösste Hebel liegt in der Umstellung der eigenen Flotte. Die Reduktionsmassnahmen im eigenen Betrieb (Scope 1 und 2) betreffen die Elektrifizierung der Zustell-, Leasing- und Geschäftsfahrzeugflotte und der alternativ betriebenen Postautos und Lkws.

Elektrifizierung der Zustell-, Leasing- und Geschäftsfahrzeugflotte

Schwerpunkt im Jahr 2023 war die Umstellung auf elektrische Antriebe von posteigenen Fahrzeugen in der Zustellflotte (Fahrzeuge unter 3,5 Tonnen) in den Städten Bern, Genf und Zürich. Diese schreitet mit rund 3,7 Millionen zusätzlich gefahrenen Kilometern (+89 Prozent) gegenüber 2022 gemäss Planung voran, was sich in einer THG-Reduktion pro gefahrenem Zustellkilometer von 6 Prozent widerspiegelt. Dadurch vermeidet die Post jährlich rund 9700 Tonnen CO_2-Ausstoss. Weiter hat die Fahrleistung mit alternativen Antrieben im Fahrzeugleasing an Drittkunden um rund 1,8 Millionen Kilometer (+113 Prozent) zugenommen.

Neben der Umstellung der Antriebe werden laufend Zustelltouren optimiert, Leerfahrten vermieden, die Rückwärtslogistik gestärkt (siehe auch Kapitel Kreislaufwirtschaft und Ressourceneffizienz auf Seite 27) und Fahrerinnen und Fahrer zu ressourcenschonendem Fahren geschult. Die Elektrifizierung der Zustellflotte wirkt sich auch positiv auf die Lärmbelastung im urbanen Raum aus.

Alternativ betriebene Postautos und Lkws

Bei PostAuto erfolgt die Umstellung auf alternative Antriebe schrittweise. 23 Postautos wurden 2023 auf alternative Antriebe umgestellt. Diese elektrischen Postautos haben rund 0,9 Millionen fossile Kilometer ersetzt. Dies führte zu einem Effizienzgewinn mit einer Reduktion von 0,6 Prozent THG-Emissionen pro gefahrenem Bus-Kilometer. Bis Ende 2024 ist der Einsatz von 100 elektrischen Postautos geplant. Die Post stellt auch ihre Schwertransporter schrittweise auf alternative Antriebe um. Es sind bereits zwei Lkws mit Wasserstoff- und Elektroantrieb im Einsatz.

Zu den Hauptherausforderungen bei der Umstellung von Postautos und Lkws auf alternative Antriebe gehören die langen Lieferfristen, die aktuell noch geringeren Reichweiten gegenüber Dieselfahrzeugen und die hohen Anschaffungskosten. Zudem ist die Abhängigkeit von Bund und Kantonen bei der Finanzierung der Umstellung auf Elektrobusse eine zusätzliche Herausforderung für PostAuto.

Massnahmen zur CO_2-Entfernung und -Speicherung

Im Jahr 2023 wurden erste Investitionen in Projekte zur CO_2-Entfernung und -Speicherung getätigt und damit der Aufbau eines diversifizierten Portfolios gestartet. Der Fokus lag dabei vorerst auf naturbasierten Methoden wie der zukunftsorientierten Waldbewirtschaftung unter Berücksichtigung der gesamten Wertschöpfungskette des Holzes. Dazu hat die Post einen Wald im Bundesland Thüringen in Deutschland gekauft, um die zukunftsorientierte Waldbewirtschaftung zu pilotieren und in Zukunft die Speicherung von CO_2 zu sichern. Begleitend entwickelt sie zusammen mit der Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften (HAFL) und weiteren Experten eine entsprechende Methodik. Weiter unterstützt sie die Produktion von Pflanzenkohle, einem weiteren Produkt in der Wertschöpfungskette des Holzes, womit Kohlenstoff langfristig im Boden gespeichert werden kann.[2]

2 GRI 305-3 Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)

Markt- und Geschäftsentwicklungen

Die Emissionen in Scope 1 und 2 sind 2023 um 2,7 Prozent gesunken.

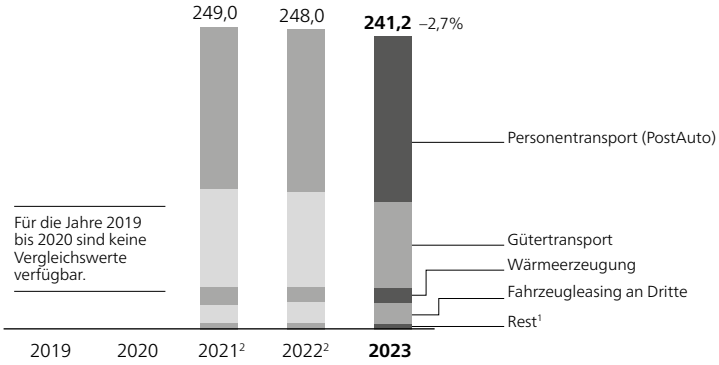
Marktbedingt haben sich die THG-Emissionen in Scope 1 und 2 aufgrund der abnehmenden Versandvolumen bei Paketen in der Zustellung reduziert. Die Auslagerung eigener Lkw-Transportleistungen an Subunternehmen bei einer neu zugekauften Konzerngesellschaft haben zu einer geschäftsbedingten Reduktion geführt. Der Reduktion entgegen wirken die Mehrfahrleistungen bei PostAuto und bei den Drittkundenfahrzeugen im operativen Leasing sowie das Wachstum im Drittkundengeschäft.

Auch die indirekten THG-Emissionen in Scope 3 sind aufgrund der Markt- und Geschäftsentwicklungen um 5 Prozent gegenüber dem Jahr 2022 gesunken.[3] Die marktgetriebene Abnahme der Versandvolumen zeigt sich auch beim ausgelagerten Gütertransport, da weniger Transportleistungen in Auftrag gegeben und somit weniger THG-Emissionen ausgestossen wurden. Zusätzlich haben die eingekauften THG-Emissionen aus der Beschaffung abgenommen (–2 Prozent). Ausschlaggebend für diese Entwicklung sind die tieferen Ausgaben beim THG-intensiven Gebäudebau gewesen. Die geschäftsbedingte Reduktion erklärt sich hauptsächlich durch eine Abnahme bei den finanzierten THG-Emissionen (–6 Prozent) aus den Unternehmensobligationen von PostFinance.

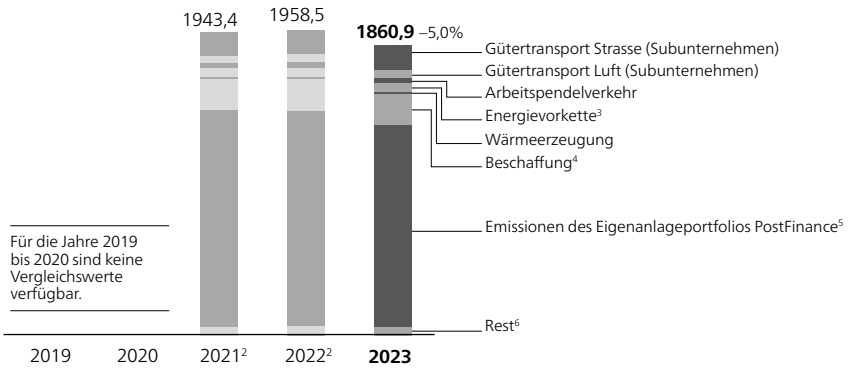
Markt- und geschäftsbedingte Reduktion der Treibhausgasemissionen

Konzern | Treibhausgasemissionen in 1000 t CO_2-Äquivalenten
2021 bis 2023

Treibhausgasemissionen Scope 1 und 2
(direkte Emissionen eigener Fahrzeuge und Gebäude)
2021=100%



Treibhausgasemissionen Scope 3
(indirekte Emissionen der Wertschöpfungskette)
2021=100%



1 Beinhaltet die Emissionen von Kältemitteln in Immobilien, Industriefahrzeugen, eigenen Geschäftsfahrzeugen und Strombedarf in Immobilien der nacherfassten Konzerngesellschaften.
2 Das Basisjahr 2021 und das Zwischenjahr 2022 wird bei Akquisitionen/Verkäufen von Konzerngesellschaften oder bei Veränderungen in der Datenqualität rückwirkend neu berechnet, da 2021 als Basisjahr für die Ziele 2030/2040 dient.
3 Beinhaltet die Emissionen sämtlicher brennstoff- und energiebezogener Aktivitäten der Treibstoffbeschaffung.
4 Die Emissionen von eingekauften Gütern und Dienstleistungen wurden mittels Emissionsfaktoren pro Warengruppen (Sekundärdaten aus einem Spend-basierten Input-Output-Modell) berechnet.
5 Die finanzierten Emissionen der Unternehmensobligationen werden seit dem Geschäftsjahr 2021 in die Unternehmensökobilanzierung integriert. Die Abdeckung der mit CO_2-Daten hinterlegten Unternehmensanleihen beträgt 86,44 Prozent. Berücksichtigt werden ausschliesslich die Emissionen aus den Scopes 1 und 2 der investierten Firmen. Durch die Abhängigkeit vom volatilen Investitionsvolumen, sowie Schwankungen der Unternehmensemissionen aufgrund von Sondereffekten (z. B. COVID-19), kann sich der Emissionswert von Jahr zu Jahr stark unterscheiden. Für die restlichen Anlageklassen im PostFinance-Portfolio (v. a. Staatsanleihen, Schuldscheindarlehen und Pfandbriefanleihen) fehlen derzeit noch standardisierte Berechnungsmethoden, weshalb auf die Integration dieser Werte vorerst verzichtet wird. Weiterführende Informationen sind in der Offenlegung zu klimabezogenen Finanzrisiken auf der PostFinance-Website zu finden.
6 Beinhaltet die Emissionen aus vermieteten Sachanlagen (ohne Wärmeerzeugung), Abfall, Gütertransport Schiene und Wasser, Geschäftsreiseverkehr, Fahrzeugleasing (Finanzierungsleasing), Treibstoffverkauf und Nutzung und Entsorgung der verkauften Produkte.

3 GRI 305-5 Senkung der Treibhausgasemissionen

Energie

Das Thema Energie geht über die Herausforderung des Klimas für die Post hinaus. Energie ist eine entscheidende Ressource für ihre Geschäftskontinuität. Um ihre Dienstleistungen zu erbringen, wie das Betreiben ihrer Fahrzeugflotte und ihrer Gebäude inkl. Sortieranlagen, braucht die Post Energie. Sie ist bestrebt, ihren Energiebedarf kontinuierlich zu reduzieren und auf erneuerbare Energiequellen umzustellen.

Sowohl der Bund im Rahmen der Energiestrategie als auch Geschäftskunden haben klare Erwartungen an energieeffiziente Dienstleistungen der Post. Dies führt sowohl zu Wettbewerbs- als auch zu Kostenvorteilen.

Commitment und Ziele

Die Post bekennt sich zur Initiative «Vorbild Energie und Klima».

Die Post, PostAuto und PostFinance haben sich im Rahmen der Energiestrategie 2050 des Bundes zur Initiative «Vorbild Energie und Klima (VEK)» bekannt und entsprechende Ziele gesetzt.

Im Rahmen von VEK soll die Energieeffizienz bei der Post um 50 Prozent, bei PostAuto um 20 Prozent und bei PostFinance um 40 Prozent gesteigert werden (Basisjahr 2021). Die grössten Hebel sieht die Post in der Mobilität und den Gebäuden. Durch das Sanieren der Gebäudehüllen und weitere Massnahmen im Rahmen der Initiative «casa verde» erhöht die Post ihre Energieeffizienz. In der Mobilität steigert sie diese im Rahmen der Initiative «rout:E» durch die Elektrifizierung der Zustellflotte und der Postautos. Ihre eigene Stromproduktion baut die Post weiter aus und möchte auf Dächern ihrer Poststandorte in der Schweiz eine Leistung von 30 Megawatt-Peak installieren (für VEK 26 Megawatt-Peak anrechenbar).[4]

Entwicklung des Energiebedarfs 2023

Der Energiebedarf der Post im eigenen Betrieb beträgt 1060 Gigawattstunden. Im Jahr 2023 ist der Energieverbrauch im eigenen Betrieb um 2,3 Prozent gesunken, was sich auf die Markt- und Geschäftsentwicklung (siehe Kapitel Klima auf Seite 22) wie auch auf effizientere Prozesse (Elektromobilität, fossilfreie Heizungen) und Massnahmen aufgrund der Strommangellage zurückzuführen ist. Die Photovoltaik-(PV)-Anlagen der Post haben im Jahr 2023 etwa 20 Prozent weniger Strom produziert als im Vorjahr. Grund dafür sind weniger Sonnenstunden und der Ausfall einer der grössten PV-Anlage der Post.[5]

Der Energiemix der Post setzte sich 2023 wie folgt zusammen: 8 Prozent Brennstoffe für Wärmeerzeugung im eigenen Betrieb, 80 Prozent Treibstoffe für die eigene Fahrzeugflotte. Mit den restlichen 12 Prozent wird der Strombedarf für Heizung, Elektromobilität und Gebäude gedeckt. 100 Prozent des Strombedarfs stammen aus erneuerbaren Energiequellen aus der Schweiz.[6]

Massnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz

Zur Steigerung der Energieeffizienz verfolgt die Post ein integriertes Energiemanagement. Die Reduktionsmassnahmen des Klimaziels mit den grössten Hebeln in der eigenen Flotte und den eigenen Gebäuden zahlen direkt auf die Steigerung der Energieeffizienz ein. Die Post prüft auch kontinuierlich den Einsatz neuer Technologien zur weiteren Steigerung der Energieeffizienz.[7]

Eine optimierte Ladeinfrastruktur, ein integriertes Lademanagementsystem und eine gesicherte Versorgung mit erneuerbarem Strom sind essenziell zur Erreichung der Ziele. Das hat auch finanzielles Optimierungspotenzial zur Folge, was sich insbesondere bei Stromkosten zeigt.

Die geplanten Ladeinfrastrukturprojekte tragen zur Förderung der E-Mobilität in der gesamten Schweiz bei. 2023 wurden die Zustellflotten in den Grossräumen Bern, Genf und Zürich vollständig elektrifiziert. Die Umstellung erfolgte trotz grösserer Engpässe in der Lieferkette fristgerecht.

4 GRI 3-3 Managementansatz zu Energie
5 GRI 302-4 Verringerung des Energieverbrauchs
6 GRI 302-1 Energieverbrauch innerhalb der Organisation
7 GRI 302-5 Senkung des Energiebedarfs für Produkte und Dienstleistungen

Massnahmen zur Umstellung auf erneuerbare Energien

Um den Anteil an erneuerbaren Energien zu steigern, reduziert die Post ihren Bedarf an fossilen Treibstoffen kontinuierlich. Eine der Hauptmassnahmen ist die Umstellung bis 2030 der gesamten Flotte auf 100 Prozent Strom aus erneuerbaren Energiequellen. Im Jahr 2023 setzte sich der Energiemix der posteigenen Zustellflotte aus 86 Prozent Diesel, 6 Prozent Benzin und 8 Prozent Strom für die Elektromobilität zusammen.

Der Strom für Elektromobilität und eigenbetriebene Filialen ist «naturemade star»-zertifizierter Ökostrom. Die Zertifizierung gewährleistet das Einhalten von zusätzlichen ökologischen Auflagen, die beispielsweise positive Auswirkungen auf die Artenvielfalt haben (siehe Kapitel Biodiversität auf Seite 28).

Massnahmen zum Ausbau der Stromproduktion

Die Post sieht das grösste Potenzial für den Ausbau der eigenen Stromproduktion bei der Verwendung von Photovoltaik-(PV)-Anlagen.

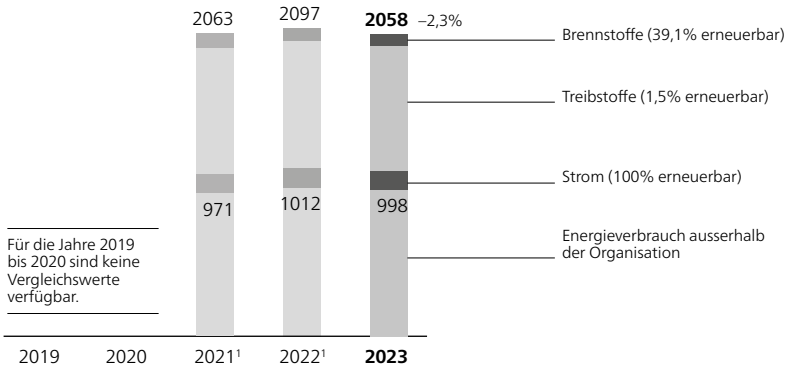
Die Post sieht das grösste Potenzial für den Ausbau der eigenen Stromproduktion bei der Verwendung von Photovoltaik-(PV)-Anlagen. Aktuell betreibt die Post auf ihren Dächern 35 Photovoltaikanlagen. Mit einer Panelfläche von rund 69 000 Quadratmetern produzieren die Anlagen während eines Jahres 8 Gigawattstunden Solarstrom. Dies entspricht etwa 6 Prozent des Strombedarfs der Post. Ein Teil der erzeugten Energie wird direkt im Gebäude genutzt. Allein auf den Dächern ihrer regionalen Paketzentren produziert die Post 5,4 Gigawattstunden Strom pro Jahr. Ein Drittel der produzierten Energie benötigen die Zentren selbst.

Die Post wird ihren Strombedarf aufgrund der zunehmenden Elektrifizierung der Flotte, insbesondere der Postautos, bis 2030 knapp verdreifachen. Dadurch wird die Post stärker den Strommarktrisiken ausgesetzt sein, was aufgrund fluktuierender Energiepreise zu Mehrkosten führen könnte. Die Post adressiert diese Risiken mit entsprechenden Massnahmen wie dem Ausbau der eigenen Stromproduktion. Der Ausbau ermöglicht eine Kostenreduktion und erhöht den Eigenversorgungsgrad der Post.

2023 hat die Post die Erweiterung des PV-Potenzials (30 Megawatt-Peak bis 2030) verabschiedet und damit einen neuen, ambitionierten Zielwert gesetzt. Mit dem Ausbau auf 30 Megawatt-Peak können künftig jedes Jahr rund 30 Gigawattstunden Strom produziert werden. Der Ausbau soll sowohl auf Dächern, Fassaden und auf unbebauten Verkehrsflächen bei Neubauprojekten als auch bei bestehenden Objekten passieren. 2023 hat der Ausbau der drittgrössten Solaranlage im Lagerlogistikzentrum in Villmergen gestartet.

Markt- und geschäftsbedingte Reduktion des Energieverbrauchs

Konzern | Energieverbrauch innerhalb und ausserhalb der Organisation in GWh
2021 bis 2023
2021 = 100%



1 Das Basisjahr 2021 und das Zwischenjahr 2022 wird bei Akquisitionen/Verkäufen von Konzerngesellschaften oder bei Veränderungen in der Datenqualität rückwirkend neu berechnet, da 2021 als Basisjahr für die Ziele 2030/2040 dient.

Kreislaufwirtschaft und Ressourceneffizienz

Unterzeichnung der «Charta kreislauf-orientiertes Bauen».

Die Kreislaufwirtschaft ist ein übergreifendes Thema, das innerhalb und ausserhalb der Post verschiedene Netzwerke beschäftigt und Potenzial für Partnerschaften aufweist. Die Zusammenarbeit auf regionaler Ebene mit Industrieverbänden kann die Kreislaufwirtschaft in der Schweiz stärken. Die Post hat sich das Ziel gesetzt, zum Wandel in Richtung einer kreislauffähigen Wirtschaft einen Beitrag zu leisten. In der Wertschöpfungskette fokussiert sich die Post auf die Kreislauffähigkeit im Umgang mit Ressourcen. Potenziale bestehen z. B. in der Beschaffung sowie beim Recycling und Upcycling von Materialien (siehe Kapitel Umwelt- und sozialverträgliche Angebote auf Seite 36).[8]

Kreislauffähigkeit im Bau

Durch die Unterzeichnung der «Charta kreislauforientiertes Bauen» im Jahr 2023 verpflichtet sich die Post gemeinsam mit öffentlichen Organisationen und anderen Bauherrschaften in der Schweiz, bis 2030 den Einsatz von nicht erneuerbaren Primärrohstoffen um 50 Prozent zu reduzieren, Treibhausgasemissionen drastisch zu verringern und die Kreislauffähigkeit von Sanierungen und Neubauten zu verbessern (siehe Kapitel Klima auf Seite 22 und Kapitel Energie auf Seite 25).

Die Post legt den Fokus auf energetische Sanierungen und den Ersatz fossiler Heizungen beim Bau und Betrieb ihrer Gebäude, was zu einer CO_2-Emissionsreduktion führt. Sie verfügt über 600 Gebäude in der Schweiz und prüft diese im Rahmen der konzernweiten Initiative «casa verde» auf ihr Sanierungspotenzial. Die geplanten Massnahmen werden strukturiert und wirtschaftlich sinnvoll umgesetzt, wobei für jedes Gebäude ein umfassendes energetisches Gesamtsanierungskonzept entwickelt wird.

Integrales Abfallmanagement

Effiziente Ressourcenverwaltung, einschliesslich Abfall, Wasser und Abwasser, ist für die Post ein relevantes Thema.[9] Sie arbeitet mit externen Partnern zusammen, um ein schweizweit einheitliches Abfallerfassungsmanagement aufzubauen.[10] Haus-, Gewerbe- und Sonderabfälle sowie Gefahrenstoffe unterliegen strengen gesetzlichen Vorschriften, deren Einhaltung die Post gewährleistet. Standorte mit Umweltrisiken wie Ölabscheidungen oder Explosionen werden sicherheitsgerecht behandelt. Umweltmanagementsysteme halten Abfallmanagement-Grundsätze in Konzepten oder Handbüchern fest, sichern die ordnungsgemässe Abfallhandhabung und ermöglichen die laufende Prozessoptimierung durch Mengen- und Kostenüberwachung.[11]

Ein zweites Leben für Postkleider

Jedes Jahr stattet die Schweizerische Post 35 000 Mitarbeitende mit rund 300 000 Kleidungsstücken aus. Ausgediente Postkleider dürfen ausserhalb der Post nicht getragen werden, daher werden sie im Rahmen des Upcycling-Projektes «Zweites Leben Post» als Rohmaterial für neue Produkte, wie Laptoptaschen und Turnsäckli, verwendet. Dabei arbeitet die Post mit dem Schweizerischen Roten Kreuz und der geschützten Werkstätte BEWO zusammen. So können Ressourcen geschont und Kreisläufe von einer fairen Produktion bis hin zu einer sinnvollen Weiterverwendung von Berufskleidung geschlossen werden.

Die Post übernimmt für ihre Kleider Verantwortung – von der Produktion bis zur Entsorgung. Für unser Engagement für eine sozialverträgliche Kleiderproduktion wurden wir von der Fair Wear Foundation als Leader ausgezeichnet (siehe Kapitel Beschaffung ab Seite 50).

8 GRI 3-3 Managementansatz zu Materialien 2016
9 GRI 3-3 Managementansatz zu Wasser und Abwasser
10 GRI 306-2 Management erheblicher abfallbezogener Auswirkungen
11 GRI 306-1 Anfallender Abfall und erhebliche abfallbezogene Auswirkungen

Lärm, Luft- und Lichtemissionen

Die Post reduziert ihre Emissionen in Gebäuden und der Logistikkette.

Lärm sowie Luft- und Lichtemissionen wirken sich direkt auf die Lebensqualität, die Gesundheit der Bevölkerung und die Umwelt aus. Die Post optimiert ihre Prozesse laufend, um diese Emissionen zu reduzieren oder zu verhindern.[12]

Trotz erhöhter Leistung seit 2021, u. a. durch die steigende Anzahl an Fahrgästen bei PostAuto, sind die im Betrieb ausgestossenen Stickstoffoxide (NO_x) im gleichen Zeitraum um ca. 1 Prozent auf einen absoluten Wert von 1714 Tonnen NO_x gesunken. Die Schwefeloxid-Emissionen (SO_x) sind allerdings im gleichen Zeitraum mit 581 Tonnen SO_x stabil geblieben.[13] Die wichtigsten Hebel für weitere Senkungen sind Prozessoptimierungen:

- Bei der Tourenplanung der Brief- und Paketzustellung hat die Post Optimierungspotenzial festgestellt und zusammen mit der Eidgenössischen Technischen Hochschule Zürich (ETHZ) ein Konzept entwickelt. Durch den Einsatz von Algorithmen wurde ein theoretisches Optimierungspotenzial von 7 Prozent berechnet.
- Auch mit der Einführung von Stadtlogistikzentren (CityHubs) kann die Post ihre Treibhausgasemissionen signifikant senken. CityHubs machen vor allem in Städten ohne zentral gelegene Zustellstellen Sinn: Ein Lastwagen transportiert die Sendungen ausserhalb der Stosszeiten vom Sortierzentrum in den zentralen Hub in der Stadt. Hier werden die Sendungen von den Zustellerinnen und Zustellern mit E-Lieferwagen und E-Rollern in der optimalen Laufroute in die Briefkästen verteilt. In der Stadt Zürich betreibt die Post aktuell drei CityHubs.
- Mit der Elektrifizierung ihrer Fahrzeugflotte hat die Post die Verbrennung von Treibstoffen erheblich reduziert, was auch eine deutliche Senkung der NO_x-Emissionen zur Folge hat (siehe Kapitel Energie auf Seite 25). Zudem sind elektrisch betriebene Fahrzeuge mit unter 30 Stundenkilometer sehr leise unterwegs.
- Durch den verstärkten Ausbau des öffentlichen Verkehrsnetzes mit elektrischen Postautos wird der Individualverkehr reduziert. Dies hat eine Reduktion der Treibhausgasemissionen zur Folge.

Zur Reduktion von Lichtemissionen hat die Post ein integriertes Lichtmanagement-System eingesetzt, das die Beleuchtung an die tatsächlichen Lichtverhältnisse anpasst. Bei Gebäuden wurden herkömmliche Lichtquellen mit LED-Technologien ersetzt. Durch den Einsatz des intelligenten Beleuchtungssystems bei der Arealbeleuchtung der Logistikzentren verringert die Post die Lichtemissionen in der Umgebung.

Biodiversität

Die Post hat Biodiversität als relevantes Zukunftsthema identifiziert. 2023 hat sie die Überprüfung der potenziellen Auswirkungen ihrer Tätigkeiten konzernweit und über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg begonnen. In diesem Zusammenhang hat die Post mit einem externen, auf Nachhaltigkeit und Biodiversität spezialisierten Beratungsunternehmen zusammengearbeitet, um ganzheitlich Risiken zu identifizieren und Massnahmen abzuleiten.[14]

Mittels der Analyse wurden die direkten und indirekten Auswirkungen aller Tätigkeiten der Post auf die Biodiversität anhand der folgenden fünf Hauptfaktoren mit dem grössten Schädigungspotenzial identifiziert: Veränderung der Nutzung von Ökosystemen, Ausbeutung von Ressourcen, Klimawandel,[15] Umweltverschmutzung und die Einführung invasiver gebietsfremder Arten. Die Analysephase wird im Jahr 2024 abgeschlossen. Nach bisherigen Erkenntnissen besteht das grösste Potenzial bei den posteigenen Immobilien und der Investitionspolitik bei PostFinance. Zusätzlich wird der

12 GRI 3-3 Managementansatz zu Emissionen
13 GRI 305-7 Stickstoffoxide (NO_x), Schwefeloxide (SO_x) und andere signifikante Luftemissionen
14 GRI 3-3 Managementansatz zu Biodiversität
15 GRI 304-2 Erhebliche Auswirkungen von Aktivitäten, Produkten und Dienstleistungen auf die Biodiversität

biologischen Vielfalt im posteigenen Wald eine hohe Aufmerksamkeit zukommen. Als Eigentümerin ist die Post in der Verantwortung, die Wälder möglichst nachhaltig zu bewirtschaften, d. h. Biodiversität und nachhaltige Landnutzung aktiv zu fördern (siehe Kapitel Klima auf Seite 22).

Die nächsten Schritte bestehen darin, 2024 über diese qualitative Analyse hinauszugehen und die Risiken und Chancen zu quantifizieren, um die geeigneten Massnahmen zu definieren.

Artenvielfalt an posteigenen Standorten

300 m² als Nisthabitate für Wildbienen und Insekten.

Im Immobilienbereich hat die Post bereits diverse Massnahmen umgesetzt, die zur biologischen Vielfalt beitragen, wie zum Beispiel die naturnahe Gestaltung von gebäudeangrenzenden Flächen, die Begrünung von Dachanlagen sowie die Installation von Bienenkästen auf Postdächern. Ab dem Frühjahr 2024 entstehen auf dem Postareal in Kloten dank vielfältigen, einheimischen Pflanzen diverse Nisthabitate für Wildbienen und weitere Insekten auf einer Fläche von ca. 300 m². Zudem wurde in diversen Distributionszentren eine intelligente Beleuchtung installiert, um den Lichteinfluss auf Vögel und Insekten zu reduzieren.

Die konsequente Fortführung der Klima- und Energiepolitik mit dem wissenschaftlich basierten Klima- und Energieziel nach SBTi hilft, die negativen Auswirkungen auf die biologische Vielfalt zu verringern.

Klima und Biodiversität zusammenbringen

Rund 15 Prozent des erneuerbaren Stroms für Elektrofahrzeuge und eigenbetriebene Postfilialen sind «naturemade star»-zertifizierter Ökostrom. Dabei unterstützt die Post durch den «naturemade Ökofonds» Projekte, die die ökologische Aufwertungen und den Schutz der Lebensräume von Tieren und Pflanzen finanzieren. Für jede Kilowattstunde Strom zahlt die Post 0,7 Rappen in den in den Fonds ein (siehe Kapitel Klima auf Seite 22).

Wertschöpfung

Kundinnen und Kunden

Zu den Kundinnen und Kunden der Post zählen bald 9 Millionen Privatpersonen und Hunderttausende Unternehmen, vom Kleinbetrieb bis zum internationalen Konzern. Sie alle sollen die Kontakte mit der Post positiv erleben.

Die Post gestaltet Produkte, Dienstleistungen und Zugangspunkte deshalb gezielt aus der Sicht der Kundinnen und Kunden. Denn neue Angebote sollen einfach, verständlich und unkompliziert anwendbar sein. Auch die Nachfrage nach ökologischen und sozialverträglichen Angeboten wächst. Die Post integriert alle Aspekte der Nachhaltigkeit in die Angebotsentwicklung. Die Erfahrungen der Kundinnen und Kunden erhebt die Post konsequent, wertet sie aus und leitet daraus kontinuierlich Verbesserungen ab.

Kundenzentrierung und Relevanz für die Kundinnen und Kunden 31
Digitalisierung und Innovation 33
Datenschutz, Cybersecurity und Digitalethik 34
Umwelt- und sozialverträgliche Angebote 36

Kundenzentrierung und Relevanz für die Kundinnen und Kunden

Für den zukünftigen Erfolg muss sich die Post gegenüber ihren Mitbewerbern differenzieren: Das tut sie durch Kundenzentrierung. Die Post ist überzeugt, dass positive Erlebnisse der Schlüssel zu langfristigen und mehrwertstiftenden Kundenbeziehungen sind. Die Post beschäftigt sich eingehend mit der Gestaltung aller Kundenerlebnisse – sei es im Kontakt mit Mensch, Technik oder System. Produkte, Dienstleistungen sowie Zugangspunkte gestaltet die Post gezielt aus der Perspektive der Kundinnen und Kunden und bezieht diese frühzeitig in den Gestaltungsprozess ein. Die Post erhebt die Erfahrungen der Kundinnen und Kunden konsequent, wertet sie aus und leitet daraus laufend Verbesserungen ab.[1]

Kundenzufriedenheitsmessung

Die Post hat erneut sehr gute Resultate in der Kundenumfrage erhalten.

Die konsequente Ausrichtung der Post auf die Bedürfnisse ihrer Kundinnen und Kunden spiegelt sich in der Kundenzufriedenheitsmessung wider.[2] Aus den Ergebnissen der Kundenzufriedenheitsmessung leiten die Konzernbereiche Massnahmen ab und setzen Verbesserungen um. Die Kundenzufriedenheitsmessungen wurden 2023 von zwei unabhängigen Marktforschungsinstituten durchgeführt. Für die Messungen aller Konzernbereiche ist die Link Marketing Services AG verantwortlich, mit Ausnahme von PostNetz, bei der AmPuls Marktforschung AG die Messung realisiert hat. Insgesamt wurden rund 18 000 Kundinnen und Kunden befragt, davon rund 5000 Geschäftskunden.

Die befragten Kundinnen und Kunden bewerteten 2023 die Post insgesamt mit 76 von 100 Punkten (Gesamtzufriedenheit). Im Vergleich zum Vorjahr ist die Gesamtzufriedenheit unverändert geblieben. Dies zeigt: Es gelingt der Post, ihre Leistungen den Kundenbedürfnissen entsprechend zu gestalten.

Im Geschäftsfeld Kommunikation und Logistik (Konzernbereiche Logistik-Services, Kommunikations-Services und PostNetz) liegt die Gesamtzufriedenheit wie im Vorjahr bei 74 Punkten. Bei den Grosskunden ist diese mit 74 Punkten minimal gesunken (Vorjahr: 77 Punkte). Einer der Gründe sind die im Sommer 2023 kommunizierten Preisanpassungen ab 2024. Der Gesamtzufriedenheitswert der kleinen und mittleren Kunden stieg mit 73 Punkten leicht an (Vorjahr: 71 Punkte), während dieser bei der Privatkundschaft mit 73 Punkten unverändert blieb.

Im Geschäftsfeld Finanzdienstleistungen (Konzernbereich PostFinance) stieg die Gesamtzufriedenheit mit 79 Punkten leicht an (Vorjahr: 78 Punkte). Die Privatkundinnen und -kunden sind mit 81 Punkten (+2 Punkte zum Vorjahr) am zufriedensten, Grosskunden sind mit 79 Punkten (+1 Punkt zum Vorjahr) zufrieden, während die Gesamtzufriedenheit von kleinen und mittleren Kunden bei 75 Punkten liegt (–1 Punkt zum Vorjahr).

Im Geschäftsfeld Personenverkehr (Konzernbereich PostAuto) wird ausschliesslich die Gesamtzufriedenheit der Privatkundinnen und -kunden erhoben, die mit 78 Punkten auf hohem Niveau liegt (Vorjahr: 80 Punkte).

Umgang mit Kundenanfragen

Kundenanfragen werden umgehend bearbeitet und beantwortet.

Die Post setzt sich sehr ambitionierte Ziele im Umgang mit Kundenanfragen, denn die Performance des Contact Center Post hat unmittelbaren Einfluss auf die Zufriedenheit der Kundinnen und Kunden. So werden zum Beispiel 70 Prozent der telefonischen Anfragen im Contact Center Post umgehend beantwortet. Über die Performance des Contact Centers sowie die getroffenen Massnahmen zur Verbesserung von Produkten und Prozessen erhält die Konzernleitung quartalsweise einen Bericht. 2023 wurden z. B. das Kontaktformular und der Onlinedienst zum Nachsendeauftrag optimiert, und beschädigte Sendungen können neu online gemeldet werden.

1 GRI 3-3 Managementansatz zu Kundengesundheit und -sicherheit
2 GRI 416-1 Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit

Kundinnen und Kunden können der Post ihre Anliegen rund um die Uhr über diverse Kanäle mitteilen, z. B. über Social Media, WhatsApp, E-Mail, Telefon oder physisch in den Filialen. 2023 haben die Mitarbeitenden des Contact Centers 90 000 Telefonanrufe entgegengenommen und 23 000 schriftliche Anfragen via E-Mails und das Kontaktformular bearbeitet. Sie führten pro Monat 5000 Live-Chat- und 20 000 Chatbot-Sessions und reagierten 1500 Mal auf Posts in den sozialen Netzwerken.

Sicherheit der Kundinnen und Kunden

Trotz steigender Fahrgastzahlen bleibt die Anzahl der Unfälle stabil.

Für die Sicherheit im Personentransport sind bei PostAuto zwei Richtlinien in Kraft: eine für die Fahrzeugverantwortlichen und eine für das Fahrpersonal. Diese Vorgaben werden jährlich vom Bundesamt für Verkehr (BAV) im Rahmen eines umfassenden Audits überprüft.[3]

Passiert doch einmal ein Unfall, wird das Ereignis – ob klein oder gross – zentral in der Ereignisdatenbank der Post erfasst. Die Auswertung der Daten hilft PostAuto dabei, Häufungen oder Tendenzen zu erkennen und entsprechende präventive Massnahmen zu ergreifen. Zum Beispiel: das Fahrpersonal noch stärker für das vorausschauende Fahren sensibilisieren. Gibt es verletzten Personen, wird das Ereignis dem BAV gemeldet. Dieses veröffentlicht jährlich einen Bericht über die Ereignisse im öffentlichen Verkehr der Schweiz. Trotz steigender Fahrgastzahlen, immer mehr Postauto-Linien und grösserem Verkehrsaufkommen bleibt die Anzahl der Unfälle seit Jahren stabil.[4]

Genauso wichtig wie die Sicherheit der Fahrgäste ist jene der Mitarbeitenden (siehe Kapitel Gesundheit, Sicherheit und Wohlbefinden der Mitarbeitenden auf Seite 42).

Case Study: Sicherheit hat oberste Priorität

Mit internen Kampagnen, Weiterbildungskursen und Coachings schult PostAuto seine Fahrerinnen und Fahrer regelmässig zu sicherheitsrelevanten Themen. Auch die Fahrgäste werden sensibilisiert: Zum Beispiel mit der laufenden Kampagne «Clever unterwegs», die an den Doppelbildschirmen in den Fahrzeugen und auf den Social-Media-Kanälen ausgespielt wird. Es handelt sich hier um Tipps für die Fahrgäste für eine sichere und pünktliche Fahrt. Insbesondere wird gezeigt, wie wichtig es ist, sich während der Fahrt an Haltevorrichtungen festzuhalten, weil die meisten Unfälle mit Personenschaden Stürze infolge von Bremsungen sind.

3 GRI 416-1 Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit
4 GRI 416-2 Verstösse im Zusammenhang mit den Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf die Gesundheit und Sicherheit

Digitalisierung und Innovation

Digitale Produkte und Dienstleistungen

Sicher und einfach sowie kanal-, zeit- und ortsunabhängig kommunizieren.

Kundinnen und Kunden – ob Privatpersonen, Unternehmen oder Behörden – erwarten von der Post ein positives digitales Erlebnis durch einen sicheren und einfachen Zugang zu digitalen Informationen. Der im Jahr 2021 gegründete Konzernbereich Kommunikations-Services transferiert die Kernkompetenzen der Post (Transport von Informationen und sicherer Umgang mit sensiblen Daten) in die digitale Welt: mit einfachen und sicheren digitalen Dienstleistungen kanal-, zeit- und ortsunabhängig.

Die Post bietet Menschen mit geringen digitalen Kompetenzen in einem Pilotversuch niederschwellige Beratungen und Dienstleistungen an: Mitarbeitende am Schalter unterstützen Kundinnen und Kunden im täglichen Umgang mit ihrem Mobiltelefon, bei Fragen zu Apps und Webservices oder rund um Behördendienstleistungen. Der Versuch läuft seit Juli 2023 in den Filialen Wetzikon, Gossau (ZH) und Locarno.

Der digitale Briefkasten der Post für Kundinnen und Kunden

Die ePost-App, der digitale Briefkasten der Post, ermöglicht es Kundinnen und Kunden, ihre privaten administrativen Arbeiten digital zu erledigen. Neben dem digitalen Empfang der Briefpost können Rechnungen bezahlt oder Verträge digital signiert werden. Mit der ePost-Kommunikationsplattform bietet die Post Versendern wie Unternehmen, Behörden und dem Gesundheitswesen eine digitale Schnittstelle, um mit ihren Kundinnen und Kunden über den bevorzugten Kanal digital oder physisch zu kommunizieren und zu interagieren. 2023 erweiterte die Post ihre Kompetenzen mit dem Zukauf der beiden Unternehmen SpotMe und terreActive. SpotMe ist spezialisiert auf die sichere digitale Kommunikation zwischen Unternehmen und ihren Kundinnen und Kunden. terreActive bietet Lösungen für Cybersecurity. Weitere Informationen zu den digitalen Kommunikationslösungen der Post finden sich im Jahresbericht auf Seite 24.

Innovation und Zusammenarbeit

Mit Partnerschaften die Innovationsfähigkeit stärken.

Die digitale Transformation und die Automation fordern die Post, sich stetig neu zu erfinden und neue Geschäftsmodelle zu entwickeln. Zusammen mit ihren Mitarbeitenden, Startups und akademischen Partnern fördert und entwickelt die Post laufend neue Produkte und Dienstleistungen und treibt zukunftsorientierte Geschäftsmodelle gezielt voran. Damit vereinfacht sie ihren Kundinnen und Kunden den Alltag und entwickelt ihr eigenes Kerngeschäft weiter.

Die Post pflegt akademische Partnerschaften, zum Beispiel mit der Eidgenössischen Technischen Hochschule Zürich (ETHZ), der Universität Freiburg und der Eidgenössischen Technischen Hochschule Lausanne (EPFL). Gemeinsam mit der EPFL, der Stadt Sitten, dem Kanton Wallis und der Fachhochschule Westschweiz (HES-SO) hat die Post das Mobility Lab in Sitten aufgebaut. Es bietet eine Testumgebung für Innovationsprojekte im Mobilitätsbereich. So begleitet das Mobility Lab z. B. die Elektrifizierung der Stadtbusse Sitten, die ab 2024 geplant ist. Durch die Partnerschaften mit Startups und Hochschulen erhält die Post Zugriff auf externes Fachwissen, sichert sich den Zugang zu neuen Technologien und Märkten und kreiert dadurch neue Geschäftsmodelle und Einnahmequellen. Zudem werden die inhärenten Unsicherheiten bei Innovationsprozessen durch das Teilen von Risiken und Kosten mit externen Partnern reduziert. Partnerschaften beeinflussen auch die kulturelle Transformation der Post und fördern eine offene und agile Mentalität.

Neue Produkte und Dienstleistungen lässt die Post unter dem Label «early» bereits in einer frühen Phase von interessierten Kundinnen und Kunden testen. Das Feedback unterstützt eine an Markt- und Kundenbedürfnissen ausgerichtete Entwicklung. Daneben verbessert die Post die sozial- und umweltverträglichen sowie die ökonomischen Komponenten ihrer Produkte. Weitere Informationen dazu im Kapitel Umwelt- und sozialverträgliches Angebot auf Seite 36.

Erfolgreiche Zusammenarbeit mit Startups für die Gesundheit unserer Mitarbeitenden

Exoskelette sind auf dem Körper getragene Stützstrukturen. Sie stützen und entlasten den Muskelapparat oder liefern bei anstrengenden Bewegungen zusätzliche Kraft von aussen. Damit Mitarbeitende in der Logistik schwere Pakete rückenschonend heben können, testete die Post 2022 über einen Zeitraum von neun Monaten Exoskelette des ETH-Spinn-offs Auxivo und des niederländischen Startups Laevo. Die Mitarbeitenden bewerteten die Exoskelette beim Heben von schweren Lasten als hilfreiche Unterstützung. Insbesondere bei Mitarbeitenden mit medizinischen Beschwerden brachten die Exoskelette eine deutliche Erleichterung. Dank der positiven Testphase wurden die Zusammenarbeit mit den Startups ausgebaut.

Datenschutz, Cybersecurity und Digitalethik

Der Post ist es ein grosses Anliegen, aktiv über Resilienz, digitale Schwachstellen und Cyberkriminalität zu informieren. Damit trägt sie zu einer besseren Sensibilisierung von Gesellschaft, Wirtschaft und Politik für die Themen Digitalethik, Datenschutz und Cybersecurity bei. Die Datenautonomie ihrer Kundinnen und Kunden zu garantieren sowie die Fairness und den verantwortungsvollen und sicheren Umgang mit Daten zu verbessern, ist dabei das oberste Ziel der Post.

Durch die Digitalisierung haben sich die Anforderungen an die Verfügbarkeit der Netzwerke, IT-Systeme, Zugriffsberechtigungen und Daten erhöht. Gleichzeitig ergeben sich für die Post Chancen in Form neuer Geschäftsfelder und digitaler, kundenzentrierter Lösungen (siehe Kapitel Digitalisierung und Innovation auf Seite 33). Folglich investiert die Post für einfache, sichere und nachhaltige digitale Lösungen in bauliche Massnahmen, neue Technologien und in die Sensibilisierung und Schulung ihrer Mitarbeitenden.

Datenschutz

Auf das neue Datenschutzgesetz frühzeitig vorbereitet.

Die Post legt grossen Wert auf den Schutz ihrer Daten und Informationen und bearbeitet sie gesetzeskonform und verantwortungsbewusst. Sie betreibt dazu eine umfassende, konzernweite Datenschutzorganisation mit unterschiedlichen Rollen sowie ein Datenschutzmanagementsystem. Dieses definiert verbindliche Regeln im Umgang mit Daten, legt die für die Einhaltung notwendigen Prozesse fest und kontrolliert die Umsetzung der Massnahmen. 2023 hat die Post das neue Schweizer Datenschutzgesetz implementiert, das per 1. September 2023 in Kraft getreten ist. Viele Anforderungen des neuen Gesetzes hat die Post bereits vor der Einführung umgesetzt. Im Vorfeld des Inkrafttretens wurden Vorgaben, Verträge und interne Prozesse überprüft und gegebenenfalls angepasst.[5]

Die Post hat ihre Kundinnen und Kunden zum Umgang mit Daten transparent informiert. Dazu wurden neue Datenschutzerklärungen auf der Website zur Verfügung gestellt. In den ersten vier Monaten seit dem Inkrafttreten des neues Datenschutzgesetzes (bis Ende 2023) gingen bei der Post 64 Auskunftsgesuche nach Art. 25 DSG ein.

Alle Mitarbeitenden sind verpflichtet, das Datenschutzgesetz und das Postgeheimnis einzuhalten (siehe auch Kapitel Unternehmensethik, Integrität und Compliance auf Seite 18). Auf Grundlage des neuen Datenschutzgesetzes hat die Post 2023 für Mitarbeitende mit digitalem Arbeitsplatz ein obligatorisches E-Learning zum Datenschutz entwickelt und ausgerollt. Mitarbeitende ohne mobilen Arbeitsplatz, z. B. in der Zustellung, werden praxisnah und auf ihr Arbeitsgebiet bezogen geschult. Dank der eingeführten Sensibilisierungs- und Schutzmassnahmen, wie z. B. dem E-Learning zum Datenschutz, verzeichnete die Post 2023 keinen an die Datenschutzbehörde zu meldenden Vorfall.[6]

5 GRI 3-3 Managementansatz zu Schutz der Kundendaten
6 GRI 418-1 Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes von Kundendaten und den Verlust von Kundendaten

Digital Trust Label

Die digitale Dienstleistung «Meine Sendungen» wurde im August 2023 mit dem Digital Trust Label ausgezeichnet. Damit ist die Post eines der ersten Unternehmen, die für ihren Service «Meine Sendungen» in den Dimensionen Sicherheit, Datenschutz, Zuverlässigkeit und faire Interaktion von einer externen Stelle zertifiziert wurde. Das Digital Trust Label hat die Swiss Digital Initiative (SDI) entwickelt mit dem Ziel, die Vertrauenswürdigkeit digitaler Anwendungen zu fördern, indem sie prüft, ob bestimmte Kriterien und Standards erfüllt sind.
Mit dem Digital Trust Label für «Meine Sendungen» möchte sich die Post als vertrauenswürdige Partnerin positionieren und sich von den Mitbewerbern differenzieren.

Cybersecurity

Dank Bug-Bounty-Programm Schwachstellen schneller finden und beheben.

Die Post ist seit 2020 nach ISO 27001 zertifiziert. Sie arbeitet mit namhaften, geprüften Cloud-Providern zusammen und betreibt zwei eigene, georedundante Schweizer Rechenzentren, die nach Best Practices geschützt sind. Ein eigenes, trainiertes Security Operations Centre sorgt für lückenloses Monitoring. Dieses ist mit dem Grossstörungs- und Krisenmanagement der Unternehmung eng verbunden. Die Post wird durchschnittlich 100 Mal pro Monat gezielt attackiert. Dank erprobter Massnahmen konnte sie sich bisher erfolgreich gegen Attacken schützen. Eine aussergewöhnliche Attacke erfolgte im Juni 2023 durch eine Russland-nahe Gruppe von Hackerinnen und Hackern. Diese hatten zu Angriffen gegen bekannte Schweizer Behörden und Unternehmen aufgerufen. Die Attacke, die zeitgleich mit einer elektronischen Abstimmung lief, konnte erfolgreich abgewehrt werden. In diesem Fall hat sich der transparente und proaktive Dialog der Post mit ihren Kundinnen und Kunden besonders bewährt.

Der wichtigste Schutz für die Post sind ihre achtsamen und risikobewussten Mitarbeitenden. Durch Pflichtschulungen und Awareness-Kampagnen erhöht die Post das Bewusstsein für den Umgang mit möglichen Risiken, damit ihre Mitarbeitenden durch ihr Verhalten zur Gesamtsicherheit beitragen. Alle neuen Mitarbeitenden mit digitalem Arbeitsplatz absolvieren beim Stellenantritt die Cybersecurity-Schulung. Zu den über 100 Cybersecurity-Spezialistinnen und -Spezialisten der Post gehört auch eine grosse Gruppe von freiwilligen Security Champions, die sich über ihre angestammte Arbeit als Entwicklerinnen und Entwickler hinaus für die Cybersecurity der Post engagieren. Dank dieser engagierter Mitarbeitenden beginnen Cybersecurity-Überlegungen sehr früh im Produktentwicklungs-Zyklus.

Damit die Cybersecurity auch morgen gewährleistet werden kann, beobachtet die Post im Rahmen ihrer Information-Security-Strategie Zukunftstechnologien und rüstet sich rechtzeitig, um neue Entwicklungen positiv nutzen zu können.

Um die Sicherheit der digitalen Dienstleistungen und Produkte stetig auf dem höchsten Stand zu halten, führte die Post bereits 2019 schrittweise ein Bug-Bounty-Programm ein, das laufend weiterentwickelt wird. Über dieses Programm, eines der führenden im europäischen Raum, erlaubt die Post ethischen Hackerinnen und Hackern aus aller Welt, die Onlinedienste der Post umfassend zu testen. So kann die Post prüfen, wie sicher ihre digitalen Services sind und wie sie noch besser geschützt werden können. Im Sommer 2023 fand ein öffentlicher Intrusions-Test für das E-Voting-System der Post statt. 2650 Teilnehmende griffen das System 55 000 Mal an. Dabei gingen vier Meldungen ein, wovon eine als Schwachstelle mit tiefem Schweregrad bestätigt wurde. Die Post belohnte die Teilnehmenden an allen Bug-Bounty-Programmen 2023 mit insgesamt 230 000 Franken.

Digitalethik

Die Datenautonomie ihrer Kundinnen und Kunden sicherzustellen sowie die Fairness und den verantwortungsvollen Umgang mit Daten zu steigern, ist das oberste Ziel der Post.

Der ethische Umgang mit Daten hat für die Post hohe Priorität, weshalb sie in vielen Fällen über die gesetzlichen Minimalstandards hinausgeht. 2023 hat die Post die digitalethischen Grundprinzipien und Werte verabschiedet, mit dem Ziel, diese «by design» in die digitalen Dienstleistungen zu inte-

grieren. Das bedeutet, dass die Post bei Innovationen frühzeitig die Themen Datenschutz und Digitalethik inkludiert. Bei digitalethischen Überlegungen stehen die Bedürfnisse der Nutzerinnen und Nutzer der digitalen Lösungen im Fokus.

Mit dem Projekt «Swiss Digital Ethics Compass» die Digitalethik in der Gesellschaft und Wirtschaft stärken.

Die Post möchte die Schweizer Gesellschaft und Wirtschaft darin unterstützen, ein Bewusstsein für ethisches Verhalten in der digitalen Welt zu entwickeln und die Möglichkeiten der Letzteren für sich zu nutzen. In diesem Zusammenhang engagiert sich die Post zusammen mit der Universität Freiburg und der Hochschule Luzern im Projekt «Swiss Digital Ethics Compass», das von Innosuisse, der Schweizerischen Agentur für Innovationsförderung, unterstützt wird. Ziel dieser Zusammenarbeit: das Thema Digitalethik in Gesellschaft und Wirtschaft stärker verankern. Die Post engagiert sich auch als aktives Mitglied in verschiedenen Gremien und Communitys.[7]

Um wettbewerbsfähig zu bleiben, muss die Post sich stetig mit neuen technologischen Möglichkeiten auseinandersetzen (siehe Kapitel Digitalisierung und Innovation auf Seite 33). Sie forciert aktiv die Nutzung neuer Technologien, indem sie ihre Mitarbeitenden dazu befähigt und sie gleichzeitig für die Themen Digitalethik (und Datenschutz) sensibilisiert. Schulungen zum Thema Digitalethik sowie Werkzeuge wie die Toolbox Digitalethik und ein Leitfaden unterstützen Mitarbeitende dabei, frühzeitig an ethische Aspekte zu denken.

Case Study: Künstliche Intelligenz bei der Post vertrauenswürdig einführen und nutzen

Die Post sieht in der generativen künstlichen Intelligenz (KI) grosses Potenzial und vielfältige Chancen, sofern Rahmenbedingungen vorgegeben und eingehalten werden. Sie hat deshalb für die Mitarbeitenden fünf Prinzipien für den Umgang mit künstlicher Intelligenz definiert:

- Grundlagen der KI verstehen
- Verantwortung im Umgang mit vertrauenswürdigen und schützenswerten Informationen übernehmen
- Werte und Prinzipien einhalten (insbesondere digitalethische Grundprinzipien)
- KI-generierte Inhalte kritisch hinterfragen
- KI-generierte Inhalte kennzeichnen, um Transparenz sicherzustellen

Die Post beteiligt sich am Microsoft Early-Access-Programm zu Copilot, einer Assistenzfunktion mit künstlicher Intelligenz für die gängigen Microsoft 365-Anwendungen. Dadurch ist es möglich, den Einsatz der generativen, KI-gestützten Technologie sowohl unter dem Gesichtspunkt datenschutzrechtlichen, sicherheitstechnischen und ethischen Aspekten als auch der zu erwartenden Effizienzen zu evaluieren. Zudem können frühzeitig mögliche Auswirkungen auf Arbeitsaufgaben antizipiert und die Akzeptanz von KI im Unternehmen gesteigert werden. Um die Sicherheit zu gewährleisten und die Mitarbeitenden im Umgang mit Technologie zu schulen, begleiten Cybersecurity, Datenschutz, User Adoption und Digitalethik das Vorhaben eng.

Teilnehmende Mitarbeitende müssen einen sogenannten «Flugschein» absolvieren, der sie mit den fünf oben genannten Prinzipien auf die Nutzung von Copilot vorbereitet.

Umwelt- und sozialverträgliche Angebote

Die Nachfrage nach ökologischen und sozialverträglichen Angeboten wächst seitens Privat- wie auch Geschäftskundschaft. Die Post baut ihre Kompetenzen diesbezüglich laufend aus, stärkt die Integration der Nachhaltigkeit in der Angebotsentwicklung und trägt damit zur nachhaltigen Entwicklung der Schweiz bei.

Die Dienstleistungen der Post ermöglichen es, Produktlebenszyklen durch Sharing, Leasing, Wiederverwendung, Reparieren, Aufbereiten oder Recycling zu verlängern, was nicht nur ökologisch sinnvoll ist, sondern auch ökonomische Vorteile bietet. Sie bietet auch kreislauffähige Angebote an.

7 GRI 2-28 Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen

Entwicklung nachhaltiger Angebote

Die Angebote der Post sollen durch ihre sozial- und umweltverträglichen sowie ökonomischen Komponenten die Transformation der Schweiz zu einer nachhaltigen und kreislauffähigen Wirtschaft unterstützen.

Nachhaltigkeitsaspekte werden von Anfang an in die Angebotsentwicklung integriert.

Die Post hat 2023 einen Verantwortungskompass als Orientierungsinstrument für eine nachhaltige Angebotsentwicklung eingeführt. Er enthält zwölf Zieldimensionen, die auf der Wesentlichkeitsmatrix basieren und in die Kategorien Gesellschaft, Natur und Wirtschaft unterteilt sind. Er ermöglicht es, Nachhaltigkeitsaspekte von Anfang an in die Entwicklung neuer Angebote für Kundinnen und Kunden der Post zu integrieren. Der Verantwortungskompass zeigt unter anderem Konflikte zwischen den Kategorien auf, wodurch Entscheide bewusster gefällt werden können.

2023 wurden in drei Workshops Produktideen mit Hilfe des Verantwortungskompasses auf die zwölf Zieldimensionen hin getestet und weiterentwickelt. Daraus entstanden acht Ideen, die auf ihr Umsetzungspotenzial hin weiterverfolgt wurden. Zusätzlich hat die Post 2023 Schulungen für Verantwortliche der Produkt- und Geschäftsentwicklung eingeführt, um ihr Verständnis für ressourcenschonende und sozialverträgliche Angebote zu stärken.

Kreislauffähige Produkte und Dienstleistungen

Die Post etabliert sich in der Rückwärtslogistik und Rückführung von Wertstoffen.

Die Post ist sich ihrer Verantwortung bei der effizienten Nutzung von Produkten und der Rückgewinnung von Ressourcen bewusst. Sie entwickelt Gesamtlösungen für den Hin- und Rücktransport mit ihren Partnern laufend weiter und bietet nachhaltige Angebote von der Verpackung über Transport, Lager, Aufbereitung, Wiederverwendung bis zum möglichen Recycling an. Durch ihr Angebot ermöglicht sie ihren Geschäftskunden, nachhaltige Produkte und Dienstleistungen auf dem Markt zu platzieren. Gleichzeitig leistet sie dank optimierter Lager-, Logistik- und Rücknahmeprozesse einen Beitrag zur Reduktion von Treibhausgasemissionen im Scope 3 (siehe Kapitel Klima auf Seite 22).

Mit ihren postalischen und logistischen Dienstleistungen ist die Post ein Bindeglied für die kreislauffähige Wirtschaft. Beispielsweise bietet sie seit über zehn Jahren zusammen mit Nespresso den Service «Recycling at Home» schweizweit an. Dabei werden gebrauchte Nespresso-Kapseln, ohne zusätzliche Fahrtkilometer, zuhause abgeholt und in Recyclingzentren geliefert, wo sie in Kreisläufe zurückgeführt werden. Mit dieser Dienstleistung sammelt die Post jährlich rund 2700 Tonnen Aluminium und unterstützt ihre Geschäftskunden bei der Reduktion der anfallenden Treibhausgasemissionen entlang der Wertschöpfungskette (Scope 3).

2023 wurde in Zusammenarbeit mit Sodastream, dem weltweiten Marktführer von CO_2-Kohlensäure-Zylindern, ein einfacher und ökologischer Retourenprozess entwickelt. Die Zylinder werden direkt nach Hause geliefert. Gleichzeitig werden leere Zylinder am Domizil der Kundinnen und Kunden abgeholt, im Botenscanner erfasst und digital sowie physisch ins Warenhaus von Sodastream übermittelt, wo sie wieder befüllt und anschliessend retourniert werden. Dank der optimierten Logistik werden Transportwege eingespart und einzigartige Kundenerlebnisse geschaffen.

Dem stark ansteigenden Verbrauch von Verpackungsmaterial will die Post durch nachhaltige Verpackungslösungen entgegenwirken. Ein wichtiger Schritt in diese Richtung konnte mit der Integration von Kickbag in den Postkonzern gemacht werden. Kickbag stellt verschliessbare Taschen aus recyceltem PET oder Kunststoff her, die sich besonders durch ihr optimiertes Produktdesign und die hohen Rücklaufquoten auszeichnen. Die Produkte können mehr als 30-mal wiederverwendet werden.

Wertschöpfung

Mitarbeitende

Die Post bewegt die Schweiz: Rund 46 000 Mitarbeitende, tätig in über 100 Berufen, sind in allen Sprachregionen, in allen Kantonen und in 804 Schweizer Gemeinden für die Post im Einsatz. Als einer der grössten Ausbildungsbetriebe ermöglicht die Post jungen Menschen den Berufseinstieg mit Ausbildungs- und Praktikumsplätzen sowie Programmen für Hochschulabsolventinnen und -absolventen. Die Post bietet ein wertschätzendes Arbeitsumfeld sowie moderne und faire Anstellungsbedingungen. Sie setzt sich aktiv für Vielfalt und Inklusion in all ihren Formen ein: Bei der Post können sich alle entwickeln, unabhängig von Geschlecht, Sprache, Herkunft oder anderen persönlichen Merkmalen. Damit alle für die Anforderungen der Arbeitswelt von heute und morgen gerüstet sind, investiert die Post in die Aus- und Weiterbildung.

Unternehmenskultur und Responsible Leadership 39
Rekrutierung und Bindung der Mitarbeitenden 41
Gesundheit, Sicherheit und Wohlbefinden der Mitarbeitenden 42
Chancengleichheit, Diversität und Inklusion 44
Ausbildung und Entwicklung der Mitarbeitenden 46
Dialog mit Mitarbeitenden und Gewerkschaften 48

Unternehmenskultur und Responsible Leadership

Führungspersonen beeinflussen die Unternehmenskultur massgeblich. Leadership ist ein zentraler Hebel der Transformation.

Als Vorbereitung auf die Strategieperiode 2021–2024 hat die Post Anfang 2020 ihre Ist-Kultur hierarchie- und bereichsübergreifend evaluiert und eine konzernweite Ziel-Kultur definiert. Diese drückt sich in den drei Werten «kundenzentriert», «vertrauenswürdig» und «engagiert» aus:

- **Kundenzentriert – mit Herz, Mut und Verstand**
  Die Mitarbeitenden der Post eröffnen den Menschen und Unternehmen in der Schweiz neue Möglichkeiten durch innovative, zeitgemässe und relevante Leistungen. Sie gestalten Lösungen konsequent aus der Perspektive der Kundinnen und Kunden. Ihr Handeln ist geprägt durch Unternehmertum, Mut und Herzlichkeit. Sie ringen um die optimale Lösung.
- **Vertrauenswürdig – von und für Menschen**
  Die Mitarbeitenden der Post erfüllen die Erwartungen der Kundinnen und Kunden professionell und zuverlässig. Sie schaffen damit bleibende Erlebnisse. Die effiziente und partnerschaftliche Zusammenarbeit und der wertschätzende und respektvolle Umgang – intern wie extern – schaffen Raum für neue Möglichkeiten.
- **Engagiert – im Kleinen und Grossen**
  Die Mitarbeitenden der Post handeln verantwortungsvoll und vorausschauend für die Gesellschaft, die Unternehmen, die Umwelt und die Menschen. Sie machen es den Kundinnen und Kunden einfach. Das vernetzte und eigenverantwortliche Handeln ist das Fundament für die ganzheitliche Weiterentwicklung der Post.

Aufbauend auf den strategischen Zielen des Bundesrats und den vorliegenden drei Werten hat die Post mit der 2021 vom Verwaltungsrat verabschiedeten Personalpolitik den Rahmen für die Unternehmenskultur und das Responsible Leadership weiter konkretisiert.

Kultur und Führung

Kundenzentrierung stärken und Unternehmertum fördern

Die Weiterentwicklung von Unternehmenskultur und Responsible Leadership ist keine einmalige Investition. Vielmehr erfordert sie ein stringentes Vorgehen über mehrere Jahre und betrifft den ganzen Konzern über alle Stufen hinweg – vom Verwaltungsrat über die Konzern- und Geschäftsleitungen bis zu den Mitarbeitenden im operativen Bereich.

Die angestrebte Ziel-Kultur fokussiert auf die Stärkung der Kundenzentrierung und das Unternehmertum und fördert das eigenverantwortliche Handeln aller Mitarbeitenden. Dazu braucht es Führungspersonen, die diese Ziel-Kultur entwickeln und verankern.

2020 wurde das neue Führungsverständnis mit den drei Rollen Unternehmerin/Unternehmer, Coach und Vernetzerin/Vernetzer inklusive weiterer Instrumente (z. B. Kernkompetenzen, Form der Mitarbeitendengespräche) definiert. Mithilfe dieser Rollen werden seit 2021 die relevanten Aspekte der Unternehmenskultur im Alltag der Führungspersonen und Mitarbeitenden verankert.

Für die Verankerung nutzt die Post verschiedene konzernübergreifende Massnahmen wie z. B. Investitionen in die Führungsausbildung, Vernetzung im Rahmen von Communitys zu den Themen Kultur und Führung sowie vielfältige Gefässe zur Thematisierung von kulturprägenden Aspekten. Ergänzt werden diese Massnahmen durch bereichsbezogene Aktivitäten, die die jeweiligen Zielgruppen in ihrer spezifischen Transformation unterstützen.

Die wichtigen Aspekte der Kultur- und Führungsentwicklung werden laufend über diverse Kommunikationskanäle (z. B. Konzern-/Bereichsnews, Broschüren) und Netzwerke (z. B. Culture Community, Leadership Community) sowie Kaderanlässe, Schulungsangebote und Teamworkshops konzernübergreifend bzw. im Rahmen der bereichsspezifischen Transformationen thematisiert.

Unter dem Namen «En viadi» fördert ein speziell auf die Transformation ausgerichtetes Leadership-Programm die Führung und Kultur.

2023 können drei wesentliche Aktivitäten zur Kultur- und Führungsentwicklung hervorgehoben werden:

- Das konzernweite Führungsprogramm «En viadi»: Das Programm sorgt hierarchie- und bereichsübergreifend für die Auseinandersetzung mit der Unternehmenskultur und dem eigenen Führungsverständnis (siehe Box «En viadi». Zusätzlich finden in den Konzernbereichen ergänzende Aktivitäten statt, um das Thema Responsible Leadership bei der Post zu stärken. Der Konzernbereich Logistik-Services hat 2022 das mehrjährige Programm «Andiamo!» gestartet, das ebenfalls einen besonderen Fokus auf die Entwicklung von Führungspersonen und Mitarbeitenden legt. Für die Teamleitenden im Konzernbereich PostNetz wurde eine Lernreise zum Thema Coaching entwickelt, die 2024 aufbauend auf «En viadi» startet und das Wissen vertieft.
- Das konzernweite Vorgabenportal «Smart Governance»: Damit hat die Post konzernübergreifende Vorgaben vereinfacht und über eine neue Plattform besser zugänglich gemacht. Ziel der Vereinfachung: die Zahl der detaillierten Regelungen deutlich zu reduzieren und durch einfache Prinzipien abzulösen. Diese erhöhen den Handlungsspielraum der Mitarbeitenden und stärken ihre Eigenverantwortung.
- Die konzernweite Weiterentwicklung der Kultur: Engagierte Mitarbeitende haben seit Beginn der aktuellen Strategiephase im ganzen Konzern gewirkt. 2023 haben sie in der konzernübergreifenden Culture Community z. B. am Thema Eigenverantwortung gearbeitet. Bis zu 40 Culture Coaches haben die Weiterentwicklung der Kultur unterstützt.

Fortschrittsmessung

Fortschritte der Kulturentwicklung und des Führungsverhaltens wurden bisher zweimal, im 18-Monate-Rhythmus, mit einer spezifischen Befragung und ergänzenden Workshops sowie jährlich im Rahmen der Personalumfrage konzernweit gemessen.

«Meine direkte Führung» erhält mit 83 von 100 Punkten den besten Wert in der Personalumfrage.

In der Personalumfrage werden zum Thema zwei Kennzahlen erhoben: «Meine direkte Führung» und «Unternehmenskultur». Der Index «Meine direkte Führung» weist 2023 mit 83 von 100 Punkten wie auch im Vorjahr von allen Themenfeldern in der Personalumfrage den höchsten Wert auf. Der Index «Unsere Unternehmenskultur» bleibt mit 77 von 100 Punkten auf einem guten Wert stabil. Die Onlinebefragung zur Kulturentwicklung zeigt, dass die Mitarbeitenden den Fortschritt in den Fokusthemen insgesamt positiv bewerten. Am stärksten wird eine positive Veränderung bei den Themen «Kundenzentrierung» und «Führung der Transformation» erkannt. Im Handlungsfeld «Flexibilität und Geschwindigkeit» wird der Fortschritt als geringer wahrgenommen.

En viadi: das konzernweite Programm für die Entwicklung von Führungspersonen

Das Programm «En viadi» thematisiert das neue Führungsverständnis der Post und unterstützt die Führungspersonen dabei, es in ihrem Alltag zu leben. Es unterstützt auch die Vernetzung der Führungspersonen in ihrem eigenen Bereich und hierarchieübergreifend. Zwischen August 2021 und Frühling 2023 haben sich in dem mehrtägigen Transformationsprogramm rund 700 Führungspersonen aus den oberen Führungsebenen mit den Herausforderungen ihrer Führungsrolle während der Transformation zur Post von morgen auseinandergesetzt. Seit Frühling 2023 durchlaufen 1200 Teamleitende ein adaptiertes Programm von «En viadi». Auch sie werden damit bei der Weiterentwicklung ihres Führungsverständnisses unterstützt.

Rekrutierung und Bindung der Mitarbeitenden

Der Fachkräftemangel und der damit einhergehende «War for Talents» sind bei der Post nicht nur bei besonders gefragten Fachkräften wie z. B. im Bereich der IT und Digitalisierung, sondern zunehmend auch bei Fachkräften im Brief- und Paketgeschäft spürbar. Der rasante technologische Wandel ist zusätzlich herausfordernd, weil die in Zukunft benötigten Kompetenzen beschränkt vorhersehbar sind. Die Post begegnet diesen Herausforderungen mit einem fairen, transparenten und qualitativ hochstehenden Rekrutierungsprozess. Und sie fördert und bindet junge Talente mit attraktiven Hochschuleinstiegsprogrammen sowie vielseitigen Weiterbeschäftigungsangeboten nach der Berufsausbildung.

Die Themenbereiche Rekrutierung und Bindung von Mitarbeitenden sind in den drei bestehenden Stossrichtungen der HR-Strategie fest verankert:

- Organisation und Führung gestalten
- Verfügbarkeit der erforderlichen Mitarbeitenden sichern
- Soziale und gesellschaftliche Verantwortung übernehmen

Rekrutierung

Die Post erhielt erneut eine Auszeichnung von Best Recruiters.

Der technologische Wandel bringt nicht nur Herausforderungen betreffend Planbarkeit benötigter Kompetenzen und Stellenprofile für die Post mit sich – Bewerbende fordern auch mehr Flexibilität ein (etwa bezüglich Arbeitsort, -pensum oder -zeiten). Während des gesamten Rekrutierungsprozesses fokussiert die Post auf die Verbesserung des Erlebnisses von Bewerbenden (Candidate Experience) sowie den Einsatz neuer Rekrutierungskanäle, wie z. B. WhatsApp. Für ihren innovativen Rekrutierungsprozess und die gute Candidate Experience hat die Post 2023 zum achten Mal in Folge von Best Recruiters eine Auszeichnung in der Branche Dienstleistungen erhalten. Dies bestätigen auch die guten Resultate der intern durchgeführten Studie zur Candidate Experience.

Zur Steigerung der Effizienz im Rekrutierungsprozess hat die Post 2023 eine CV-Parsing-Software eingeführt. Die Software unterstützt die rekrutierenden Mitarbeitenden, indem sie Lebensläufe mit den gesuchten fachlichen Kompetenzen und Fähigkeiten abgleicht.

Mit dem internen Empfehlungsprogramm «People4Post» können Mitarbeitende offene Stellen über Netzwerke teilen. 2023 wurden 36 527 Mal Stellenausschreibungen geteilt, und 2435 Bewerbungen sind darauf zurückzuführen. Führt eine Empfehlung zu einer Anstellung, erhalten die Mitarbeitenden eine Prämie.

Um Talente direkt nach ihrer Ausbildung zu gewinnen, pflegt die Post intensiven Kontakt mit Fachhochschulen und Universitäten in der ganzen Schweiz. Sie bietet attraktive Trainee-Programme, Hochschulpraktika und spezifische Einstiegsprogramme an. 2023 starteten rund 30 Absolventinnen und Absolventen bei der Post. Zusätzlich spricht sie Schüler und Schülerinnen mit spezifischen Kampagnen an, um potenzielle Lernende für den Berufseinstieg zu begeistern.

Die Post bearbeitete 2023 61 829 Bewerbungen (Vorjahr: 61 861 Bewerbungen) für 2740 Stellen (Vorjahr: 3300 Stellen). Das sind so gut wie gleich viele bearbeitete Bewerbungen für 560 weniger ausgeschriebene Stellen als 2022. Im Durchschnitt erhielt die Post pro ausgeschriebene Stelle 23 Bewerbungen. Die gesuchten Profile gehören zu über 100 Berufen. Die offenen Stellen sind über die ganze Schweiz verteilt, für einzelne Stellen befindet sich der Arbeitsort im Ausland (siehe Kapitel Kennzahlen ab Seite 57).[1]

Mit der Initiative «Andiamo!» hat der Konzernbereich Logistik-Services einen Baukasten mit Hilfsmitteln und Herangehensweisen entwickelt, der Führungspersonen bei der Gewinnung von Mitarbeitenden mit Logistikkompetenz und Branchen-Know-how sowie bei deren fachlicher Einarbeitung und persönlicher Entwicklung unterstützt. Die Potenzialförderung fokussiert insbesondere auf Funktionen mit Fachkräftemangel (z. B. Teamleitende Zustellung) und auf die Weiterentwicklung bestimmter Mitarbeitergruppen (z. B. Lehrabgängerinnen und Lehrabgänger).

1 GRI 3-3 Managementansatz zu Beschäftigung

Bindung der Mitarbeitenden

Mit temporären internen Stellenwechseln neue Kompetenzen aufbauen.

Mit internen Stages und temporären Stellenwechseln bietet die Post ihren Mitarbeitenden die Möglichkeit, ihre Kompetenzen in neuen Aufgabengebieten zu erweitern und in bisher fremde Themen einzutauchen. Dies fördert die interne Mobilität und steigert längerfristig die Bindung an das Unternehmen. Ein Indikator für die erfolgreiche Bindung von Mitarbeitenden ist die Anzahl Stellen, die intern nachbesetzt werden können.

Die Bindung von Mitarbeitenden fördert die Post unter anderem durch die Übernahme von Trainees und Praktikant:innen aus Einstiegsprogrammen. 2023 haben 63 Prozent aller Absolventinnen und Absolventen einen Vertrag für eine Festanstellung unterschrieben.

PostNetz entwickelt mit dem Programm «Lernreise Youngsters PN» junge Talente weiter mit dem Ziel, ihnen berufliche Perspektiven aufzuzeigen. Im Rahmen des Programms können Teilnehmende während sechs Monaten durch einen internen Stellenwechsel eine neue Rolle einnehmen, neue Erfahrungen sammeln und ihre Kompetenzen erweitern. 2023 hat die Post zwei Staffeln durchgeführt.

Der Konzernbereich Informatik/Technologie (I/T) positioniert sich als innovativer und attraktiver Arbeitgeber, indem er 2023 das Pilotprojekt «Workation» startete. Dieses ermöglicht den Mitarbeitenden Arbeit (work) und Ferien (vacation) während maximal zehn Tagen innerhalb der EU und EFTA zu kombinieren.

Gesundheit, Sicherheit und Wohlbefinden der Mitarbeitenden

Das Gesundheitsmanagement der Post fördert die Gesundheit der Mitarbeitenden, indem es präventive Angebote zur Verfügung stellt und zu einer gesundheitsfördernden psychischen und physischen Arbeitskultur beiträgt. Aufbauend auf der Strategie und Personalpolitik der Post wurden zu Beginn der Strategieperiode 2021–2024 Massnahmen in den Handlungsfeldern Inklusion und Reintegration, Gesunde Führung und Leistungsfähigkeit definiert. Nun arbeitet die Post daran, internen Entscheidungsträgerinnen und -trägern die relevanten Kennzahlen aus dem Bereich Gesundheit, Sicherheit und Wohlbefinden noch einfacher zugänglich zu machen.[2]

Gesundheit und Sicherheit

Erste Priorität für Mitarbeitende haben Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz.

Absenzkosten infolge von Krankheiten, Unfällen oder Konflikten bei der Arbeit haben in den letzten Jahren – wie auch bei vielen anderen Arbeitgebern schweizweit – zugenommen. Die Post investiert zur Vermeidung von Leid und den damit verbundenen Kosten in die Prävention von Unfällen und in den physischen wie psychischen Gesundheitsschutz. Das Ziel ist es, dass alle Mitarbeitenden gesund von der Arbeit nach Hause kommen. Dazu sollen sie die Risiken kennen, die Regeln verstehen und sie anwenden, mitdenken und mitmachen.

Um die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz zu fördern, hat die Post eine postweite Sicherheitsorganisation mit Fachspezialisten. Sie nutzt zudem eine durch die Eidgenössische Kommission für Arbeitssicherheit (EKAS) zuletzt 2021 zertifizierte integrale Betriebsgruppenlösung.[3, 4]

Durch regelmässige Analysen der Risiken und Ereignisentwicklungen können Trends und Muster identifiziert und geeignete Verbesserungsmassnahmen abgeleitet werden.[5] Ein Schwerpunkt ist die Stärkung der Sicherheitskultur: Verbesserung der Risikowahrnehmung, das Melden von Abweichungen und das Lernen daraus. Unfälle und Erkenntnisse werden den Mitarbeitenden zugänglich gemacht. 2023 hat die Post die konzernweite Kampagne «Mit Sicherheit mehr vom Leben» zu Sicherheits- und Gesundheitsaspekten im Arbeitsumfeld lanciert. Über digitale und phy-

2 GRI 3-3 Managementansatz zu Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz
3 GRI 403-1 Managementsystem für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz
4 GRI 403-8 Mitarbeiter, die von einem Managementsystem für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz abgedeckt sind
5 GRI 403-2 Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen

sische Kommunikationskanäle sowie anhand von Bildern zu riskanten Situationen im Büro und Betrieb wird bei Mitarbeitenden und Führungspersonen das Bewusstsein für das Thema gefördert.[6, 7]

Um die sozialen und technischen Elemente der digitalen Transformation bei der Post aufeinander abzustimmen, wurde 2023 das interdisziplinäre Netzwerk Digiwork gegründet. Dieses besteht aus Fachexpertinnen und Fachexperten aus den Bereichen Sicherheit, Gesundheit, Personal und IT. Das Netzwerk Digiwork bietet Analysen und Empfehlungen zur nachhaltigen Gestaltung des Zusammenspiels zwischen Mensch, Technik und Organisation in digitalen Projekten.

Wohlbefinden

Mit StayFit wird Mitarbeitenden eine Anlaufstelle bei psychosozialen Fragen und Konflikten geboten.

Ein wertschätzender Führungsstil wirkt präventiv und kann Absenzen verhindern. 2022 und 2023 sensibilisierte die Post deshalb Führungspersonen und befähigte sie zu einem gesunden Führungsstil. Die Post hält alle neuen Führungspersonen an, am Grundausbildungs-Modul «Gesunde Führung» teilzunehmen, und bietet Auffrischungsschulungen zum Thema an. Dank den regelmässigen Ausbildungen wurden 2023 über 3500 Führungspersonen zum Thema gesunde Führung befähigt.

Die interne Sozialberatung unterstützt Mitarbeitende oder Teams in schwierigen privaten und beruflichen Situationen und entlastet Führungspersonen und HR-Beratende in komplexen Konflikt- und Krisensituationen.[8] 2023 hat die Sozialberatung 2466 Individualberatungen und 133 kollektive Beratungen (Audits, Workshops) durchgeführt.[9] Seit April 2023 bietet die Post mit der Onlineplattform StayFit eine anonyme Chatberatung an. Diese niederschwellige Anlaufstelle unterstützt Mitarbeitende bei psychosozialen Fragen oder Konflikten. Informationen und Fachpersonen sind einfach und rasch zugänglich und unterstützen proaktiv und umfassend. Das Angebot nutzt insbesondere die Generation Z. Die Onlineplattform StayFit, die die Post in Zusammenarbeit mit dem Anbieter Evermood betreibt, steht seit März 2023 auf Deutsch zur Verfügung. Sie wurde im Oktober 2023 mit dem «Coups de Coeur», einem Preis für die besten Initiativen im Bereich Corporate Social Responsibility, von PostEurop ausgezeichnet. Aufgrund der erfolgreichen Einführung wird die Plattform 2024 allen Mitarbeitenden zusätzlich in französischer und italienischer Sprache zur Verfügung gestellt.[10]

Um Mitarbeitende in akuten Krisensituationen (psychische Notlagen, akute Probleme am Arbeitsplatz, Unfälle oder Todesfälle) zu unterstützen, gibt es ein Krisentelefon. 2023 haben sich 113 Mitarbeitende gemeldet und konnten von Fachleuten in akuten Krisensituationen unterstützt werden.

Die Stiftung Personalfonds Post unterstützt Mitarbeitende und Pensionierte in sozialen Notlagen mit Budgetberatungskursen, Unterstützungsbeiträgen oder Darlehen. Der Fonds beteiligt sich finanziell an Reka-Ferien in der Schweiz. Davon profitieren insbesondere Mitarbeitende in bescheidenen Verhältnissen mit Familienpflichten. 2023 unterstützte der Personalfonds 378 Personen mit À-fonds-perdu-Beiträgen in der Höhe von 1 112 241 Franken und gewährte 84 Personen Darlehen in der Gesamthöhe von 639 254 Franken.

So gelingt Reintegration nach einem Berufsunfall

Die Post begleitet in der HR-Beratung und mit dem internen Case Management erkrankte oder verunfallte Mitarbeitende zurück in den Arbeitsprozess. Dazu gehören die Koordination mit externen Partnern (Versicherungen, IV-Stellen, Ärztinnen und Ärzten) und die Reintegration in den Arbeitsalltag. Ist eine Rückkehr in die bisherige Position nicht möglich, wird auch die Anpassung des Aufgabengebiets geprüft. Ein Beispiel: 2020 brach ein Paketzusteller bei seiner Arbeit mit akutem Herzversagen zusammen. Nach einem dreimonatigen Reha-Aufenthalt war er für weitere drei Monate krankgeschrieben. Mit Unterstützung seiner Führungsperson, seines Teams und Fachpersonen für berufliche Wiedereingliederung kehrte er Schritt für Schritt ins Berufsleben zurück. Begonnen hat er mit einem kleinen Arbeitspensum von 25 Prozent im Innendienst. Heute arbeitet er zu 60 Prozent in seiner gewohnten Tätigkeit als Paketzusteller. Dabei profitiert er vom Inklusionsmodell der Post und darf für die Ausübung seiner Aufgaben etwas mehr Zeit brauchen. Die SUVA hat diese erfolgreiche Reintegration gewürdigt.

6 GRI 403-7 Vermeidung und Abmilderung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf die Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz
7 GRI 403-3 Arbeitsmedizinische Dienste
8 GRI 403-6 Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter
9 GRI 403-4 Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz
10 GRI 403-5 Mitarbeiterschulungen zu Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz

Chancengleichheit, Diversität und Inklusion

Gelebte Chancengleichheit, Vielfalt und Inklusion bringen gesellschaftliche und wirtschaftliche Vorteile, davon ist die Post überzeugt. Die Vielfalt der schweizerischen Bevölkerung spiegelt sich in der Zusammensetzung der Mitarbeitenden der Post wider. Dank einer inklusiven Unternehmenskultur können Menschen unterschiedlicher Herkunft, Sprache, Geschlecht oder Fähigkeiten ihr Potenzial vollständig entfalten. Weiter führt sie zu besseren Innovations- und Problemlösungsfähigkeiten, verbessert die Gewinnung und Bindung von Talenten, steigert das Engagement der Mitarbeitenden und führt zu einer höheren Dienstleistungs- und Produktqualität.

Die Post betrachtet Chancengleichheit, Diversität und Inklusion ganzheitlich und fördert die Verankerung über alle Stufen der Organisation hinweg.[11] 2021 hat die Post die drei konzernübergreifende Schwerpunkte Gender plus, Sprache und Beeinträchtigung definiert. Eine dezidierte Arbeitsgruppe aus Konzernleitungsmitgliedern agiert als Bindeglied zwischen den Mitarbeitenden und der gesamten Konzernleitung, dem Verwaltungsrat und dem Bund.

Frauen in Kaderfunktionen

Mit Top- und Jobsharing Chancengleichheit fördern.

Insbesondere im technischen Umfeld der Logistikbranche ist die Suche nach geeigneten Kandidatinnen aufgrund des höheren Männeranteils in diesem Berufsfeld eine Herausforderung. Die Post hat sich das Ziel gesetzt, durch gezielte Massnahmen, wie z. B. die Möglichkeit, in allen Kaderstellen in einem Pensum von 80 bis 100 Prozent oder im Topsharing/Jobsharing zu arbeiten, Lohntransparenz, gezielte Entwicklungsprogramme für weibliche Talente, Beachtung eines ausgewogenen Genderverhältnisses im Rekrutierungsprozess sowie Ausschreibung von Kaderfunktionen als Co-Leitung, den Frauenanteil im Kader und in den Führungsfunktionen zu fördern. 14,6 Prozent der Mitarbeitenden in Kaderfunktionen arbeiten Teilzeit und 93 Co-Leitungen führen Teams.[12] Um die Erkenntnisse aus den Massnahmen mit anderen Wirtschaftsakteuren zu teilen und das Thema Frauenförderung in der Schweizer Wirtschaft zu stärken, ist die Post Mitglied externer Netzwerke.[13]

Zur Sicherstellung der Lohngleichheit zwischen Frauen und Männern und einer transparenten Lohnpolitik finden jährliche Lohngleichheitsmessungen auf Basis der Lohndaten statt. Die Post ist in allen Unternehmensbereichen unterhalb des vom Bund vorgeschriebenen Toleranzwertes von 5 Prozent. Um die unerklärbare Lohndifferenz möglichst zu beseitigen, setzt die Post zum Beispiel auf die interne Meldestelle PostCourage und auf eine klare, transparente Lohnsystematik.[14]

Sprachenvielfalt

Die Sprachenvielfalt wird mit individuellen Sprachangeboten wie Sprachtandems und Sprachtischen, Kommunikation in allen Landessprachen und der gezielten Rekrutierung von Französisch und Italienisch sprechenden Kadermitarbeitenden gefördert. 2023 hat die Post am Hauptsitz in Bern Netzwerkanlässe für Französisch und Italienisch sprechende Personen durchgeführt. Ziel war es, die kulturelle Integration der sprachlichen Minderheiten zu erleichtern.

MOSAICO: Das interne Netzwerk für kulturelle und sprachliche Vielfalt

Die Post fördert verschiedene selbstorganisierte Netzwerke. Das interne Netzwerk MOSAICO schafft z. B. das Bewusstsein für die kulturelle und sprachliche Vielfalt der Post. Es bietet Mitarbeitenden über Regionen und Sprachgrenzen hinweg eine informelle Plattform, um sich in allen Bereichen zu vernetzen. Das Netzwerk fördert und stärkt die Integration und Entwicklung von Minderheiten bei der Post, unter anderem mit Sprachtischen, Netzwerkanlässen und Blogbeiträgen. Sprachtandems bieten die Möglichkeit, den Austausch über die Sprach- und Kulturgrenzen hinaus zu pflegen. Seit drei Jahren steht das Tool E-Tandem allen Mitarbeitenden zur Verfügung, das MOSAICO zusammen mit dem Forum du bilinguisme entwickelt hat. Das Prinzip: Zwei Menschen mit unterschiedlichen Muttersprachen bilden ein Tandem und bringen sich gegenseitig ihre Sprache bei.

11 GRI 3-3 Managementansatz zu Diversität und Chancengleichheit
12 GRI 405-1 Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten
13 GRI 2-28 Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen
14 GRI 405-2 Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zum Grundgehalt und zur Vergütung von Männern

Menschen mit Beeinträchtigung

Die Post nimmt seit 2020 und bis Ende 2024 am Forschungsprojekt «Inclusion Champions Switzerland» der Universität St. Gallen und des Eidgenössischen Büros für die Gleichstellung von Menschen mit Behinderung (EBGB) teil. Das Ziel des Forschungsprojekts: die Chancengleichheit für Menschen mit Behinderung in Unternehmen zu verbessern. Dabei werden bislang untererforschte Bereiche wie z. B. Weiterbildung und Beförderung untersucht, um wichtige Erkenntnisse über eine erfolgreiche Inklusion von Menschen mit Beeinträchtigung zu gewinnen. Die bisherigen Ergebnisse zeigen, dass sich das Arbeitsklima bei der Post in Bezug auf die Inklusivität zwar generell auf einem erfreulichen Niveau befindet, dass sich aber insbesondere Mitarbeitende mit psychischen Beeinträchtigungen weniger gut inkludiert fühlen. Inklusionsfördernde Massnahmen werden laufend ausgeweitet.

Pilotbetrieb bei PostNetz zur Inklusion von Menschen mit Beeinträchtigung

Der Geschäftsbereich PostNetz startete 2022 einen Pilotbetrieb zur Inklusion von Menschen mit Beeinträchtigung. Berufstätige aus dem ergänzenden Arbeitsmarkt bekamen die Möglichkeit zur Teilhabe am regulären Arbeitsmarkt. Um die involvierten Teams in der Gestaltung eines inklusiven Arbeitsklimas zu unterstützen, entwickelte die Post in Kooperation mit der Universität St.Gallen praktische Anwendungsbeispiele. Aufgrund des erfolgreichen Pilotbetriebs wird diese Inklusionsmöglichkeit seit 2023 schweizweit angeboten.

Dieses Inklusionsangebot bei PostNetz vervollständigt als dritte Säule das Modell der Post zur Integration und Inklusion von Menschen mit Beeinträchtigung. Die erste Säule fokussiert auf die Reintegration von bestehenden Mitarbeitenden mit temporären oder bleibenden Beeinträchtigungen, die zweite Säule auf die Inklusion von Berufstätigen, die sich von extern bewerben und allenfalls dank Hilfsmitteln (z. B. Bildschirmleser bei Sehbeeinträchtigungen) die gleichen Chancen wie alle anderen Bewerbenden für eine Anstellung bei der Post haben.

Diskriminierungsfreiheit

Die Post engagiert sich besonders für den Abbau struktureller und organisatorischer Hindernisse und die Schaffung eines inklusiven Arbeitsklimas. Um strukturelle Hindernisse und Vorurteile abzubauen, toleriert die Post keinerlei Form der Diskriminierung. Die Diskriminierungsfreiheit ist in der Personalpolitik festgeschrieben und somit für alle Mitarbeitenden verpflichtend.[15] Führungspersonen werden in Schulungen sensibilisiert. 2023 wurden erstmals auch Berufsbildnerinnen und Berufsbildner sowie die Lernenden im zweiten Lehrjahr zum Thema «Respektvolles Miteinander» geschult. Mit dieser Massnahme fokussiert die Post auf die besonders vulnerable Zielgruppe der jüngsten Mitarbeitenden (siehe auch Kapitel Gesundheit, Sicherheit und Wohlbefinden der Mitarbeitenden auf Seite 42).[16]

Zu den Themen Sucht, Mobbing, sexuelle Belästigung und Diskriminierung führt Gesundheit und Soziales regelmässig zielgruppenspezifische Schulungen (Führungspersonen, Mitarbeitende, Lernende usw.) und Sensibilisierungsmassnahmen durch. Mitarbeitende können alle zwei Jahre in der Personalumfrage angeben, ob sie Diskriminierung erleben, sich belästigt oder gemobbt fühlen. Dies hilft, gezielt Präventionsmassnahmen zu entwickeln.

Alle Mitarbeitenden haben Zugang zur Meldestelle PostCourage. Falls Fehlverhalten an der Arbeitsstelle beobachtet oder vermutet wird, kann dies hier anonym und vertraulich gemeldet werden. Die Meldestelle wird künftig auch Mitarbeitenden im Ausland zugänglich gemacht. Weitere Informationen zu PostCourage finden sich im Abschnitt Unternehmensethik, Integrität und Compliance Seite 18.

15 GRI 3-3 Managementansatz zu Nicht-Diskriminierung
16 GRI 406-1 Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemassnahmen

Ausbildung und Entwicklung der Mitarbeitenden

Die Zukunfts- und Wettbewerbsfähigkeit der Post hängt eng mit der Entwicklung ihrer Mitarbeitenden zusammen. Die über 100 verschiedenen Berufsbilder gilt es weiterzuentwickeln und auf die Arbeitswelt der Zukunft vorzubereiten. Mit gezielter Entwicklung ihrer Mitarbeitenden investiert die Post in die Sicherstellung des zukünftigen Ressourcen- und Kompetenzbedarfs und unterstützt damit die Umsetzung der Strategie «Post von morgen».[17] Dank den Entwicklungsmassnahmen und der Berufsbildung bildet die Post nicht nur Mitarbeitende für den eigenen Bedarf aus, sondern leistet auch einen Beitrag für den Schweizer Arbeitsmarkt.

Ausbildung der Lernenden

Jährlich starten rund 750 Jugendliche ihre Berufslehre bei der Post. Mit 19 Berufsgruppen bietet sie in den unterschiedlichsten Tätigkeitsbereichen Einstiegsmöglichkeiten. 2023 bildete die Post rund 1800 Lernende aus. 97 Prozent aller Lernenden bestanden im Jahr 2023 die Abschlussprüfung. Über 60 Prozent der Fachkräfte setzen ihre Berufskarriere bei der Post fort. Neben dem Wegfall der Kosten für externe Einstellungen wirkt dies in spezifischen Funktionen dem Arbeitskräftemangel bei der Post entgegen.

Im Hinblick auf die digitale Transformation hat die Post bei der Entwicklung des neuen Berufs «Entwickler:in digitales Business» mitgewirkt. In diesem Beruf lernen junge Talente, Geschäftsprozesse und Daten zu analysieren, um digitale Lösungen zu erarbeiten. Die Abteilung Berufsbildung Post war Mitinitiantin dieses innovativen Berufsbildes. Sie war auch massgeblich an der Erarbeitung der erforderlichen Kompetenzen und der Ausarbeitung von Konzepten und Unterlagen beteiligt. ICT-Berufsbildung Schweiz ist die Trägerin des neuen Berufs, weitere externe Partner waren Berufsfachschulen, Kantone und andere Unternehmen. Die Post bietet als eines der ersten Unternehmen in der Schweiz diese neue Berufsausbildung an. 2023 haben die ersten zwölf Lernenden die Lehre als Entwickler oder Entwicklerin digitales Business bei der Post begonnen.[18]

Digitale Kompetenzen

Mitarbeitende im Umgang mit digitalen Technologien befähigen

Die Post ist überzeugt, dass neue Technologien wie z. B. künstliche Intelligenz (KI), Robotic Process Automation oder Process Mining künftig weiter an Bedeutung gewinnen werden. Deshalb hat sie in den letzten Jahren viel in den Aufbau digitaler Kompetenzen investiert und ihre Mitarbeitenden entsprechend geschult.

Ein zentrales Programm für die Steigerung der digitalen Fähigkeiten und die Einführung agiler Arbeitsmethoden ist das Digital Champion Program, mit dem Mitarbeitende zu Themen wie künstliche Intelligenz (KI), Internet of Things (IoT), Digitalethik usw. geschult werden. 2023 haben 400 Mitarbeitende das Programm gestartet.

Dank neuen Technologien können Mitarbeitende ihren Arbeitsalltag effizienter gestalten und die Produktivität steigern. Um diese Vorteile in der gesamten Post zu nutzen, wurde 2023 das Citizen Development Program lanciert. In diesem Programm lernen Mitarbeitende, wie sie Geschäftsprozesse und Anwendungen automatisieren können, ohne komplexe Programmiersprachen lernen zu müssen. Das Programm wurde von 100 Mitarbeitenden absolviert, über 1000 Mitarbeitende tauschen ihre Erfahrungen regelmässig in der Citizen Developer Community aus. Ergänzend hat die Post konzernweit weitere Massnahmen zur Befähigung der Mitarbeitenden entwickelt und zur Verfügung gestellt. Etwa Angebote für die zielgerichtete Nutzung von digitalen Werkzeugen wie Microsoft 365 und Microsoft 365 Copilot (siehe Case Study zur künstlichen Intelligenz im Abschnitt Datenschutz, Cybersecurity und Digitalethik auf Seite 34). Damit sich die Mitarbeitenden vernetzen und austauschen können, hat die Post Communitys gegründet wie z. B. die Microsoft 365 Community.

17 GRI 3-3 Managementansatz zu Aus- und Weiterbildung
18 GRI 203-2 Erhebliche indirekte ökonomische Auswirkungen

Ende 2021 hat die Konzernleitung der Post beschlossen, alle Mitarbeitenden digital mit der Post zu verbinden. Der Konzernbereich Logistik-Services beschäftigt ca. 20 000 Mitarbeitende, die Briefe und Pakete sortieren und zustellen und bis anhin nicht digital mit der Post vernetzt waren. 2023 hat die Post die geschäftlichen Smartphones von mehr als 12 000 Zustellerinnen und Zustellern mit einem Post-Account und der Microsoft Teams App ausgerüstet. Aktuell wird geprüft, wie die Mitarbeitenden in der Sortierung angebunden werden können. Bei Post Immobilien wurde für Mitarbeitende der Unterhalts- und Spezialreinigung der digitale Zugang getestet. Die Umsetzung ist schweizweit für 2024 geplant. Bei PostAuto wurden 2023 alle 2500 bei der Post angestellten Fahrerinnen und Fahrer zusätzlich zu Geräten mit Microsoft-365-Lizenzen ausgestattet. 2024 sollen auch die 2500 Fahrerinnen und Fahrer der Subunternehmen, die für PostAuto Linien betreiben, auf die Microsoft-365-Umgebung der Post zugreifen können.

Innovationsgestaltung und -entwicklung

Durch professionelles Coaching ihrer Mitarbeitenden und mit spezifischen Ausbildungsangeboten fördert die Post die Entstehung neuer, innovativer Lösungen. Inspirierende Arbeitsumgebungen wie z. B. das EspaceLab, ein Freiraum für Innovation und Kundenfokus, stehen ebenfalls zur Verfügung. Mit ihren profunden Kenntnissen in den Geschäftsfeldern tragen die Mitarbeitenden dazu bei, inkrementelle Innovationen zu identifizieren, die das Tagesgeschäft verbessern. Alle Mitarbeitenden können ihre Ideen auf der internen Ideenplattform «Postidea» eingeben. Über dieses niederschwellige Angebot gehen jährlich rund 2500 Ideen ein. Jede zehnte Idee wird realisiert und prämiert, so z. B. die Einführung des Junior Advisory Board. Hier erhalten junge Mitarbeitende, die maximal 28 Jahre alt sind, die Möglichkeit, ihre Sicht- und Arbeitsweise bei strategischen Entscheidungen auf Konzernleitungsebene einzubringen. Das Board wird 2024 die Arbeit aufnehmen.

Berufliche und persönliche Entwicklung

Mit rund 7 Millionen Franken unterstützt die Post 2023 individuelle externe Weiterbildungen von Mitarbeitenden.

In Zeiten von Digitalisierung und demografischem Wandel unterliegt der Arbeitsalltag der Mitarbeitenden ständigen Veränderungen. Die Post fördert die Kultur des eigenverantwortlichen Lernens und sorgt dafür, dass Mitarbeitende durch ihre jeweilige Führungsperson möglichst individuell begleitet werden. 2023 haben die Mitarbeitenden der Post individuelle externe Weiterbildungen mit einem Gesamtvolumen von circa 9 Millionen Franken genutzt. Die Post hat sich daran mit rund 7,4 Millionen Franken beteiligt. Zudem investiert die Post in interne Weiterentwicklungsmassnahmen im Rahmen von Projekten, Produkteschulungen, Einführung neuer Tools oder Team- und Führungsentwicklungen.[19]

2023 hat die Post zwei Initiativen lanciert, um die Mitarbeitenden bei ihrer persönlichen und beruflichen Entwicklung zu unterstützen: Mit «Lernen next Level» wurde eine Lernplattform für selbstgesteuertes und im Arbeitsalltag integriertes Lernen geschaffen. Für 2024 ist die Ausbildung von Lernspezialisten geplant, mit dem Ziel, die Lernkultur in den Konzernbereichen zu verankern.

19 GRI 404-2 Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe

Dialog mit Mitarbeitenden und Gewerkschaften

Dialog mit Mitarbeitenden

Für den direkten Dialog mit ihren Mitarbeitenden nutzt die Post zahlreiche Möglichkeiten wie z. B. interne Ausbildungen, Befragungen, Hotlines und Meldestellen oder Plattformen wie StayFit (siehe Kapitel Gesundheit, Sicherheit und Wohlbefinden der Mitarbeitenden auf Seite 42).

Mitarbeitende können spontan Feedback geben oder 360°-Feedback einholen.

Die Resultate der Personalumfrage werden jährlich auf Führungsebene und bis auf Stufe Team diskutiert. Wenn nötig, werden Massnahmen abgeleitet und mit den Werten der Folgebefragung überprüft. Bei der Post werden Gespräche über Leistung und Entwicklung über den DIALOG-Prozess gesteuert. Die Abschlussquote der Mitarbeitenden mit DIALOG lag 2023 bei 95 Prozent.[20] Nicht über den DIALOG-Prozess geführt sind Lernende (sie werden über einen eigenen Lernplan entwickelt), Mitarbeitende der Presto Presse-Vertriebs AG sowie der Konzerngesellschaften. Den Mitarbeitenden stehen zudem zwei digitale Feedbacktools zur Verfügung. Sie können spontan Feedback für sich einholen, anderen spontan Feedback geben oder mit dem 360°-Feedback Rückmeldungen aus verschiedenen Perspektiven einholen. 2023 wurde das Spontan-Feedback 1779 Mal genutzt und das 360°-Feedback 81 Mal abgeschlossen.

Die internen Netzwerke können zu ihren spezifischen Themen wie Kulturen- und Sprachenvielfalt, junge Mitarbeitende, LGBTQIA+, Nachhaltigkeit oder Gender-Anliegen auf Managementstufe oder für Produkteentwicklungen Vorschläge einbringen. Das Netzwerk RAINBOW hat z. B. die Herausgabe von Sonderbriefmarken bewirkt. Nachhaltigkeitsthemen werden auch regelmässig in den internen Kommunikationskanälen (z. B. direkte Kaderkommunikation, Konzern- und Bereichsnews, interne Publikationen) aufgenommen. So widmete sich z. B. das Magazin für Mitarbeitende der Post Themen wie ausgewogene Ernährung, Lohntransparenz oder der Mehrsprachigkeit im Unternehmen.

Dialog mit der Personalkommissionen

Gemäss dem Mitwirkungsgesetz des Bundes über die Information und Mitsprache der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in den Betrieben haben die Mitarbeitenden ein Informations- und Mitspracherecht. Die Schweizerische Post AG und sämtliche Konzerngesellschaften stellen dieses Recht im Inland sicher.[21] Für die PostAuto AG gelten zusätzlich die weitergehenden Mitwirkungsrechte gemäss dem Arbeitszeitgesetz.[22] Die Post erlässt Vorgaben für die initiale Bildung von Personalkommissionen und die Erneuerungswahlen (4-Jahres-Zyklus). Im November 2023 haben die Mitarbeitenden der Post ihre Vertreterinnen und Vertreter in den Personalkommissionen gewählt.[23]

Rechtzeitige und umfassende Information von Arbeitnehmenden und ihren Vertretungen bei geplanten Betriebsänderungen sind im Grundsatz durch den GAV und die gesetzlichen Grundlagen (z. B. Mitwirkungsgesetz) abgedeckt. Gemäss Rechtsprechung ist bei komplexen Vorhaben eine Konsultationsfrist von maximal 30 Tagen ausreichend. Eine Verlängerung dieser Frist kann beantragt werden.[24]

Sozialpartnerschaft

Die Post führt eine bewährte und solide Partnerschaft mit syndicom und transfair.

Als eine der grössten Arbeitgeberinnen der Schweiz führt die Post zusammen mit der Gewerkschaft syndicom und dem Personalverband transfair seit Jahren eine bewährte und solide Sozialpartnerschaft. Die Partnerschaft hat zum Ziel, die Interessen der Mitarbeitenden und der Post in Einklang zu bringen. Die drei wichtigsten Pfeiler sind dabei die Gesamtarbeitsverträge, die Sozialpläne und die berufliche Altersvorsorge (die Pensionskasse der Post). Sie ermöglichen eine gute Vereinbarkeit von Familie, Beruf und Freizeit und garantieren den Mitarbeitenden fortschrittliche Arbeitsbedingungen.

20 GRI 404-3 Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmässige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung erhalten
21 GRI 407-1 Betriebsstätten und Lieferanten, bei denen das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen bedroht sein könnte
22 GRI 3-3 Managementansatz zu Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen
23 GRI 3-3 Managementansatz zu Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis
24 GRI 402-1 Mindestmitteilungsfrist für betriebliche Veränderungen

Gesamtarbeitsverträge sind das Resultat der intensiven Zusammenarbeit zwischen den Sozialpartnern. Sie unterstützen nachhaltige Arbeitsbedingungen für Mitarbeitende des Konzerns Post und nach Möglichkeit innerhalb eines Markts, in dem die Post tätig ist. 2023 bildeten sieben Firmen-Gesamtarbeitsverträge (Firmen-GAV) und ein Dach-Gesamtarbeitsvertrag (Dach-GAV), der die gegenseitigen Rechte und Pflichten der Vertragsparteien regelt, das Kernstück dieser Sozialpartnerschaft:[25]

- Vereinbarung Dach-GAV: gilt für Die Schweizerische Post AG, Post CH AG, Post CH Netz AG, Post CH Kommunikation AG, PostFinance AG, PostAuto AG, IMS AG, notime AG
- Firmen-GAV Post CH: gilt für Die Schweizerische Post AG, Post CH AG, Post CH Netz AG, Post CH Kommunikation AG
- Firmen-GAV PostFinance AG
- Firmen-GAV PostAuto AG
- Firmen-GAV IMS AG
- Firmen-GAV PostLogistics AG
- Firmen-GAV Frühzustellung / Presto Presse-Vertriebs AG
- Firmen-GAV notime AG

und zwei Sozialpläne:

- Sozialplan GAV Post: gilt für Die Schweizerische Post AG, Post CH AG, Post CH Netz AG, Post CH Kommunikation AG, PostFinance AG, PostAuto AG
- Sozialplan GAV IMS AG

Zwischen den Mitarbeitenden, die Vollzeit arbeiten, und jenen, die Teilzeit arbeiten, besteht bezüglich Angeboten für betriebliche Leistungen kein Unterschied. Für Mitarbeitende im Stundenlohn (bis maximal 20 Prozent bei Post CH AG bzw. bis max. 30 Prozent bei PostAuto AG) gilt kein Sozialplan, und sie haben kein Anrecht auf Fringe Benefits.[26]

Die aktuellen Firmen-GAV Post CH und PostFinance AG sowie die Vereinbarung Dach-GAV laufen Ende 2024 aus. 2023 haben die Post, die Gewerkschaft syndicom und der Personalverband transfair die Verhandlungen zur Überarbeitung der Verträge gestartet. Im Fokus stehen zeitgemässe Anstellungsbedingungen. Am 1. Januar 2025 sollen die neuen Gesamtarbeitsverträge in Kraft treten.

Die Verhandlungen für einen neuen Firmen-GAV PostLogistics AG mit Inkrafttreten per 1. Januar 2025 starten im Frühjahr 2024. Bereits im Mai 2023 haben sich die Sozialpartner der Post darauf geeinigt, den Firmen-GAV notime (Schweiz) AG um zwei Jahre bis 31. Dezember 2025 zu verlängern.

Verbindliche Standards in der Zustellung mit dem Branchen-GAV

Ab Ende 2021 haben die grössten Arbeitgeber und Verbände im Schweizer Logistikmarkt mit den Sozialpartnern, der Gewerkschaft syndicom und dem Personalverband transfair gemeinsame Grundlagen für die Anstellungsbedingungen in der Branche der Zustellung erarbeitet. Die Verhandlungspartner haben sich am 1. Juni 2023 auf einen Gesamtarbeitsvertrag (GAV) geeinigt, der verbindliche Standards definiert. Diese sollen für Angestellte der ganzen Schweizer Zustellbranche gelten, inklusive Subunternehmer. Die Sozialpartner sind sich einig, dass der neue GAV Zustellung für allgemeinverbindlich erklärt werden soll. Stimmt der Bundesrat dem Vorhaben zu, könnten bald zwischen 35 000 und 40 000 Arbeitnehmende in der Schweiz von besseren Anstellungsbedingungen und verbindlichen Mindestlöhnen profitieren. Dieser neue GAV ist eine wichtige Errungenschaft in einer Branche, die mit vielen Herausforderungen konfrontiert ist und für die es bisher keine einheitlichen Standards bei den Anstellungsbedingungen gab. Umso wichtiger sind faire Regelungen für Arbeitnehmende, die tagtäglich eine grossartige Leistung erbringen. Für Mitarbeitende der Post, die bereits einem Firmen-GAV des Konzerns unterstehen, ändert sich nichts. Sie sind durch die bestehenden Firmen-GAV mindestens gleich- oder bessergestellt.

25 GRI 2-30 Tarifverträge
26 GRI 401-2 Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmern oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden

Wertschöpfung

Beschaffung

Lieferfahrzeuge, Bekleidung, Papier oder Kugelschreiber: Die Post beschafft jährlich Waren und Dienstleistungen im Wert von rund 3 Milliarden Franken. Die Lieferanten sind in über 200 Branchen und 40 Ländern tätig. Als Basis für eine partnerschaftliche Zusammenarbeit dient der «Lieferantenkodex für verantwortungsvolle Beschaffung», den die Lieferanten annehmen müssen. Damit verpflichten sie sich, die Menschenrechte einzuhalten, Kinderarbeit zu verbieten, faire Löhne zu zahlen und die Umwelt und das Klima entlang der Lieferkette zu schützen.

Verantwortung in der Beschaffung

Treibhausgasemissionen aus der Lieferkette werden bis 2040 um 90 Prozent gesenkt.

Die Post bezieht bei ihren Lieferanten jährlich Waren und Dienstleistungen im Wert von rund 3 Milliarden Franken. Mit diesem Beschaffungsvolumen trägt sie eine grosse Verantwortung gegenüber Menschen und Umwelt. Die Post hat sich zum Ziel gesetzt, faire und umweltschonende Lieferketten zu etablieren, die allen Beteiligten zugutekommen: den Produzenten, Mitarbeitenden, Lieferanten, Partnern sowie den Kundinnen und Kunden. Sie hat klare und verpflichtende Ziele für die Dekarbonisierung der Lieferkette festgelegt. Treibhausgemissionen aus der Lieferkette senkt die Post bis 2030 um 25 Prozent und bis 2040 um 90 Prozent (Basisjahr 2021).

2023 hat die Post folgende Massnahmen ergriffen, um ihre Ziele für eine faire und umweltschonende Lieferkette zu erreichen:[1, 2]

- Einführung eines Managementsystems zur Überprüfung von menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten[3] und Umweltbelangen.[4] Davon abgeleitet hat die Post einen Leitfaden «Human Right Due Diligence» etabliert, der sich an externen Anforderungen des OECD-Leitfadens zur Erfüllung der Sorgfaltspflicht für verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln orientiert.
- Einführung eines Prozesses zur Identifikation von potenziellen Risiken bei Lieferanten, unter anderem in den Bereichen Menschenrechte und Umwelt. Bei der Priorisierung der Massnahmen berücksichtigt die Post die Eintrittswahrscheinlichkeit und den Schweregrad der Auswirkung.
- Überarbeitung des Lieferantenkodex für verantwortungsvolle Beschaffung zur Stärkung der partnerschaftlichen Beziehungen mit ihren Lieferanten und zur gemeinsamen Weiterentwicklung in sozialen und ökologischen Belangen. Der Kodex beruht auf den schweizerischen und internationalen Normen wie den ILO-Standards zum Schutz der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, die sowohl in der Schweiz als auch im Ausland gelten. Der Kodex verpflichtet die Lieferanten zur Einhaltung der Menschenrechte, zum Verbot von Kinderarbeit, zu fairer Entlohnung und zum Schutz der Umwelt entlang der Lieferkette und muss als Basis der Zusammenarbeit von den Lieferanten angenommen werden.[5, 6]
- Erweiterung der anonymen Meldestelle PostCourage. Diese kann neu auch von Lieferanten, Betroffenen in der Lieferkette oder anderen Interessengruppen genutzt werden, um Bedenken oder Hinweise im Zusammenhang mit Menschenrechtsverletzungen oder Umweltschutz entlang der Lieferkette zu melden. Die Erweiterung der Meldestelle ist ein entscheidender Schritt, um Meldungen über Verstösse gegen den Lieferantenkodex zu ermöglichen und Gegenmassnahmen ergreifen zu können.
- Verpflichtende Einführung von Nachhaltigkeitskriterien mit einer Gewichtung von 15 Prozent bei allen Beschaffungen über 150 000 Franken. Dabei werden beispielsweise Ziele und Massnahmen zur Reduktion der Treibhausgasemissionen oder das Performance-Rating im Bereich Nachhaltigkeit bewertet.

Risikoanalyse der Lieferkette

7505 Lieferanten wurden in der Risikoanalyse überprüft.

Nachhaltigkeit ist in der Beschaffungsorganisation und in den Beschaffungsprozessen der Post verankert und integraler Bestandteil der Beschaffungspolitik.[7, 8] Um die Risiken in Bezug auf menschenrechtliche Sorgfaltspflichten und Umwelt in ihrer Lieferkette einschätzen zu können, hat die Post 2023 eine Risikoanalyse anhand einer Ratingplattform durchgeführt. Damit hat sie 7505 Lieferanten auf ethische, soziale und ökologische Risiken überprüft.

Das Ergebnis der Risikoanalyse hat gezeigt, dass die Lieferanten in über 200 Branchen und 40 Ländern tätig sind. 18 der insgesamt 7505 Lieferanten gelten aufgrund ihrer Branche, dem Herstellland sowie den Risikokategorien als Hochrisikolieferanten. Lieferanten aus risikobehafteten Warengruppen werden durch gezieltes Lieferantenmanagement schrittweise entwickelt. 13 davon sind Bekleidungs-

1 GRI 308-2 Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Massnahmen
2 GRI 414-2 Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Massnahmen
3 GRI 3-3 Managementansatz zu Soziale Bewertungen der Lieferanten
4 GRI 3-3 Managementansatz zu Umweltbewertungen der Lieferanten
5 GRI 414-1 Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden
6 GRI 308-1 Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden
7 GRI 3-3 Managementansatz zu Zwangs- und Pflichtarbeit
8 GRI 3-3 Kinderarbeit

und Schuhlieferanten, die durch die Fair Wear Foundation (FWF) überprüft wurden. Ein branchenspezifisches Risiko kann die Post ausschliessen. Die restlichen fünf Hochrisikolieferanten überprüft die Post schrittweise genauer.[9, 10]

Diejenigen Lieferanten, die aufgrund ihres Produktionslandes Risiken im Bereich Kinderarbeit aufweisen, hat die Post zusätzlich im Rahmen der Verordnung über Sorgfaltspflichten und Transparenz bezüglich Mineralien und Metallen aus Konfliktgebieten und Kinderarbeit (VSoTr) separat geprüft. Die interne Prüfung ergab, dass kein begründeter Verdacht auf Kinderarbeit vorliegt und die geprüften Lieferanten entweder einen zusätzlichen Bewertungsprozess auf EcoVadis durchlaufen oder entsprechende Nachweise dokumentiert haben.[11]

Warengruppe Bekleidung und Schuhwaren

Postkleidung wird ausschliesslich in der EU produziert.

Die Warengruppe Bekleidung gilt aufgrund des Branchenrisikos unter anderem im Bereich Kinder-, Zwangs- und Sklavenarbeit als Hochrisikowarengruppe. Als eines der Schweizer Grossunternehmen arbeitet die Post seit 2012 eng mit der unabhängigen Organisation Fair Wear Foundation (FWF) zusammen und orientiert sich seit 2017 am OECD-Leitfaden für die Erfüllung der Sorgfaltspflicht zur Förderung verantwortungsvoller Lieferketten in der Bekleidungs- und Schuhwarenindustrie.

Die Post führt systematische Audits bei ihren Lieferanten durch und sorgt so für Arbeitssicherheit und Gesundheit der Mitarbeitenden sowie für faire Löhne. Die FWF auditiert Lieferanten in Risikoländern jährlich, und die Post prüft Lieferanten aus Nicht-Risikoländern im Dreijahreszyklus. Zusätzlich führen die FWF und die Post vor Ort Lieferantenschulungen durch. Die FWF hat die Post für ihr Engagement wiederholt mit dem Leader-Status ausgezeichnet.

Die gesamte Bekleidung für die Post wird in der EU produziert. Die Post kennt aktuell alle ihre Konfektionsbetriebe und Unterlieferanten. Dennoch ist sie bestrebt, die Transparenz in der Lieferkette weiter zu erhöhen. Nur so kann die Post künftig sicherstellen, dass auch in der vorgelagerten Wertschöpfung und in der Produktion der Rohmaterialien die menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten (z. B. keine Kinderarbeit) eingehalten werden.

9 GRI 409-1 Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Zwangs- oder Pflichtarbeit
10 GRI 408-1 Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Kinderarbeit
11 GRI 3-3 Managementansatz zu Kinderarbeit

Wertschöpfung

Volkswirtschaftlicher und gesellschaftlicher Mehrwert

Die Post stellt die flächendeckende Zustellung von Sendungen, den Zahlungsverkehr, ein dichtes Netz an Zugangspunkten und die Erreichbarkeit in allen Regionen der Schweiz sicher. Die Dienstleistungen der Grundversorgung bietet die Post zu distanzunabhängigen Preisen an. Das ist ein wesentlicher Beitrag zur Förderung ländlicher Gebiete und der Gleichheit der Lebensbedingungen in der Schweiz. Die meisten Dienstleistungen der Post sind Teil des Service public, wie zum Beispiel der öffentliche Verkehr, das elektronische Patientendossier und die ePost-App. Zur Förderung des gesellschaftlichen Engagements unterstützt die Post Schweizer Kunst sowie wohltätige und kulturelle Projekte über Sprachgrenzen, Regionen und Generationen hinweg. Weiter fördert sie Projekte für die wirtschaftliche und digitale Entwicklung der Schweiz.

Service public 54
Gesellschaftliches Engagement 55
Stakeholder-Engagement 56

Service public

Mehrwert für die Schweiz

Die Post beschäftigt 15 000 Personen in ländlichen Gebieten.

Die Post hat für die Schweiz einen relevanten volkswirtschaftlichen Wert und ist zentrales Standbein der Schweiz und ihrer Wirtschaft. Sie stellt der Schweizer Bevölkerung und der Wirtschaft 4963 Zugangspunkte zur Verfügung – das ist das dichteste Netz Europas. In Randregionen stellt sie nicht nur den Anschluss an Post- und Zahlungsverkehrsdienstleistungen sicher, sondern auch den Anschluss an den öffentlichen Verkehr. 578 der 2160 Gemeinden (über 25 Prozent) sind einzig durch PostAuto an das Schweizer öV-Netz angeschlossen.[1]

In der ganzen Schweiz, in allen Sprachregionen und insbesondere auch in ländlichen Gebieten ist die Post eine bedeutende Arbeitgeberin: Von den rund 46 000 Beschäftigten (33 387 Vollzeitstellen) arbeiten rund 15 000 in ländlichen Gebieten und Bergregionen. Die Post hat Beschäftigte in 230 von 620 Gemeinden der französischsprachigen Schweiz, in 555 von 1400 Gemeinden der Deutschschweiz, in 60 von 125 Gemeinden der italienischsprachigen Schweiz und in 10 von 15 Gemeinden der rätoromanischen Schweiz.

Die Post möchte auch der Motor für eine digitale und vernetzte Schweiz sein. Digitale Lösungen umfassen beispielsweise die ePost-App – der digitale Briefkasten der Post oder das elektronische Patientendossier (siehe Kapitel Digitalisierung und Innovation auf Seite 33).

Grundversorgungsauftrag

Die Post erfüllt ihren Grundversorgungsauftrag eigenwirtschaftlich, das heisst, sie erhält keine staatlichen Finanzhilfen. Gemäss gesetzlichen Vorgaben bietet die Post die Dienstleistungen der Grundversorgung zu distanzunabhängigen Preisen an. Der Preis für einen Brief von Zürich nach Basel ist derselbe wie von Poschiavo nach Pruntrut, obwohl der zweite Brief für die Post deutlich höhere Kosten bedeutet. Die Tatsache, dass Dokumenten- und Warensendungen in allen Regionen zu gleichen Konditionen versendet und empfangen werden können, ist ein wesentlicher Beitrag zur Förderung ländlicher Gebiete und der Gleichheit der Lebensbedingungen in der Schweiz.[2]

Die Post erfüllte die Vorgaben der Grundversorgung vollumfänglich.

Die Post ist gesetzlich verpflichtet, sämtliche Dienstleistungen der postalischen Grundversorgung (u. a. Zustellung von Briefen, Paketen und Zeitungen, Zahlungsverkehr sowie Betrieb einer flächendeckenden Infrastruktur) anzubieten. Detaillierte Informationen können dem Finanzbericht ab Seite 17 entnommen werden. Die Qualität der Grundversorgung ist in der Postgesetzgebung geregelt und wird von der Eidgenössischen Postkommission (PostCom) im Auftrag des Bundes überwacht. Die im internationalen Vergleich strengen Vorgaben für Postdienste (Briefe und Pakete) und Dienstleistungen des Zahlungsverkehrs sind zum Beispiel:

- 97 Prozent der adressierten Inlandsbriefe und 95 Prozent der Inlandspakete muss die Post rechtzeitig zustellen,
- die Filialen müssen in jedem Kanton für 90 Prozent der Bevölkerung innerhalb von 20 Minuten zu Fuss oder mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar sein.

Die Qualität der Grundversorgung wird jährlich gemessen und an die PostCom berichtet. 2023 hat die Post die Grundversorgung mit Postdiensten und Dienstleistungen des Zahlungsverkehrs landesweit in sehr guter Qualität erbracht. Die Post hat alle regulatorischen Vorgaben vollumfänglich eingehalten oder übertroffen. 97,3 Prozent aller A-Post-Briefe und 99,5 Prozent der B-Post-Briefe erreichten die Empfängerinnen und Empfänger rechtzeitig. Die Laufzeiten für die Paketzustellungen lagen mit 99,6 Prozent bei Economy-Paketen und 95,7 Prozent bei Priority-Paketen über den gesetzlichen Vorgaben. Die durchschnittliche Erreichbarkeit der Postfilialen und Agenturen wurde mit 96,7 Prozent erfüllt, der Zugang zu Zahlungsverkehrsdienstleistungen mit 98,1 Prozent. Damit liegt der Wert für die Postfilialen und Agenturen 6,7 bzw. der Wert für die Zahlungsverkehrsdienstleistungen 8,1 Prozent über dem gesetzlichen Zielwert von 90 Prozent.

1 GRI 203-2 Erhebliche indirekte ökonomische Auswirkungen
2 GRI 3-3 Management Anzatz zu Indirekte ökonomische Auswirkungen 2016

Gesellschaftliches Engagement

Die Post engagiert sich für die Schweizer Wirtschaft und Gesellschaft.

Neben ihrem Engagement für einen universellen Service public und die Entwicklung von Dienstleistungen, die zu einem nachhaltigen Wirtschaftswachstum in der Schweiz beitragen, stellt die Post ihre Expertise auch in den Dienst nationaler und lokaler gesellschaftlicher Anliegen.[3] Die Engagements zahlen auf die definierte strategische kommunikative Positionierung ein und stärken damit die Marke Post (weitere Informationen im Finanzbericht Kapitel Marken auf Seite 10).

Das Sponsoring-Portfolio hat eine grosse Wirkung gegen aussen und auf die Wahrnehmung der Post. Es wird deshalb konsequent nach definierten Kriterien geführt. Diese müssen z. B. mit den Werten der Post im Einklang stehen (siehe Kapitel Unternehmenskultur und Responsible Leadership auf Seite 39), dürfen Gesundheit oder Umwelt nicht belasten oder eine politische Richtung verfolgen. Um die Engagements erfolgreich zu etablieren, strebt die Post ein langfristiges Commitment über mehrere Jahre an.

Die Post engagiert sich in den drei Feldern Engagement für die Schweiz, soziales Engagement, Wirtschaftssponsoring.

Im Bereich Engagement fördert und sammelt die Post Kunst, unterstützt kulturelle Projekte und Freizeitprogramme zur Förderung des Zusammenhalts über Sprachgrenzen, Regionen und Generationen hinweg, wie z. B. das Locarno Film Festival, und ist seit 2017 Hauptpartnerin der Schweizer Wanderwege. Mit ihrem Engagement für die Schweizer Wanderwege fördert die Post das einzigartige, 65 000 Kilometer lange Wegnetz und damit den beliebtesten Volkssport der Schweiz (post.ch/wandern). Weiter bietet die Post gemeinsam mit ausgewählten kantonalen Wanderwegorganisationen Arbeitseinsätze für Mitarbeitende an, die sich einen Tag lang freiwillig für die Schweizer Wanderwege engagieren wollen. Die Mitarbeitenden leisten damit einen wertvollen Beitrag zum Erhalt eines sicheren und gut unterhaltenen Wanderwegnetzes. Seit 2017 haben 305 Mitarbeitende der Post über 61 000 Stunden freiwillige Arbeit geleistet.

Im Bereich soziales Engagement unterstützt die Post über den Briefmarkenfonds, der durch den Verkauf von Sondermarken finanziert wird, soziale Organisationen wie Pro Patria und Pro Juventute sowie gemeinnützige Projekte. Die Aktion Christkind, bei der die Post jährlich über 32 518 Briefe mit Wünschen von Kindern an den Weihnachtsmann oder das Christkind beantwortet, und 2 × Weihnachten (post.ch/2xweihnachten) sind weitere Engagements.

Im Bereich Wirtschaftssponsoring unterstützt die Post Projekte zur Förderung der wirtschaftlichen und digitalen Entwicklung der Schweiz. Als Partnerin des SEF.NextGen fördert die Post gemeinsam mit anderen Schweizer Unternehmen und Institutionen das unternehmerische Denken der jungen Generation. Die Vergabe des Schweizer Nachhaltigkeitspreises unterstützt die Post im Rahmen des Green Business Award, wobei Roberto Cirillo, CEO der Post, Teil der interdisziplinären Fachjury ist. Auch unterstützt die Post die Gesundheitskonferenz FutureHealth und die Veranstaltung SCORE! – Swiss Conference for Retail and E-Commerce, eine Konferenz der Schweizer E-Commerce-Branche.

2 × Weihnachten

Die Post ist seit 1997 Teil der Trägerschaft der Aktion 2 × Weihnachten. Gemeinsam mit dem Schweizerischen Roten Kreuz, der SRG SSR und Coop werden jedes Jahr lang haltbare Lebensmittel und Körperhygieneartikel an armutsbetroffene Menschen verteilt. Die Post bringt dabei ihre Kernkompetenz als Logistikpartnerin ein. 2023 wurden dank dieser Aktion 54 050 Pakete verteilt. 104 Mitarbeitende der Post haben 2023 im Rahmen von 2 × Weihnachten in ihrer Freizeit das Schweizerische Rote Kreuz beim Sortieren der Waren unterstützt.

3 GRI 3-3 Managementansatz zu Lokale Gemeinschaften

Stakeholder-Engagement

Alle relevanten Stakeholder einzubinden, ist eine zentrale Aufgabe jedes nachhaltigen Unternehmens. Die Post als Unternehmen im Besitz der Allgemeinheit, mit ihrem Service-public-Auftrag und als eine der grössten Arbeitgeberinnen der Schweiz hat eine Vielzahl von Anspruchsgruppen. Um den Erwartungen gerecht zu werden, steht die Post im ständigen Dialog mit folgenden Stakeholdern:[4]

- **Mitarbeitende**
  Die Post führt den Dialog mit ihren Mitarbeitenden über die jährliche Personalumfrage sowie über die zwischen Mitarbeitenden und Führungspersonen stattfindenden Entwicklungsgespräche. Auch über die internen Meldestellen und Plattformen ist sie laufend im Kontakt mit ihren Mitarbeitenden (siehe Kapitel Dialog mit Mitarbeitenden und Gewerkschaften auf Seite 48).
- **Geschäfts- und Privatkundinnen und -kunden**
  Über das Post Contact Center, über ihr Filialnetz sowie im direkten Kontakt mit den Brief- und Paketzustellerinnen und -zustellern pflegt die Post die Beziehung zu ihren Kundinnen und Kunden. Um die Kundenerfahrungen systematisch zu erheben, wird jährlich eine Kundenzufriedenheitsmessung durchgeführt (siehe Kapitel Kundenzentrierung und Relevanz für die Kundinnen und Kunden auf Seite 31).
- **Lieferanten**
  Die Post pflegt partnerschaftliche Beziehungen zu ihren Lieferanten. Die Zusammenarbeit basiert auf dem Lieferantenkodex für verantwortungsvolle Beschaffung, der 2023 überarbeitet wurde. 2023 wurde die anonyme Meldestelle PostCourage für Lieferanten und von der Nichteinhaltung menschenrechtlicher Sorfaltspflichten in der Lieferkette Betroffene geöffnet (siehe Kapitel Verantwortung in der Beschaffung auf Seite 51).
- **Gesellschaft**
  Die Post leistet mit ihrem Service public einen wichtigen Beitrag für die Schweizer Gesellschaft (siehe Kapitel Mehrwert für die Schweiz auf Seite 54). Zudem unterstützt sie nationale und lokale gesellschaftliche Anliegen (siehe Kapitel Gesellschaftliches Engagement auf Seite 55).
- **Eigner**
  Die Post tauscht sich regelmässig mit dem Bund über die Qualität und Weiterentwicklung der Grundversorgung aus (siehe Kapitel Gesetzlicher Auftrag im Finanzbericht auf Seite 17). Der Eigner erhält von der Post jährlich die Berichterstattung zu den strategischen Zielen (siehe Kapitel Strategische Ziele des Bundesrats im Finanzbericht auf Seite 18) und den Geschäftsbericht zur Genehmigung. Innerhalb der Bundesverwaltung nimmt das Generalsekretariat des Departements für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK) in Zusammenarbeit mit der Eidgenössischen Finanzverwaltung (EFV) die Aufgaben des Eigners wahr. Im Rahmen vierteljährlicher Treffen zwischen Vertreterinnen und Vertretern des Eigners (UVEK und EFV) und Mitgliedern der Konzernleitung werden die wichtigsten Geschäfte besprochen.
- **Politik**
  Die nationale Politlandschaft befasst sich laufend mit der Post und postalischen Themen. Die Mitglieder des National- oder Ständerats, von Kommissionen oder Fraktionen reichen politische Vorstösse zur Post ein und beeinflussen die Rahmenbedingungen so aktiv. Auch auf kantonaler Ebene pflegt die Post den politischen Dialog: Einmal pro Jahr trifft sie die kantonalen Volkswirtschaftsdirektionen und bespricht mit ihnen unter anderem die Weiterentwicklung des Filialnetzes und weitere Aspekte der Postversorgung, Dienstleistungen, die Rolle als Arbeitgeberin oder strategische Dossiers. Einen intensiven Austausch pflegt die Post mit den Anspruchsgruppen der öffentlichen Hand zu den Themenbereichen Service public, die Post in der digitalen Welt, Logistik und Zustellung sowie Mobilität von morgen. Die Post ist zur Neutralität verpflichtet und unterstützt keine politischen Kampagnen oder Parteien.[5] Ist sie direkt betroffen, positioniert sie sich und stellt Informationen zur Verfügung. Weitere Kontakte im politischen Kontext pflegt die Post mit Interessengruppen und Verbänden.[6]

4 GRI 2-29 Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern
5 GRI 415-1 Parteispenden
6 GRI 3-3 Managementansatz zu Politische Einflussnahme

Kennzahlen

Umwelt 58
- Klima und Energie 58
- Lärm, Luft- und Lichtemissionen 59

Kunden 60
- Kundenzentrierung und Relevanz für die Kundinnen und Kunden 60
- Digitalethik, Datenschutz und Cybersecurity 60

Mitarbeitende 60
- Unternehmenskultur und Responsible Leadership 60
- Rekrutierung und Bindung der Mitarbeitenden 60
- Gesundheit, Sicherheit und Wohlbefinden der Mitarbeitenden 62
- Chancengleichheit, Diversität und Inklusion 62
- Ausbildung und Entwicklung der Mitarbeitenden 64
- Dialog mit Mitarbeitenden und Gewerkschaften 64

Beschaffung 64

Umwelt

Klima und Energie

Klima und Energie

2021–2023	GRI-Referenz	Einheit	2021[1]	2022[1]	2023
Energieverbrauch innerhalb der Organisation	**302-1**	**GWh**	**1 092**	**1 085**	**1 060**
Aus erneuerbaren Quellen	302-1	%	16,2%	16,1%	16,6%
Brennstoffverbrauch	302-1	GWh	97	87	83
Aus erneuerbaren Quellen	302-1	%	35,4%	38,1%	39,1%
Treibstoffverbrauch	302-1	GWh	862	866	847
Aus erneuerbaren Quellen	302-1	%	1,5%	1,5%	1,5%
Stromverbrauch	302-1	GWh	133	132	130
Aus erneuerbaren Quellen[2]	302-1	%	100,0%	100,0%	100,0%
Heizung	302-1	GWh	5	4	4
Elektromobilität	302-1	GWh	5	6	9
Gebäude/Geräte/Sortierung	302-1	GWh	123	122	117
Energieverbrauch ausserhalb der Organisation[1]	**302-2**	**GWh**	**971**	**1 013**	**998**
Energieverbrauch innerhalb und ausserhalb der Organisation	**302-2**	**GWh**	**2 063**	**2 098**	**2 058**
Energieproduktion					
Solarstrom aus Eigenproduktion		GWh	8,7	9,5	8,0
Anteil Eigenproduktion an Stromverbrauch Total		%	6,6%	7,2%	6,2%
Installierte Leistung eigener PV-Anlagen		MWp	9,9	10,8	11,0
Energieintensität des Betriebsertrags					
Bezogen auf den Energieverbrauch					
Innerhalb der Organisation	302-3	MWh/Mio. CHF	159	158	146
Innerhalb und ausserhalb der Organisation	302-3	MWh/Mio. CHF	300	306	283
CO_2-Emissionen (Scope 1–3)	**305**	**t CO_2 e**	**2 192 399**	**2 206 468**	**2 102 124**
Emissionen Scope 1	305-1	t CO_2 e	245 989	245 095	239 078
Emissionen Scope 2	305-2	t CO_2 e	3 045	2 892	2 143
Standortbasiert	305-2	t CO_2 e	15 902	15 701	15 457
Marktbasierte	305-2	t CO_2 e	3 045	2 892	2 143
Emissionen Scope 1 und 2	305-2	t CO_2 e	249 034	247 987	241 221
Personentransport (PostAuto)	305-1	t CO_2 e	133 359	134 961	136 426
Gütertransport	305-1	t CO_2 e	80 686	77 749	70 605
Wärmeerzeugung	305-1	t CO_2 e	15 176	12 988	12 297
Fahrzeugleasing an Dritte	305-1	t CO_2 e	14 848	17 271	17 793
Rest[3]	305-1	t CO_2 e	4 965	5 017	4 100

Klima und Energie

2021–2023	GRI-Referenz	Einheit	2021[1]	2022[1]	2023
Scope 3 Emissionen	305-3	t CO_2e	1 943 365	1 958 481	1 860 903
Eingekaufte Güter und Dienstleistungen (Scope 3.1)[4]	305-3	t CO_2e	120 112	128 213	112 937
Kapitalgüter (Scope 3.2)[4]	305-3	t CO_2e	78 967	77 018	88 763
Brennstoff- und energiebezogene Aktivitäten (Scope 3.3)	305-3	t CO_2e	58 863	58 590	57 282
Transport und Verteilung, vorgelagert (Scope 3.4)	305-3	t CO_2e	202 103	212 579	215 043
Abfall (Scope 3.5)	305-3	t CO_2e	241	274	252
Geschäftsreisen (Scope 3.6)	305-3	t CO_2e	65	196	203
Pendeln der Angestellten (Scope 3.7)	305-3	t CO_2e	31 775	35 861	34 689
Upstream – Angemietete oder geleaste Sachanlagen (Scope 3.8)	305-3	t CO_2e	12 301	12 852	11 209
Nutzung der verkauften Produkte (Scope 3.11)	305-3	t CO_2e	29 760	28 388	24 118
Entsorgung der verkauften Produkte (Scope 3.12)	305-3	t CO_2e	2	1	1
Vermietete oder verleaste Sachanlagen (Scope 3.13)	305-3	t CO_2e	15 952	14 864	15 700
Investitionen (Scope 3.15)[5]	305-3	t CO_2e	1 393 223	1 389 646	1 300 705
Kompensierte Treibhausgasemissionen					
CO_2-Kompensationen	305-1	t CO_2e	170 002	210 724	298’307
Verkaufte Emissionsreduktionen (Stiftung KliK)	305-1	t CO_2e	1	41	912
CO_2-Intensität des Betriebsertrags					
CO_2-Intensität bezogen auf					
Emissionen Scope 1	305-4	t CO_2e/Umsatz	36	36	33
Emissionen Scope 2	305-4	t CO_2e/Umsatz	0	0	0
Emissionen Scope 3	305-4	t CO_2e/Umsatz	283	286	256

1 Das Basisjahr 2021 und das Zwischenjahr 2022 wird bei Akquisitionen/Verkäufen von Konzerngesellschaften oder bei Veränderungen in der Datenqualität rückwirkend neu berechnet, da 2021 als Basisjahr für die Ziele 2030/2040 dient.
2 Für den Stromverbrauch von akquirierten Gesellschaften werden keine HKN für vergangene Geschäftsjahre beschafft. Der Anteil an erneuerbarem Strom ist daher in den Jahren mit Nacherfassung nicht bei 100 Prozent, obwohl im entsprechenden Geschäftsjahr 100 Prozent des Stromverbrauchs innerhalb der Post aus erneuerbaren Quellen gedeckt wurde.
3 Beinhaltet die Emissionen sämtlicher Geschäftsfahrzeuge, des Kältemittelverbrauchs in Bussen sowie des Strom- und Kältemittelverbrauchs in Liegenschaften
4 Die Emissionen von eingekauften Gütern und Dienstleistungen wurden mittels Emissionsfaktoren pro Warengruppen (Sekundärdaten aus einem Spend-basierten Input-Output-Modell) berechnet.
5 Die finanzierten Emissionen der Unternehmensobligationen werden seit dem Geschäftsjahr 2021 in die Unternehmensökobilanzierung integriert. Die Abdeckung der mit CO_2-Daten hinterlegten Unternehmensanleihen beträgt 86,44 Prozent. Berücksichtigt werden ausschliesslich die Emissionen aus den Scopes 1 und 2 der investierten Firmen. Durch die Abhängigkeit vom volatilen Investitionsvolumen sowie Schwankungen der Unternehmensemissionen aufgrund von Sondereffekten (z. B. COVID-19) kann sich der Emissionswert von Jahr zu Jahr stark unterscheiden. Für die restlichen Anlageklassen im PostFinance-Portfolio (v. a. Staatsanleihen, Schuldscheindarlehen und Pfandbriefanleihen) fehlen derzeit noch standardisierte Berechnungsmethoden, weshalb auf die Integration dieser Werte vorerst verzichtet wird. Weiterführende Informationen sind in der Offenlegung zu klimabezogenen Finanzrisiken auf der PostFinance-Website zu finden.

Luft-, Lärm- und Lichtemissionen

Luftemissionen

2021–2023	GRI-Referenz	Einheit	2021	2022	2023
Fluorchlorkohlenwasserstoffe	305-6	kg FCKW-11 Äquiv.	0,047	0,190	0,204
Stickoxide (NO_x)	305-7	t	1 796	1 789	1 714
Schwefeloxide (SO_x)	305-7	t	582	593	581
Nicht-Methan flüchtige Kohlenwasserstoffe (NMVOC)	305-7	t	405	412	401
Feinstaub (PM10)	305-7	t	76	76	73

Kunden

Kundenzentrierung und Relevanz für die Kundinnen und Kunden

Kundenzufriedenheit

2021–2023	GRI-Referenz	Einheit	2021	2022	2023
Gesamtzufriedenheit		%	N/A[1]	76	76

1 Das Jahr 2022 stellte eine Nullmessung dar. Aufgrund von Veränderungen in der Organisationsstruktur und neuen Gewichtungen sind keine vergleichbaren Vorjahreswerte verfügbar.

Digitalethik, Datenschutz und Cybersecurity

Schutz von Kundendaten

2021–2023	GRI-Referenz	Einheit	2021	2022	2023
Anzahl gemeldeter Datenschutzverletzungen	418-1	Anzahl	41	30	15
Anzahl der Beschwerden[1]	418-1	Anzahl	0	0	0
Anzahl erfolgreicher Datendiebstähle durch Hacking oder Malware-Angriffe	418-1	Anzahl	0	0	0

1 Einschliesslich derjenigen, die zu Untersuchungsverfahren des Eidgenössischer Datenschutz- und Öffentlichkeitsbeauftragten (EDÖB) führen

Mitarbeitende

Unternehmenskultur und Responsible Leadership

Unternehmenskultur und Responsible Leadership

2021–2023	GRI-Referenz	Einheit	2021	2022	2023
Personalumfrage					
Meine Arbeit		Index (0–100)	77	77	78
Mein Team		Index (0–100)	80	80	80
Meine direkte Führung		Index (0–100)	82	83	83
Unsere Unternehmenskultur		Index (0–100)	76	77	77
Mein Engagement		Index (0–100)	N/A	80	80

Rekrutierung und Bindung der Mitarbeitenden

Rekrutierung und Bindung der Mitarbeitenden

2021–2023	GRI-Referenz	Einheit	2021	2022	2023
Personalbestand					
Personalbestand	2-7	Personaleinheiten	42 004	35 911	36 431
Personalbestand (ohne Lernende)	2-7	Personaleinheiten	40 144	34 072	34 587
Schweiz	2-7	Personaleinheiten	33 531	33 322	33 387
Ausland	2-7	Personaleinheiten	6 613	751	1 200
Lernpersonal Schweiz	2-7	Personen	1 860	1 839	1 844
Arbeitsplätze in peripheren Regionen	2-7	Personen	16 660	16 224	16 244

Rekrutierung und Bindung der Mitarbeitenden

2021–2023	GRI-Referenz	Einheit	2021	2022	2023
Rekrutierung					
Offene Stellen		Anzahl	N/A	3 300	2 740
Bewerbungen		Anzahl	62 000	61 861	61 829
Neu eingestellte Mitarbeitende					
Neueinstellungen	401-1	Personen	3 867	3 811	3 078
Weiblich	401-1	Personen	1 192	1 358	1 162
Unter 30 Jahre alt	401-1	%	39,3%	39,7%	36,4%
Zwischen 30 und 50 Jahre alt	401-1	%	48,7%	50,4%	52,3%
Über 50 Jahre alt	401-1	%	12,0%	9,9%	11,3%
Männlich	401-1	Personen	2 675	2 453	1 916
Unter 30 Jahre alt	401-1	%	43,4%	39,8%	36,5%
Zwischen 30 und 50 Jahre alt	401-1	%	47,1%	47,6%	50,2%
Über 50 Jahre alt	401-1	%	9,5%	12,6%	13,3%
Personalfluktuation					
Fluktuation	401-1	Personen	5 065	4 120	4 532
Weiblich	401-1	Personen	2 001	1 679	1 798
Männlich	401-1	Personen	3 064	2 441	2 734
Fluktuationsrate (gesamt)	401-1	%	13,9%	11,6%	12,8%
Freiwillige Fluktuation	401-1	%	5,0%	6,2%	6,4%
Pensionierungen	401-1	%	2,7%	2,6%	2,9%
Auslaufende Verträge	401-1	%	1,3%	0,5%	0,5%
Austritt vereinbart	401-1	%	0,5%	0,4%	0,5%
Kündigung durch Arbeitgeber	401-1	%	1,4%	1,2%	1,4%
Übrige Austritte	401-1	%	2,9%	0,6%	1,0%
Tod	401-1	%	0,1%	0,1%	0,1%
Fluktuationrate (gesamt) nach Geschlecht und nach Alter					
Weiblich	401-1	%	13,4%	11,7%	12,7%
Unter 30 Jahre alt	401-1	%	22,6%	21,3%	23,0%
Zwischen 30 und 50 Jahre alt	401-1	%	12,1%	10,2%	11,1%
Über 50 Jahre alt	401-1	%	12,1%	10,5%	11,4%
Männlich	401-1	%	14,3%	11,5%	12,9%
Unter 30 Jahre alt	401-1	%	26,1%	23,2%	24,5%
Zwischen 30 und 50 Jahre alt	401-1	%	12,7%	9,7%	11,3%
Über 50 Jahre alt	401-1	%	6,8%	9,3%	10,7%
Elternzeitbeziehende					
Mitarbeitende (im Monatslohn)	401-3	Personen	1 804	2 005	2 053

Gesundheit, Sicherheit und Wohlbefinden der Mitarbeitenden

Gesundheit, Sicherheit und Wohlbefinden der Mitarbeitenden

2021–2023	GRI-Referenz	Einheit	2021	2022	2023
Unfälle					
Berufsunfälle	403-9	Anzahl pro 100 Personaleinheiten	7,4	7,0	7,5
Mit Todesfolgen	403-9	Anzahl	0	3	0
Krankheits- und unfallbedingte Aussetztage[1]					
Medizinisch bedingte Aussetztage[2]	403-10	Tage pro Personaleinheit	7,7	9,4	9,8
Sozialberatung					
Individuelle Beratungen	403-4	Anzahl	2 130	2 326	2 466
Kollektive Beratungen	403-4	Anzahl	111	104	133
Reintegraion					
Reintegrationsquote Case Management (ohne PostFinance)		Prozent	58,7%	64,4%	60,2%
Unterstützungsleistungen des Personalfonds					
À-fonds-perdu-Beiträge		Personen	316	364	294
		CHF	1 007 860	1 324 195	1 112 241
Darlehen		Anzahl	24	66	82
		CHF	241 993	388 229	639 254

1 Alle Personen mit einem Beschäftigungsgrad von 100% und Abwesenheiten ≤ 180 Kalendertage
2 Neue Berechnungsmethode: Die Weiterbeschäftigung von Mitarbeitenden mit Langzeitabsenzen wird je nach Betrieb und Branche unterschiedlich gehandhabt. Damit der Vergleich mit den Daten des Bundesamts für Statistik (BfS) und anderen Unternehmen in der Schweiz möglich ist, berücksichtigen wir in dieser Berechnung die Abwesenheiten von Vollzeitmitarbeitenden für die Dauer von maximal sechs Monaten.

Chancengleichheit, Diversität und Inklusion

Chancengleichheit, Diversität und Inklusion

2021–2023	GRI-Referenz	Einheit	2021	2022	2023
Angestellte	**2-7**	**Personen**	**47 378**	**46 518**	**46 077**
Weiblich	2-7	%	43,0%	42,0%	41,3%
Männlich	2-7	%	57,0%	58,0%	58,7%
Anstellungsverhältnis					
Vollzeitbeschäftigte	2-7	Personen	23 450	23 142	23 212
Weiblich	2-7	%	23,0%	22,6%	22,8%
Männlich	2-7	%	77,0%	77,4%	77,2%
Teilzeitbeschäftigte	2-7	Personen	18 317	17 794	17 123
Weiblich	2-7	%	65,5%	64,2%	64,0%
Männlich	2-7	%	34,5%	35,8%	36,0%
In Kaderfunktionen		%	13,7%	13,9%	14,6%
Unbefristet Beschäftigte	2-7	Personen	38 424	38 057	37 345
Weiblich	2-7	%	41,7%	40,6%	40,3%
Männlich	2-7	%	58,3%	59,4%	59,7%
Befristet Beschäftigte	2-7	Personen	646	319	279
Weiblich	2-7	%	36,8%	43,6%	44,1%
Männlich	2-7	%	63,2%	56,4%	55,9%
Beschäftigte mit nicht garantierten Arbeitszeiten	2-7	Personen	5 439	5 278	4 977
Weiblich	2-7	%	44,4%	43,0%	42,0%
Männlich	2-7	%	55,6%	57,0%	58,0%

Chancengleichheit, Diversität und Inklusion

2021–2023	GRI-Referenz	Einheit	2021	2022	2023
Diversität					
Frauen im Kader					
Im obersten Kader		%	21,6%	22,6%	24,2%
Im mittleren/unteren Kader		%	22,8%	21,8%	22,3%
OR und Führungspersonen GAV		%	22,7%	21,9%	22,5%
Kommunikationssprache					
Deutsch		%	76,9%	76,3%	76,4%
Französisch		%	18,3%	18,8%	18,7%
Italienisch		%	4,8%	4,9%	4,9%
Führungsduos, die sich die Führungsverantwortung teilen		Anzahl	N/A	68	93
Durchschnittsalter der Belegschaft		Jahre	45,8	45,8	46,1
Diversität im Verwaltungsrat und Konzernleitung					
Geschlecht					
Weiblich	405-1	%	27,8%	33,3%	33,3%
Männlich	405-1	%	72,2%	66,7%	66,7%
Alter					
Unter 30 Jahre	405-1	%	0,0%	0,0%	0,0%
Zwischen 30 und 50 Jahre	405-1	%	16,7%	16,7%	11,1%
Über 50 Jahre alt	405-1	%	83,3%	83,3%	88,9%
Nationalität					
Schweiz	202-2	%	77,8%	77,8%	72,2%
Deutschland	202-2	%	16,7%	16,7%	22,2%
Niederlande	202-2	%	5,6%	5,6%	5,6%
Lohngleichheit					
Post CH AG[1]		%	–1,8%	N/A	N/A
Post CH AG (LS)		%	N/A	N/A	–0,3%
Post CH Netz AG		%	N/A	N/A	–2,3%
Post CH Kommunikatons AG (KS)		%	N/A	N/A	–2,2%
Die Schweizerische Post AG (Funktionsbereiche)		%	N/A	N/A	–3,5%
PostAuto AG		%	–0,7%	N/A	–0,3%
PostFinance AG		%	–2,3%	N/A	–3,1%
SecurePost AG		%	–0,9%	N/A	N/A
Post Immobilien Management und Services AG		%	–8,9%	N/A	–3,3%
PostLogistics AG		%	0,2%	N/A	–1,3%
Presto Presse-Vertriebs AG		%	–2,8%	N/A	–2,6%
notime AG		%	–0,4%	N/A	–3,0%
Lohnspanne					
Lohnspanne (Verhältnis der Jahresgesamtvergütung)[2]	2-21	Faktor	9,42	9,25	9,49
Veränderung der Lohnspanne (Verhältnisses der Jahresgesamtvergütung)	2-21	Prozent	1,77	–0,82	1,57

1 2023 wurde Post CH AG neu unterteilt und alle Funktionsbereiche (Finanzen, Kommunikation, Personal usw.) in die Schweizerische Post AG verschoben.
2 Faktor = durchschnittliche Entschädigung an Konzernleitungsmitglieder zu Durchschnittslohn Mitarbeitende

Ausbildung und Entwicklung der Mitarbeitenden

Ausbildung und Entwicklung der Mitarbeitenden

2021–2023	GRI-Referenz	Einheit	2021	2022	2023
Berufslehre					
Berufsgruppen		Anzahl	18	19	19
Lernpersonal Schweiz		Personen	1 860	1 839	1 844
Ausbildungsquote		%	5,5%	5,5%	5,5%
Berufslehre Start		Lernende	749	723	753
Bestanden Lehrabschlussprüfungen		%	98,0%	97,0%	97,0%
Neue Berufsleute, die ihre Berufskarriere bei der Post fortsetzen		%	85,0%	65,0%	60,0%
Weiterbildungen					
Externe Weiterbildungen		Mio. CHF	7,7	9,0	9,2
Kostenbeteiligung der Post		Mio. CHF	5,8	7,0	7,4

Dialog mit Mitarbeitenden und Gewerkschaften

Dialog mit Mitarbeitenden und Gewerkschaften

2021–2023	GRI-Referenz	Einheit	2021	2022	2023
Gesamtarbeitsverträge					
Anstellung nach GAV Post		%	80,3%	81,0%	80,3%
Minimallohn GAV Post Region D		CHF/Jahr	50 451	50 653	52 503

Beschaffung

Beschaffung

2021–2023	GRI-Referenz	Einheit	2021	2022	2023
Beschaffungsvolumen bei inländischen Lieferanten	204-1	Anteil in %	90,0%[1]	94,8%[1]	93,0%

1 ohne PostFinance

Anhang

Assurance Statement (CO_2) 66
Methodik 68
Global-Reporting-Initiative-Index 69

Assurance Statement (CO_2)

GRI 2-5 Externe Prüfung

Intep
Integrale Planung GmbH
Pfingstweidstrasse 16
8005 Zürich

T +41 (0) 44 578 11 12
www.intep.com

intep

An die Konzernleitung
Die Schweizerische Post AG
Wankdorfallee 4
3030 Bern

Zürich, 16. Februar 2024

Die Schweizerische Post AG – Treibhausgasbilanzierung Geschäftsjahr 2023
→ **Bericht des unabhängigen Prüfers zur Treibhausgasbilanzierung und zur Beschaffung ökologischer Qualitätszertifikate**

Unser Auftrag und Umfang des Prüfgegenstands
Wir wurden beauftragt, eine prüferische Durchsicht für den Berichtszeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2023 zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit für den folgenden Prüfungsgegenstand durchzuführen:

- Die Treibhausgasbilanz der Schweizerischen Post für das Geschäftsjahr 2023 und die Korrektheit der Kennzahlen im nicht-finanziellen Bericht 2023 zur Nachhaltigkeitsberichterstattung nach GRI 302 (Energieverbrauch) und GRI 305 (Direkte Treibhausgasemissionen - Scope 1, indirekte energiebezogene Treibhausgasemissionen - Scope 2 und weitere relevante indirekte Treibhausgasemissionen - Scope 3)
- Die Prüfung der zu beschaffenden Menge an THG-Zertifikaten zur vollständigen Kompensation der Treibhausgasemissionen des «pro clima»-Versands für das Geschäftsjahr 2023
- Die Prüfung der beschafften Menge an Stromzertifikaten und Beurteilung der Aufteilung der Menge in erneuerbare und ökologische Stromzertifikate
- Den Prozess der Berichterstattung, den Workflow zur Datenerhebung, Kalkulationen und Aggregation sowie den Ablauf des Verifikationsprozesses im Rahmen der Treibhausgasbilanzierung, des «pro clima»-Versands sowie der Stromzertifikate.

Kriterien
Die Treibhausgasbilanzierung wurde auf Grundlage der folgenden von der Post definierten Kriterien erstellt:

- ISO 14064-1:2018, WRI/WBCSD Greenhouse Gas Protocol, Revised Edition 2004 und GRI Standards 302 und 305.
- Die von der Post definierten und im Handbuch Unternehmensökobilanzierung 2023 und der Funktionsweisung Klima- und Energieziel aufgeführten Zuständigkeiten und Vorgaben zur Beschaffung von ökologischen Qualitätszertifikaten und zum Ablauf der Datenerhebung, -verarbeitung und -aggregation sowie zur Datenverifikation und Qualitätssicherung.

Verantwortung der Post
Die Konzernleitung der Post ist für die Erstellung der Treibhausgasbilanzierung und für die Beschaffung der ökologischen Qualitätszertifikate in Übereinstimmung mit den Kriterien verantwortlich. Diese Verantwortung beinhaltet die Ausgestaltung, Implementierung und Aufrechterhaltung angemessener interner Kontrollen mit Bezug auf die Erstellung der Treibausgasbilanzierungen inklusive Berechnung der Treibhausgasemissionen, die frei von wesentlichen falschen Darstellungen als Folge von Verstössen oder Irrtümern ist. Darüber hinaus ist die

intep

Konzernleitung für die Auswahl und die Anwendung der Kriterien und das Führen angemessener Aufzeichnungen verantwortlich.

Verantwortung des Prüfers
Unsere Verantwortung ist es, auf Grundlage unserer Prüfung zur Erlangung von begrenzter Sicherheit ein Urteil über die Treibhausgasbilanzierung, die Berechnung der zu kompensierenden THG-Emissionen aus dem «pro clima»-Versand und den Stromverbrauch inklusive beschaffte Menge an Stromzertifikaten abzugeben.

Wir haben unsere Überprüfung in Übereinstimmung mit der Anleitung und Verifizierung von Erklärungen über Treibhausgase (ISO 14064-3:2019) vorgenommen um festzustellen, ob der Prüfungsgegenstand in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den oben aufgeführten Kriterien erstellt worden ist.

Unter Berücksichtigung von Risiko- und Wesentlichkeitsüberlegungen haben wir Prüfungshandlungen durchgeführt, um ausreichende und geeignete Prüfungsnachweise zu erlangen. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemässen Ermessen des unabhängigen Prüfers. Bei einer Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit weniger umfangreich, so dass dementsprechend eine geringere Sicherheit gewonnen wird.

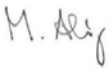
Im Wesentlichen haben wir folgende Arbeiten durchgeführt:

- Beurteilung der Konzernvorgaben zur Treibhausgasbilanzierung und den Kompensationsprozessen und deren praktische Umsetzung
- Befragung wesentlicher Datenlieferanten und Verantwortlichen aus den Konzerngesellschaften PostAuto AG, Post Company Cars AG und PostFinance AG, sowie aus den Business Units Güterlogistik (LS4), Immobilien und Management Services (IMS) und der Beschaffung (F30)
- Befragung des Corporate Responsibility Teams (UE2) des Stab CEO als zuständige Stelle für die Treibhausgasbilanzierung, Nacherfassungen von ver- und zugekauften Unternehmen, den «pro clima»-Versand inklusive Kompensation sowie für die Beschaffung der Stromzertifikate
- Einsichtnahme in den organisatorischen Aufbau, den Wissens- und Schulungsstand der involvierten Mitarbeitenden, die Methoden der Datengewinnung und –aufbereitung sowie die internen Kontrollen, welche für die prüferische Durchsicht relevant sind
- Analytische Überlegungen, Befragungen und Einsichtnahme in die Dokumentation der Systeme und Prozesse zur Erhebung, Kalkulation, Erfassung, Analyse und Aggregation der Daten inklusive Dokumenteneinsicht und deren stichprobenartige Überprüfung
- Beurteilung und Überprüfung der Methodik zur Berechnung der Treibhausgasbilanz des Konzerns
- Beurteilung der Berechnungsgrundlagen des «pro clima»-Versands und Überprüfung der zu beschaffenden Menge an THG-Zertifikaten für deren vollständige Kompensation
- Prüfung des Stromverbrauchs für die zu beschaffende Menge an Stromzertifikaten und Beurteilung der Aufteilung der Menge in erneuerbare und ökologische Stromzertifikate

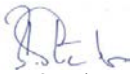
Wir sind der Auffassung, dass die von uns erlangten Prüfungsnachweise ausreichend und geeignet sind, um als Grundlage für unsere Schlussfolgerung zu dienen.

Schlussfolgerung
Bei unserer Prüfung sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Treibhausgasbilanz und die zu beschaffenden Menge an ökologischen Qualitätszertifikaten (THG-Zertifikate «pro clima»-Versand und Stromzertifikate) für das Geschäftsjahr 2023 nicht in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den Kriterien erstellt worden ist.

Intep – Integrale Planung GmbH



Martina Alig
Bereichsleiterin



Beat Stemmler
Geschäftsführer

16. Februar 2024

Methodik

Die Regeln für die Berechnungen entsprechen dem GRI-(Global Reporting Initiative)-Standard. Im Hinblick auf Treibhausgas-(THG)-Emissionen wendet die Post die internationalen Standards ISO 14064-1:2018 sowie WRI/WBCSD Greenhouse Gas Protocol (Revised Edition 2004) an.

Alle Definitionen für die in diesem Bericht veröffentlichten Indikatoren sind in einem internen Glossar verfügbar. Jede Änderung in der Berechnungsmethodik wird transparent im nichtfinanziellen Bericht als Fussnote oder in diesem Abschnitt, abhängig von der Auswirkung der Änderung, kommuniziert.

Aus regulatorischer Sicht ist die Post nicht den Vorschriften gemäss OR964a–c unterlegen. Sie hat einen proaktiven Ansatz gewählt und berichtet freiwillig in Orientierung an die genannten Bestimmungen. Die Verweise auf die entsprechenden Bestimmungen sind im GRI-Index ab Seite 69 angegeben. PostFinance unterliegt den genannten Vorschriften und berichtet über die relevanten Themen in ihrem separaten Bericht über nichtfinanzielle Belange (Bericht über nichtfinanzielle Belange 2023, PDF).

Umfang der Konsolidierung und Berichtsmethoden

Dieser Bericht umfasst den Konzern und seine Konzerngesellschaften im Zeitraum vom 1. Januar 2023 bis zum 31. Dezember 2023.[1] Bei Erwerb oder Gründung einer neuen Konzerngesellschaft durch die Post können die Verfahren und Definitionen für nichtfinanzielle Daten von den Standards der Post abweichen. Neuen Konzerngesellschaften wird eine Übergangsfrist gewährt, um die Standards der Post zu erfüllen.

Sämtliche Umweltdaten werden von der Post nach den Grundsätzen des Greenhouse Gas Protocol erhoben. Im Falle der Veräusserung von Konzerngesellschaften werden die entsprechenden leistungsbezogenen Daten aus der Berechnungsgrundlage exkludiert – umgekehrt werden die Daten von akquirierten Gesellschaften inkludiert. Gesellschaften, die nicht weitergeführt werden, verbleiben in den historischen Daten. Für Daten zu sozialen und Governance-Aspekten werden keine Restatements vorgenommen.[2]

Umfang und Berichtsmethodik: Spezifikationen

Die Abdeckung unserer nichtfinanziellen Daten variiert je nach Thema. Derzeit werden für die einzelnen Nachhaltigkeitsdimension die folgenden Systeme und Methoden verwendet:

- Daten zu sozialen Aspekten werden hauptsächlich über das Finanzsystem erfasst. Die Abdeckung für das Jahr 2023 beträgt 92 Prozent. Die Abdeckung für Daten zu Governance beträgt ebenfalls 92 Prozent.
- Klima- und Energiedaten werden über eine Umweltdatensoftware erfasst. Der Abdeckungsgrad für 2023 beträgt 93 Prozent für die CO_2-Emissionen in Scope 1 und Scope 2. Sie Scope-3-Kategorien 3.9, 3.10 und 3.14 werden aufgrund fehlender Relevanz für die Post nicht berechnet.
- Luftschadstoffemissionen (Stickoxide (NO_x) Schwefeloxide (SO_x), Nicht-Methan flüchtige Kohlenwasserstoffe (NMVOC), Fluorchlorkohlenwasserstoffe und Feinstaub (PM10)) werden aus den Energiedaten abgeleitet. Die Abdeckung ist gleich wie bei der Treibhausgasbilanz (93 Prozent).
- Die Risikoanalyse in Bezug auf menschenrechtliche Sorgfaltspflichten und Umwelt umfasst 7505 Lieferanten und deckt 90 Prozent des Beschaffungsvolumens im Jahr 2023 ab.
- In den Daten zum Datenschutz und zur Risikoanalyse der Beschaffung ist unsere Tochtergesellschaft PostFinance nicht enthalten. Diese Informationen finden sich in deren nichtfinanziellem Bericht (Bericht über nichtfinanzielle Belange 2023, PDF).

1 GRI 2-2 Entitäten, die in der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Organisation berücksichtigt werden, GRI 2-3 Berichtszeitraum, Berichtshäufigkeit und Kontaktstelle
2 GRI 2-4 Richtigstellung oder Neudarstellung von Informationen

Kontrollen und Gewährleistung

Alle nichtfinanzielle Daten werden von Tochtergesellschaften (Konzerngesellschaften Post CH AG, PostFinance AG, PostAuto AG, Post CH Kommunikation AG und Post CH Netz AG) erfasst und auf Konzernebene konsolidiert. Es besteht eine externe Assurance für die Treibhausgasbilanzierung und zur Beschaffung ökologischer Qualitätszertifikate, die von der unabhängigen Beratungsfirma Intep mit begrenzter Sicherheit geprüft wird (siehe Kapitel Assurance Statement auf Seite 66). Die Post evaluiert, den Umfang der Gewährleistung in den kommenden Jahren auf weitere wesentliche Themen zu erweitern.

Global-Reporting-Initiative-Index

Die Schweizerische Post, mit Hauptsitz in Bern (Schweiz), dokumentiert ihre Nachhaltigkeitsleistung für das Jahr 2023 in Übereinstimmung mit den GRI-Standards. Nachhaltigkeit beschreibt dabei eine angemessene Balance zwischen wirtschaftlichem Erfolg, ökologischem Handeln und sozialgesellschaftlicher Verantwortung. Die Global Reporting Initiative (GRI) gibt international anerkannte Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung vor und fördert somit Transparenz und Vergleichbarkeit.

Im nachfolgenden GRI-Inhaltsindex sind in den Spalten SDG, UNGC, OR 964 sowie TCFD den angegebenen Nummern die folgenden Aspekte zugewiesen:

Erläuterung zur GRI-Tabelle

Sustainable Development Goals (SDG)	United Nation Global Compact (UNGC)-Prinzipien	Obligationenrecht (OR) 964, Art. 964a–c sowie 964j	Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD)
3 = Gesundheit und Wohlergehen	1 = Unternehmen sollen den Schutz der internationalen Menschenrechte unterstützen und achten.	1 = Umweltbelange, insbesondere die CO_2-Ziele	1 = Governance
7 = Bezahlbare und saubere Energie	2 = Unternehmen sollen sicherstellen, dass sie sich nicht an Menschenrechtsverletzungen mitschuldig machen.	2 = Sozialbelange	2 = Strategie
8 = Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum	3 = Unternehmen sollen die Vereinigungsfreiheit und die wirksame Anerkennung des Rechts auf Kollektivverhandlungen wahren.	3 = Arbeitnehmerbelange	3 = Risikomanagement
9 = Industrie, Innovation und Infrastruktur	4 = Unternehmen sollen für die Beseitigung aller Formen der Zwangsarbeit eintreten.	4 = Achtung der Menschenrechte	4 = Kennzahlen und Zielvorgaben
11 = Nachhaltige Städte und Gemeinden	5 = Unternehmen sollen für die Abschaffung von Kinderarbeit eintreten.	5 = Bekämpfung der Korruption	
12 = Verantwortungsvoller Konsum und Produktion	6 = Unternehmen sollen für die Beseitigung von Diskriminierung bei Anstellung und Erwerbstätigkeit eintreten.	6 = Sorgfaltspflichten und Transparenz bezüglich Mineralien und Metallen aus Konfliktgebieten sowie Kinderarbeit[1]	
	7 = Unternehmen sollen im Umgang mit Umweltproblemen dem Vorsorgeprinzip folgen.		
	8 = Unternehmen sollen Initiativen ergreifen, um grösseres Umweltbewusstsein zu fördern.		
	9 = Unternehmen sollen die Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien beschleunigen.		
	10 = Unternehmen sollen gegen alle Arten der Korruption eintreten, einschliesslich Erpressung und Bestechung.		

Es werden folgende Abkürzungen verwendet:

FB = Finanzbericht
nB = nichtfinanzieller Bericht

1 Weder überführt die Post Konfliktmineralien oder -metalle in den freien Verkehr der Schweiz noch bearbeitet sie solche (Art. 964j Abs. 1 Ziff. 1 OR). Die Sorgfalts- und Berichterstattungspflichten bezüglich Konfliktmineralien und -metallen finden somit keine Anwendung auf die Post.

Global-Reporting-Initiative-Index

GRI-Indikator		Verweis Seite (Bericht)	Auslassungen, Gründe für die Auslassung und erforderliche Erklärungen	SDG (Nr.)	UNGC-Prinzip (Nr.)	OR 964	TCFD
GRI 2: Allgemeine Angaben 2021							
2-1	Organisationsprofil/Geschäftsmodelle (Geschäftstätigkeit)	6 (FB)					1
2-2	Entitäten, die in der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Organisation berücksichtigt werden	68 (nB)					1
2-3	Berichtszeitraum, Berichtshäufigkeit und Kontaktstelle	68 (nB)					1
2-4	Richtigstellung oder Neudarstellung von Informationen	68 (nB)					4
2-5	Externe Prüfung	66 (nB)					1
2-6	Aktivitäten, Wertschöpfungskette und andere Geschäftsbeziehungen	6 (FB)				4	1
2-7	Angestellte	60 (nB)					
2-8	Mitarbeiter/-innen, die keine Angestellten sind	–	Daten zentral nicht verfügbar, werden 2024 gesammelt	8	6	4	1
2-9	Führungsstruktur und Zusammensetzung	59 (FB)		8			
2-10	Nominierung und Auswahl des höchsten Kontrollorgans	67 (FB)				5	1
2-11	Vorsitzende/-r des höchsten Kontrollorgans	60 (FB)					1
2-12	Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Beaufsichtigung der Bewältigung der Auswirkungen	15 (nB)					1
2-13	Delegation der Verantwortung für das Management der Auswirkungen	15, 17 (nB)					1
2-14	Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung	16 (nB)					1
2-15	Interessenkonflikte	59 (FB)				5	
2-16	Übermittlung kritischer Anliegen	54 (FB)					
2-17	Gesammeltes Wissen des höchsten Kontrollorgans	59 (FB)					1
2-18	Bewertung der Leistung des höchsten Kontrollorgans	59 (FB)					
2-19	Vergütungspolitik	71 (FB)		8			1
2-20	Verfahren zur Festlegung der Vergütung	73 (FB)					
2-21	Verhältnis der Jahresgesamtvergütung	63 (nB)					
2-22	Anwendungserklärung zur Strategie für nachhaltige Entwicklung	1 (nB)		9	8		1
2-23	Verpflichtungserklärung zu Grundsätzen und Handlungsweisen	20 (nB)		9	8		
2-24	Einbeziehung der Verpflichtungserklärungen zu Grundsätzen und Handlungsweisen	19 (nB)		3	6	2	
2-25	Verfahren zur Beseitigung negativer Auswirkungen	19 (nB)		8	1	5	1
2-26	Verfahren für die Einholung von Ratschlägen und die Meldung von Anliegen	19 (nB)		8	1	5	1
2-27	Einhaltung von Gesetzen und Verordnungen	18 (nB)				5	
2-28	Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen	1, 20, 36, 44 (nB)		9	8	2	
2-29	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	56 (nB)		9	8		
2-30	Tarifverträge	49 (nB)		8	3	3	
GRI 3: Wesentliche Themen 2021		12 (nB)					2
3-1	Verfahren zur Bestimmung wesentlicher Themen	11 (nB)					2
3-2	Liste der wesentlichen Themen	11 (nB)					2
GRI 201: Wirtschaftliche Leistung 2016		48 (FB)		8			
201-1	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	99 (FB)		8			
201-2	Finanzielle Folgen des Klimawandels für die Organisation und andere mit dem Klimawandel verbundene Risiken und Chancen	17 (nB)		9	7	1	3
201-3	Verbindlichkeiten für leistungsorientierte Pensionspläne und sonstige Vorsorgepläne	108 (FB)		8		3	
201-4	Finanzielle Unterstützung durch die öffentliche Hand	98 (FB)					2

Global-Reporting-Initiative-Index

GRI-Indikator		Verweis Seite (Bericht)	Auslassungen, Gründe für die Auslassung und erforderliche Erklärungen	SDG (Nr.)	UNGC-Prinzip (Nr.)	OR 964	TCFD
GRI 202: Marktpräsenz 2016				8	6	3	
202-1	Verhältnis des nach Geschlecht aufgeschlüsselten Standard-eintrittsgehalts zum lokalen gesetzlichen Mindestlohn	–	Auf Gruppenebene nicht relevant. 5 Kantone haben einen Mindestlohn definiert	8	6	3	
202-2	Anteil der aus der lokalen Gemeinschaft angeworbenen oberen Führungskräfte	62 (nB)		8	6	3	
GRI 203: Indirekte ökonomische Auswirkungen 2016		54 (nB)				2	
203-1	Infrastrukturinvestitionen und geförderte Dienstleistungen	27 (FB)		9	8	2	
203-2	Erhebliche indirekte ökonomische Auswirkungen	46, 54 (nB)		11		2	
GRI 204: Beschaffungspraktiken 2016		51 (nB)		8		2	
204-1	Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten	64 (nB)		8, 11		2	
GRI 205: Antikorruption 2016		19 (nB)				5	
205-1	Betriebsstätten, die auf Korruptionsrisiken geprüft wurden	19 (nB)				5	
205-2	Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung	19 (nB)				5	
205-3	Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Massnahmen	20 (nB)				5	
GRI 206: Wettbewerbswidriges Verhalten 2016		19 (nB)			10	5	
206-1	Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung	19 (nB)			10	5	
GRI 301: Materialien 2016		27 (nB)		12	8	1	
301-1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	–	Daten zentral nicht verfügbar, Relevanz für die zentrale Sammlung wird 2024 geprüft	12	8	1	
301-2	Eingesetzte recycelte Ausgangsstoffe	–		12	8	1	
301-3	Wiederverwertete Produkte und ihre Verpackungsmaterialien	–		12	8	1	
GRI 302: Energie 2016		25 (nB)		7	8	1	4
302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	25 (nB); 58 (nB)		7		1	4
302-2	Energieverbrauch ausserhalb der Organisation	58 (nB)		7		1	4
302-3	Energieintensität	58 (nB)		7		1	4
302-4	Verringerung des Energieverbrauchs	25 (nB)		7		1	4
302-5	Senkung des Energiebedarfs für Produkte und Dienstleistungen	25 (nB)		7		1	4
GRI 303: Wasser und Abwasser 2018		27 (nB)		12	8	1	
303-1	Wasser als gemeinsam genutzte Ressource	–	Daten zentral nicht verfügbar, Relevanz für die zentrale Sammlung wird 2024 geprüft	12	8	1	
303-2	Umgang mit den Auswirkungen der Wasserrückführung	–		12	8	1	
303-3	Wasserentnahme	–		12	8	1	
303-4	Wasserrückführung	–		12	8	1	
303-5	Wasserverbrauch	–		12	8	1	
GRI 304: Biodiversität 2016		28 (nB)		11	8	1	
304-1	Eigene, gemietete und verwaltete Betriebsstandorte, die sich in oder neben Schutzgebieten und Gebieten mit hohem Biodiversitätswert ausserhalb von geschützten Gebieten befinden		Nicht verfügbar. Eine qualitative Studie zu diesem Thema wurde im Jahr 2023 durchgeführt. Eine quantitative Studie wird im Jahr 2024 durchgeführt	11		1	
304-2	Erhebliche Auswirkungen von Aktivitäten, Produkten und Dienstleistungen auf die Biodiversität	28 (nB)		11	8	1	
304-3	Geschützte oder renaturierte Lebensräume		Nicht verfügbar. Eine qualitative Studie zu diesem Thema wurde im Jahr 2023 durchgeführt. Eine quantitative Studie wird im Jahr 2024 durchgeführt	11		1	
304-4	Arten auf der Roten Liste der Weltnaturschutzunion (IUCN) und auf nationalen Listen geschützter Arten, die ihren Lebensraum in Gebieten haben, die von Geschäftstätigkeiten betroffen sind			11		1	

Global-Reporting-Initiative-Index

GRI-Indikator		Verweis Seite (Bericht)	Auslassungen, Gründe für die Auslassung und erforderliche Erklärungen	SDG (Nr.)	UNGC-Prinzip (Nr.)	OR 964	TCFD
GRI 305: Emissionen 2016		22, 28 (nB)		7	8	1	4
305-1	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	58 (nB)		7		1	4
305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	58 (nB)		7		1	4
305-3	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	23 (nB); 59 (nB)		7		1	4
305-4	Intensität der Treibhausgasemissionen	59 (nB)		7		1	4
305-5	Senkung der Treibhausgasemissionen	24 (nB)		7		1	4
305-6	Emissionen Ozon abbauender Substanzen	59 (nB)		7		1	4
305-7	Stickstoffoxide (NO_x), Schwefeloxide (SO_x) und andere signifikante Luftemissionen	28 (nB)		7		1	4
GRI 306: Abfall 2020		27 (nB)		12	8	1	
306-1	Anfallender Abfall und erhebliche abfallbezogene Auswirkungen	27 (nB)		12	8	1	
306-2	Management erheblicher abfallbezogener Auswirkungen	27 (nB)		12	8	1	
306-3	Angefallener Abfall		Nicht verfügbar. Diese Informationen werden lokal verwaltet. Wir werden im Jahr 2024 die Relevanz prüfen, diese Informationen zentral zu sammeln.	12	8	1	
306-4	Von Entsorgung umgeleiteter Abfall			12	8	1	
306-5	Zur Entsorgung weitergeleiteter Abfall			12	8	1	
GRI 308: Umweltbewertung der Lieferanten 2016		51 (nB)		8	8	1	4
308-1	Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden	51 (nB)		8	8	1	
308-2	Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Massnahmen	51 (nB)		8	8	1	
GRI 401: Beschäftigung 2016		41 (nB)		8	6	3	
401-1	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation	62 (nB)		8	6	3	
401-2	Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmern oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden	49 (nB)		8	6	3	
401-3	Elternzeit	61 (nB)		8	6	3	
GRI 402: Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis 2016		48 (nB)		8	6	3	
402-1	Mindestmitteilungsfrist für betriebliche Veränderungen	48 (nB)					
GRI 403: Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz 2018		42 (nB)		3	1	3	
403-1	Managementsystem für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz	42 (nB)		3	1	3	
403-2	Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen	42, 63 (nB)		3	1	3	
403-3	Arbeitsmedizinische Dienste	42 (nB)		3	1	3	
403-4	Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz	43, 63 (nB)		3	1	3	
403-5	Mitarbeiterschulungen zu Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz	43 (nB)		3	1	3	
403-6	Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter	43 (nB)		3	1	3	
403-7	Vermeidung und Abmilderung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf die Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz	42 (nB)		3	1	3	
403-8	Mitarbeiter, die von einem Managementsystem für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz abgedeckt sind	42 (nB)		3	1	3	
403-9	Arbeitsbedingte Verletzungen	61 (nB)		3	1	3	
403-10	Arbeitsbedingte Erkrankungen	61 (nB)		3	1	3	

Global-Reporting-Initiative-Index

GRI-Indikator		Verweis Seite (Bericht)	Auslassungen, Gründe für die Auslassung und erforderliche Erklärungen	SDG (Nr.)	UNGC-Prinzip (Nr.)	OR 964	TCFD
GRI 404: Aus- und Weiterbildung 2016		46 (nB)		3		3	
404-1	Durchschnittliche Stundenzahl für Ausund Weiterbildung pro Jahr und Angestellten		Daten zentral nicht komplett verfügbar.	3		3	
404-2	Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	47 (nB)		3		3	
404-3	Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmässige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung erhalten	48 (nB)		3		3	
GRI 405: Diversität und Chancengleichheit 2016		44 (nB)		8	6	2	
405-1	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	44, 65 (nB)		8	6	2	
405-2	Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zum Grundgehalt und zur Vergütung von Männern	45 (nB)		8	6	2	
GRI 406: Nichtdiskriminierung 2016		45 (nB)		8	6	2	
406-1	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemassnahmen	45 (nB)		8	6	2	
GRI 407: Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen 2016		48 (nB)		8	3	3	
407-1	Betriebsstätten und Lieferanten, bei denen das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen bedroht sein könnte	48 (nB)		8	3	3	
GRI 408: Kinderarbeit 2016		51 (nB)		8	5	4	
408-1	Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Kinderarbeit	51 (nB)	Basierend auf dem Standort, an dem wir tätig sind, gilt dies nur für unsere Lieferanten.	8	5	4	
GRI 409: Zwangs- oder Pflichtarbeit 2016		51 (nB)		8	4	4	
409-1	Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Zwangs- oder Pflichtarbeit	52 (nB)	Basierend auf dem Standort, an dem wir tätig sind, gilt dies nur für unsere Lieferanten.	8	4	4	
GRI 414: Soziale Bewertung der Lieferanten 2016		51 (nB)		12	1	2	
414-1	Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden	51 (nB)		12	1	2	
414-2	Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Massnahmen	51 (nB)		12	1	2	
GRI 415: Politische Einflussnahme 2016		56 (nB)		11		5	
415-1	Parteispenden	56 (nB)		11		5	
GRI 416: Kundengesundheit und -sicherheit 2016		31 (nB)		12	1	2	3
416-1	Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit	31, 32 (nB)		12	1	2	
416-2	Verstösse im Zusammenhang mit den Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf die Gesundheit und Sicherheit	32 (nB)		12	1	2	
GRI 418: Schutz der Kundendaten 2016		34 (nB)					
418-1	Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes von Kundendaten und den Verlust von Kundendaten	34, 61 (nB)					

Zur Berichterstattung

Dokumentenstruktur

Die Berichterstattung 2023 der Schweizerischen Post besteht aus folgenden Dokumenten:

- Die Schweizerische Post AG:
  - Jahresbericht 2023
  - Finanzbericht 2023 (Lagebericht, Corporate Governance und Jahresabschlüsse Konzern, Die Schweizerische Post AG sowie PostFinance AG)
  - Nichtfinanzieller Bericht 2023
- PostFinance AG:
  - Geschäftsbericht 2023
  - Bericht über nichtfinanzielle Belange 2023
  - Offenlegung Eigenmittel aus Systemrelevanz per 31. Dezember 2023
  - Offenlegung Eigenmittel per 31. Dezember 2023
  - Offenlegung zu klimabezogenen Finanzrisiken Geschäftsjahr 2023

Diese Dokumente sind in elektronischer Form in der Onlineversion der Berichterstattung unter geschaeftsbericht.post.ch/downloads bzw. unter postfinance.ch/berichterstattung abrufbar. Der Jahresbericht, der Finanzbericht und der nichtfinanzielle Bericht der Schweizerischen Post sowie der Geschäftsbericht der PostFinance AG liegen zudem in gedruckter Form vor.

Sprachen

Der nichtfinanzielle Bericht der Schweizerischen Post ist auf Deutsch, Englisch, Französisch und Italienisch verfügbar. Massgebend ist die Version in deutscher Sprache.

Bestellung Druckexemplare

Die gedruckte Version des Jahres-, des Finanz- und des nichtfinanziellen Berichts der Schweizerischen Post kann unter post.ch/bestellung-geschaeftsbericht und der Geschäftsbericht von PostFinance unter postfinance.ch/geschaeftsbericht bestellt werden. Mitarbeitende der Post können Exemplare über den ordentlichen Bestellweg für Drucksachen beziehen.

Impressum

Herausgeberin und Kontaktstelle
Die Schweizerische Post AG
Wankdorfallee 4
Postfach
3030 Bern
Schweiz

Telefon +41 848 888 888
Medienkontakt +41 58 341 00 00
post.ch

Konzeption und Projektmanagement
Stab CEO, Post, Bern
Dr. Andreas Sturm, phorbis Communications AG, Basel

Text
Stab CEO, Post, Bern
Sandra Schindler, Klarkom AG, Bern

Fotos
Kommunikation Post sowie diverse Quellen

Gestaltung und Satz
Ilona Troxler Smith, phorbis Communications AG, Basel

Korrektorat und Übersetzungen
Sprachdienst Post, Bern

Druck
Stämpfli AG, Bern

Zum Druck und Papier:
Dieser Bericht wurde auf zu 100 Prozent FSC®-zertifiziertem Recyclingpapier ohne optische Aufheller CO_2-kompensiert (myclimate.org/01-24-312149) gedruckt. Das Papier BalancePure® ist mit dem Blauen Engel, dem Umweltzeichen für besonders umweltschonende Produkte, ausgezeichnet (blauer-engel.de). Es verfügt über das EU-Umweltzeichen (ecolabel.eu), ist FSC®-zertifiziert (fsc.org) und verfügt über ein «Cradle to Cradle Certified Silver»-Zertifikat (c2ccertified.org).

RECYCLED
Papier aus Recyclingmaterial
FSC® C016087
www.fsc.org

gedruckt in der schweiz

071.44.2 de (238270) 03.2024

Die Schweizerische Post AG
Wankdorfallee 4
Postfach
3030 Bern
Schweiz

Telefon +41 848 888 888
post.ch