

> [STARTSEITE](#) > [KONZERN & STEUERUNG](#)

BRIEF AN DIE STAKEHOLDER



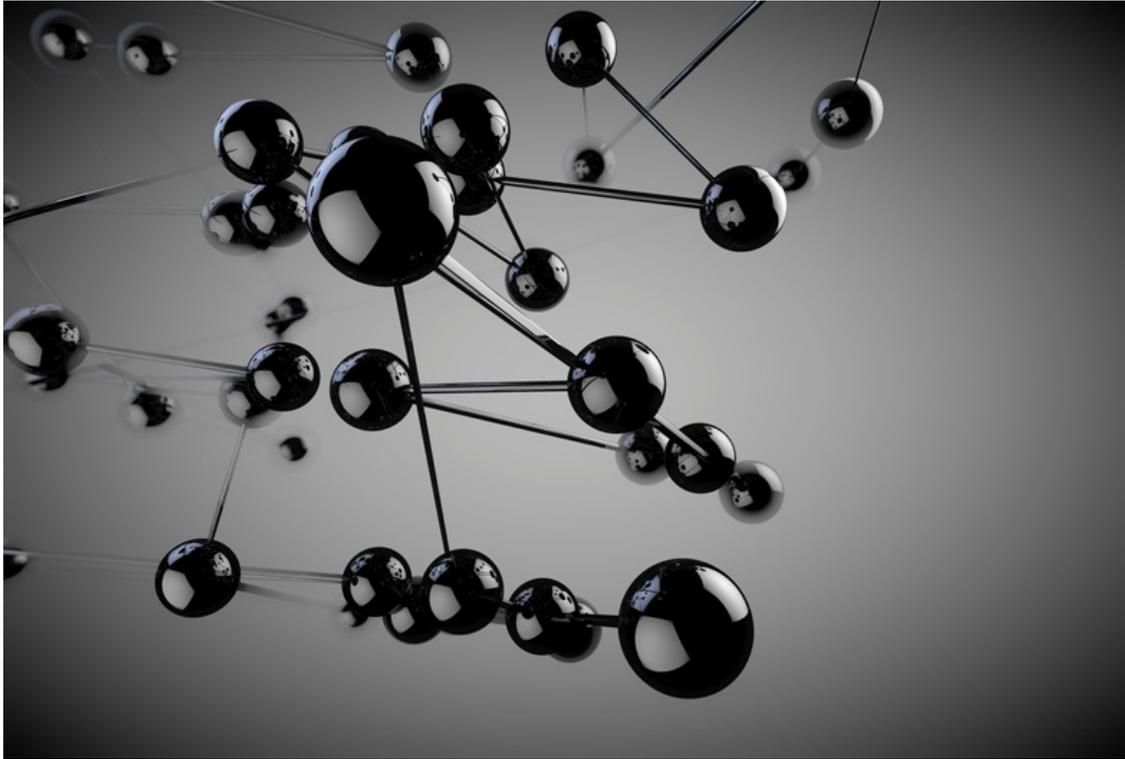
"Wir setzen auf wirtschaftlichen Erfolg und verantwortungsvolles Handeln. Wir möchten als Anbieter, Arbeitgeber und Investment dauerhaft erste Wahl werden."

Frank Appel, Vorstandsvorsitzender Deutsche Post DHL



DER KONZERN: FÜHREND IN POSTDIENSTLEISTUNGEN & LOGISTIK

Deutsche Post DHL ist der weltweit führende Post- und Logistikdienstleister. Die Konzernmarken Deutsche Post und DHL stehen für ein einzigartiges Portfolio rund um Logistik (DHL) und Kommunikation (Deutsche Post). Wir bieten unseren Kunden sowohl einfach zu handhabende Standardprodukte als auch maßgeschneiderte, innovative Lösungen – vom Dialogmarketing bis zur industriellen Versorgungskette. Dabei bilden die rund 480.000 Mitarbeiter in mehr als 220 Ländern und Territorien ein globales Netzwerk, das auf Service, Qualität und Nachhaltigkeit ausgerichtet ist.



KONZERNSTRUKTUR & GESCHÄFTSMODELL

Die Deutsche Post AG ist eine börsennotierte Kapitalgesellschaft mit Sitz in Bonn, Deutschland. Der Konzern präsentiert sich als Deutsche Post DHL und ist in vier operative Unternehmensbereiche gegliedert, die durch eigene Zentralen (Divisional Headquarters) gesteuert werden und in Geschäftsfelder gegliedert sind.



FÜHREN & STEUERN

Als deutsche börsennotierte Aktiengesellschaft hat der Konzern ein duales Führungssystem. Der Vorstand leitet das Unternehmen in eigener Verantwortung. Er wird vom Aufsichtsrat bestellt, überwacht und beraten. Vorstand und Aufsichtsrat stehen in regelmäßigem Austausch über strategische Maßnahmen, Planung, Geschäftsentwicklung, Risikolage und -management sowie die Compliance des Unternehmens. Die diskutierten Themen und Entscheidungen werden im Bericht des Aufsichtsrats dargestellt.



ORGANISATION & ENTSCHEIDUNGSGREMIEN

Unternehmensverantwortung hat im Konzern Deutsche Post DHL einen besonders hohen Stellenwert und ist als Grundsatz in unserer Konzernstrategie verankert. Die Verantwortung für die strategische Ausrichtung liegt im Bereich des Vorstandsvorsitzenden. In seinem Ressort werden die Aufgaben der Unternehmensverantwortung durch den Zentralbereich „Konzernkommunikation und Unternehmensverantwortung“ wahrgenommen.



ÖKONOMIE & GESELLSCHAFT

Deutsche Post DHL erbringt Dienstleistungen, die für eine moderne Gesellschaft unverzichtbar sind. Wir sorgen für die sichere Übermittlung von Informationen und Waren. Unsere weltumspannenden Logistiknetze schaffen die Voraussetzungen dafür, dass Unternehmen und Menschen am Welthandel teilnehmen können. Auf diese Weise leisten wir einen maßgeblichen Beitrag für den Wohlstand von Gesellschaften und Individuen.

Die Bedeutung unseres Konzerns für den Welthandel und unsere wirtschaftliche Leistung stellen wir ausführlich in unserem Geschäftsbericht dar.

> STARTSEITE > KONZERN & STEUERUNG > BRIEF AN DIE STAKEHOLDER

BRIEF AN DIE STAKEHOLDER



Liebe Stakeholder,

bereits zum zehnten Mal veröffentlichen wir einen Bericht zur Nachhaltigkeit und Unternehmensverantwortung. Seit der Veröffentlichung des ersten Berichts im Jahr 2003 haben wir vieles erreicht. Wir haben wegweisende Programme in den Bereichen Umweltschutz, Katastrophenmanagement und Bildung initiiert und Unternehmensverantwortung in unserer Konzernstrategie verankert. Auch haben wir mit einem breiten Spektrum von Aktivitäten zu einem attraktiven Arbeitsumfeld für unsere Mitarbeiter beigetragen, die ein wesentlicher Faktor für den Erfolg von Deutsche Post DHL sind.

Zudem ist es gelungen, eine Unternehmenskultur zu schaffen, die auf nachhaltiges und ethisches Wirtschaften ausgerichtet ist. Dazu gehört unser Führungsprinzip „Respekt & Resultate“, ein von Offenheit und Wertschätzung geprägtes Miteinander sowie ein weltweit gültiger Verhaltenskodex (Code of Conduct). Dieser orientiert sich an internationalen Standards – dem UN Global Compact, dessen zehn

Prinzipien wir als Mitglied konsequent umsetzen, den Grundsätzen der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte sowie dem Übereinkommen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO).

Unsere Aktivitäten und Strategien zur Unternehmensverantwortung finden breite Anerkennung unter unseren Mitarbeitern und externen Stakeholdern. Dies erfüllt mich mit Stolz und ist mir zugleich Verpflichtung für weiteres Engagement.

Auch im Jahr 2013 haben wir Fortschritte erzielt. Besonders wichtig war die Weiterentwicklung unserer Strategie zur unternehmerischen Verantwortung („Living Responsibility“). Ein neues Kernelement ist unser bereichsübergreifendes, konzernweites Netzwerk zum Thema Responsible Business Practice. In ihm erfassen wir alle Aspekte in der Unternehmensverantwortung systematisch und prüfen geeignete Maßnahmen. Zudem orientieren wir das Umweltschutzprogramm „GoGreen“ nun stärker als bisher am Wertschöpfungsansatz des „Shared Value“.

Ein Auslöser für diese Weiterentwicklung waren Sie, unsere Stakeholder. Auf Basis vieler Dialoge sowie einer Stakeholderbefragung haben wir im Berichtsjahr wertvolle Anregungen erhalten und Ihre Anforderungen ermittelt. Eine 2013 erstmals erstellte Materialitätsanalyse hilft uns zusätzlich bei der Identifizierung und Priorisierung von Nachhaltigkeitsthemen.

Als größtes Postunternehmen Europas und führendes Logistikunternehmen der Welt arbeiten wir laufend daran, unsere Umweltauswirkungen zu reduzieren. Teil unseres Umweltschutzprogramms GoGreen ist das ambitionierte Klimaschutzziel, unsere CO₂-Effizienz zum Jahr 2020 – gegenüber dem Basisjahr 2007 – um 30 Prozent zu verbessern. Alleine 2013 gelang uns hierbei eine Effizienzsteigerung um zwei Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr. Insgesamt haben wir unsere CO₂-Effizienz bereits um 18 Prozent verbessert und sind damit auf einem sehr guten Weg, unser Ziel im Jahr 2020 zu erreichen.

Das Jahr 2013 stand auch im Zeichen unseres gesellschaftlichen Engagements. Dazu gehörte ein Ausbau unserer GoTeach-Aktivitäten, im Zuge dessen wir neue Partnerschaften mit „Teach for the

Philippines“ und sieben Landesorganisationen der SOS-Kinderdörfer eingingen. Unser GoHelp-Programm haben wir fortgeführt – unter anderem mit Einsätzen in Chile und auf den Philippinen. Auch abseits dieser Aktivitäten leisten unsere rund 480.000 Mitarbeiter einen wertvollen gesellschaftlichen Beitrag. Beispielsweise haben sie im Rahmen unseres Global Volunteer Day in lokalen Projekten über 200.000 Stunden an freiwilliger Arbeit erbracht.

Diesen Bericht haben wir mit dem Satz „Entscheidend ist das Und“ übertitelt. Wir setzen auf wirtschaftlichen Erfolg und verantwortungsvolles Handeln. Wir erfüllen die Wünsche unserer Kunden, die immer neue Anforderungen an die Schnelligkeit und Qualität unserer Services stellen, und verringern unsere Umweltauswirkungen. Wir möchten als Anbieter, Arbeitgeber und Investment dauerhaft erste Wahl sein.

Ich freue mich, dass Sie uns auf diesem Weg begleiten.

Mit freundlichen Grüßen

Frank Appel

> [STARTSEITE](#) > [KONZERN & STEUERUNG](#) > [DER KONZERN & SEINE MARKEN](#)

✓ PWC geprüfte Seite

DER KONZERN & SEINE MARKEN



Deutsche Post DHL ist der weltweit führende Post- und Logistikdienstleister. Die Konzernmarken Deutsche Post und DHL stehen für ein einzigartiges Portfolio rund um Logistik (DHL) und Kommunikation (Deutsche Post). Wir bieten unseren Kunden sowohl einfach zu handhabende Standardprodukte als auch maßgeschneiderte, innovative Lösungen – vom Dialogmarketing bis zur industriellen Versorgungskette. Dabei bilden die rund 480.000 Mitarbeiter in mehr als 220 Ländern und Territorien ein globales Netzwerk, das auf Service, Qualität und Nachhaltigkeit ausgerichtet ist.

- > [STARTSEITE](#) > [KONZERN & STEUERUNG](#) > [DER KONZERN & SEINE MARKEN](#)
- > [DEUTSCHE POST – DIE POST FÜR DEUTSCHLAND](#)

✓ PWC geprüfte Seite

DEUTSCHE POST – DIE POST FÜR DEUTSCHLAND



Als größtes Postunternehmen Europas stellen wir allein in Deutschland an jedem Werktag mehr als 64 Millionen Briefe zu. Privat- und Geschäftskunden bieten wir ein vielfältiges Angebot – vom physischen, hybriden oder elektronischen Brief über die Warensendung bis zu Zusatzleistungen wie Nachnahme oder Einschreiben. Unser E-Postbrief ist eine sichere, vertrauliche und verlässliche elektronische Kommunikationsplattform. Unternehmen, Verwaltungen und Privatkunden kommunizieren damit sicher und senken zugleich ihre Prozesskosten.

- > STARTSEITE > KONZERN & STEUERUNG > DER KONZERN & SEINE MARKEN
- > **DHL – DER LOGISTIKDIENSTLEISTER FÜR DIE WELT**

✓ PWC geprüfte Seite

DHL – DER LOGISTIKDIENSTLEISTER FÜR DIE WELT

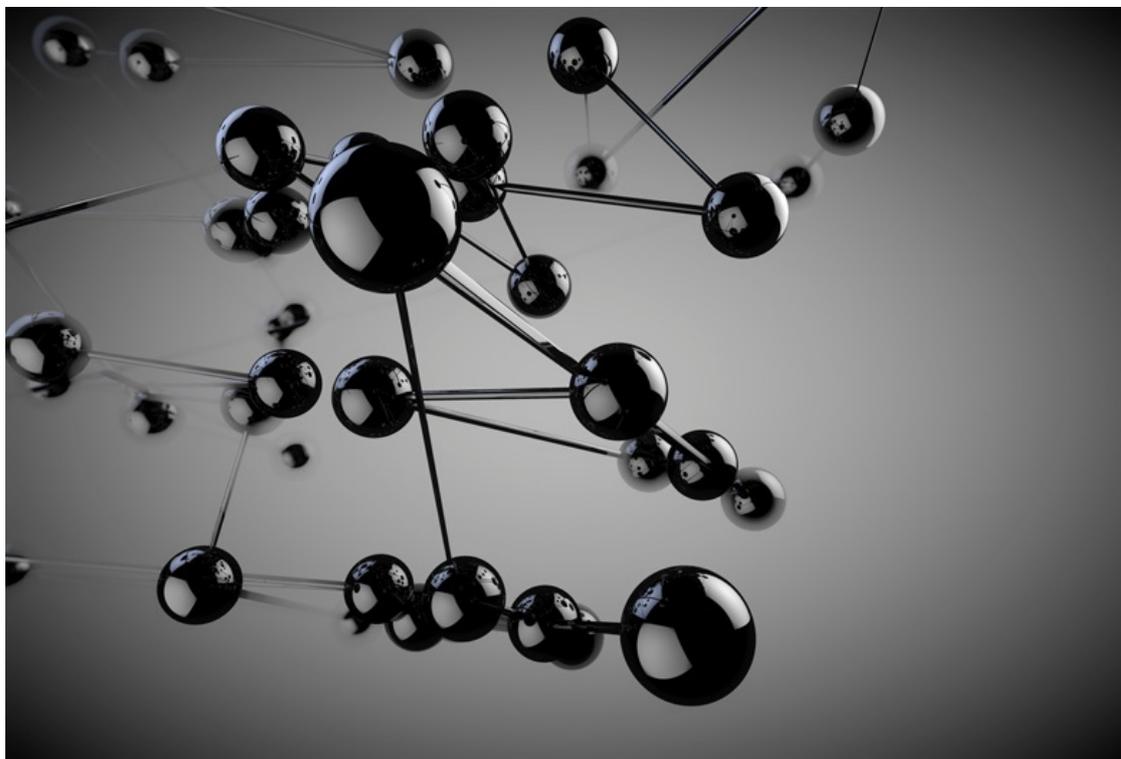


Als internationaler Expressdienstleister, Spediteur für Luftfracht, Seefracht und Straßentransport sowie Supply-Chain-Spezialist bieten wir unseren Kunden ein umfassendes Angebot an integrierten Logistikleistungen. Mit einem weltumspannenden Netzwerk zählen wir zu den führenden Anbietern in unseren Geschäftsfeldern. Wir verbessern kontinuierlich unsere Leistungen, um jeden Wunsch unserer Kunden zu ihrer Zufriedenheit zu erfüllen.

> [STARTSEITE](#) > [KONZERN & STEUERUNG](#) > [KONZERNSTRUKTUR & GESCHÄFTSMODELL](#)

✓ PWC geprüfte Seite

KONZERNSTRUKTUR & GESCHÄFTSMODELL



Die Deutsche Post AG ist eine börsennotierte Kapitalgesellschaft mit Sitz in Bonn, Deutschland. Der Konzern präsentiert sich als Deutsche Post DHL und ist in vier operative Unternehmensbereiche gegliedert, die durch eigene Zentralen (Divisional Headquarters) gesteuert werden und in Geschäftsfelder gegliedert sind.

Organisationsstruktur Deutsche Post DHL

Deutsche Post DHL						
Corporate Center			Unternehmensbereiche			
Vorstandsvorsitz	Finanzen, Global Business Services	Personal	BRIEF	EXPRESS	GLOBAL FORWARDING, FREIGHT	SUPPLY CHAIN
Vorstand • Dr. Frank Appel	Vorstand • Lawrence Rosen	Vorstand • Angela Titzrath	Vorstand • Jürgen Gerdes	Vorstand • Ken Allen	Vorstand • Roger Crook	Vorstand • Bruce Edwards
Funktionen • Board Services • Corporate First Choice • Corporate Legal • Customer Solutions & Innovation • Konzernbüro • Konzernentwicklung • Konzerngeschichte & Wirtschaftsverbände • Konzernkommunikation & Unternehmensverantwortung • Politik & Regulierungsmanagement	Funktionen • Corporate Controlling • Corporate Finance • Global Business Services: Procurement, Real Estate, Finance Operations, Legal Services etc. • Investor Relations • Konzernrechnungswesen & Reporting • Konzernrevision & Sicherheit • Steuern	Funktionen • HR MAIL • HR EXPRESS • HR SUPPLY CHAIN • HR GLOBAL FORWARDING, FREIGHT • HR Headquarters & International Services, GBS & CSI • Corporate Executives & Talent Management • Industrial Relations, Civil Servants • Compensation & Benefits • HR Performance & Programs	Geschäftsfelder • Brief Kommunikation • Dialog Marketing • Presse Services • Paket Deutschland • Filialen • Global Mail • Renten-Service	Regionen • Europe • Americas • Asia Pacific • MEA (Middle East and Africa)	Geschäftsfelder • Global Forwarding • Freight	Geschäftsfelder • Supply Chain • Williams Lea

PWC GEPRÜFT

Wir sind der einzige postalische Universaldienstleister in Deutschland. Im Unternehmensbereich BRIEF befördern wir bundesweit sowie international Briefe und Pakete, sind Spezialist für Dialogmarketing, die flächendeckende Verteilung von Presseprodukten und elektronische Dienstleistungen rund um den Briefversand.

Im Unternehmensbereich EXPRESS bieten wir Kurier- und Expressdienstleistungen für Geschäfts- und Privatkunden in mehr als 220 Ländern und Territorien. Unser Netzwerk ist damit das weltweit umfassendste.

Im Unternehmensbereich GLOBAL FORWARDING, FREIGHT befördern wir Güter über Schiene, Straße, Luft und See. Unsere Leistungen reichen von standardisierten Containertransporten über branchenspezifische Transporte bis zu spezialisierten Komplettlösungen für Industrieprojekte.

Im Unternehmensbereich SUPPLY CHAIN erbringen wir Lager-, Transport- und Mehrwertleistungen entlang der gesamten Lieferkette für Kunden verschiedener Branchen. Überdies bieten wir mit Williams Lea speziell auf unsere Kunden zugeschnittene Gesamtlösungen für das Informations- und Kommunikationsmanagement in Unternehmen.

Interne Dienst- und Beratungsleistungen wie Compliance, Einkauf, Finanzen, IT und Recht haben wir konzernweit im Bereich Global Business Services (GBS) gebündelt. Dadurch können wir unsere Ressourcen noch effizienter nutzen und zugleich auf die sich schnell ändernden Anforderungen unseres Geschäfts und unserer Kunden flexibel reagieren. Aufgaben der Konzernführung werden im Corporate Center wahrgenommen.

Ausführlich berichten wir über unsere Geschäftsentwicklung und Märkte im Konzernlagebericht, Geschäftsbericht 2013.

> STARTSEITE > KONZERN & STEUERUNG > FÜHREN & STEuern

✓ PWC geprüfte Seite

FÜHREN & STEuern



Als deutsche börsennotierte Aktiengesellschaft hat der Konzern ein duales Führungssystem. Der Vorstand leitet das Unternehmen in eigener Verantwortung. Er wird vom Aufsichtsrat bestellt, überwacht und beraten. Vorstand und Aufsichtsrat stehen in regelmäßigem Dialog über strategische Maßnahmen, Planung, Geschäftsentwicklung, Risikolage und -management sowie die Compliance des Unternehmens. Die im Aufsichtsrat diskutierten Themen und Entscheidungen werden im Geschäftsbericht 2013 dargestellt.

> STARTSEITE > KONZERN & STEUERUNG > FÜHREN & STEuern > DER VORSTAND LEITET & ENTSCHEIDET

✓ PWC geprüfte Seite

DER VORSTAND LEITET & ENTSCHEIDET

Der Konzernvorstand

Corporate Center		Unternehmensbereiche	
Dr. Frank Appel Vorstandsvorsitz • Geboren 1961 • Mitglied seit 2002 • Bestellt bis Oktober 2017		Ken Allen EXPRESS • Geboren 1955 • Mitglied seit 2009 • Bestellt bis Februar 2017	Roger Crook GLOBAL FORWARDING, FREIGHT • Geboren 1957 • Mitglied seit 2011 • Bestellt bis März 2019
Angela Titzrath Personal • Geboren 1966 • Mitglied seit 2012 • Bestellt bis April 2015	Lawrence Rosen Finanzen und Global Business Services • Geboren 1957 • Mitglied seit 2009 • Bestellt bis August 2017	Bruce Edwards SUPPLY CHAIN • Geboren 1955 • Mitglied seit 2008 • Bestellt bis März 2016	Jürgen Gerdes BRIEF • Geboren 1964 • Mitglied seit 2007 • Bestellt bis Juni 2015

PWC GEPRÜFT

Mit Zustimmung des Aufsichtsrats hat sich der Vorstand eine Geschäftsordnung gegeben, welche die Grundsätze der inneren Ordnung, Geschäftsleitung und Zusammenarbeit innerhalb des Vorstands enthält. Innerhalb dieses Rahmens leitet jedes Vorstandsmitglied sein Vorstandsressort selbstständig und informiert den Gesamtvorstand regelmäßig über wesentliche Entwicklungen. Über Angelegenheiten, die von besonderer Bedeutung für die Gesellschaft oder den Konzern sind, beschließt der Gesamtvorstand. Hierzu gehören neben den gesetzlich nicht delegierbaren Aufgaben alle Entscheidungen, die dem Aufsichtsrat zur Zustimmung vorzulegen sind. Der Entscheidung des gesamten Vorstands unterliegen ferner Angelegenheiten, die ein Vorstandsmitglied dem Gesamtvorstand zur Entscheidung vorlegt. Die Mitglieder des Vorstands dürfen bei ihren Entscheidungen weder persönliche Interessen verfolgen noch Geschäftschancen, die dem Unternehmen zustehen, für sich nutzen. Sie sind verpflichtet, Interessenskonflikte dem Aufsichtsrat gegenüber unverzüglich offenzulegen. Der Vorstand umfasst sieben Mitglieder.

Die Vergütung der einzelnen Vorstandsmitglieder für das Geschäftsjahr 2013 hat der Aufsichtsrat festgelegt. Er hat über das Vergütungssystem für den Vorstand beraten und es beschlossen. Dafür wurde die Expertise eines unabhängigen Vergütungsberaters eingeholt. Die Vergütung des Vorstands ist marktüblich, angemessen und leistungsorientiert; sie setzt sich zusammen aus erfolgsunabhängigen und variablen, das heißt erfolgsbezogenen Komponenten mit kurz-, mittel- und langfristiger Wirkung und weist insgesamt und hinsichtlich ihrer variablen Vergütungsbestandteile betragsmäßige Höchstgrenzen auf. Zudem wird mit allen Vorstandsmitgliedern ein Mitarbeiterziel, basierend auf der jährlich durchgeführten Mitarbeiterbefragung, vereinbart. Ausführlich werden Zielkriterien, Vergütungsstruktur und -höhe im Vergütungsbericht des Geschäftsberichts 2013 dargestellt.

> STARTSEITE > KONZERN & STEUERUNG > FÜHREN & STEuern > DER AUFSICHTSRAT BERÄT & KONTROLLIERT

✓ PWC geprüfte Seite

DER AUFSICHTSRAT BERÄT & KONTROLLIERT

Der Aufsichtsrat berät und überwacht den Vorstand und bestellt dessen Mitglieder. In seiner Geschäftsordnung sind die Grundsätze seiner inneren Ordnung, ein Katalog zustimmungspflichtiger Geschäfte des Vorstands sowie Regelungen zu den Aufsichtsratsausschüssen enthalten. Der Aufsichtsrat tritt mindestens zwei Mal im Kalenderhalbjahr zusammen. Außerordentliche Sitzungen finden statt, wenn besondere Entwicklungen oder Maßnahmen kurzfristig zu behandeln oder zu entscheiden sind. Daneben hat der Aufsichtsrat sechs Ausschüsse gebildet, die sich unter anderem mit Finanz- oder Personalthemen befassen und Beschlussfassungen des Aufsichtsratsplenums vorbereiten. So wird der im Dezember 2013 neu eingerichtete Strategieausschuss die Beratungen des Aufsichtsrats zur Strategie und zur Aufnahme neuer bzw. Aufgabe bestehender Tätigkeitsgebiete des Unternehmens vorbereiten und regelmäßig die Wettbewerbssituation erörtern. Der Aufsichtsrat besteht aus 20 Mitgliedern, darunter zehn Vertreter der Anteilseigner und zehn Vertreter der Arbeitnehmer. Über die Arbeit des Aufsichtsrats und seiner Ausschüsse im Geschäftsjahr 2013 informiert der [Bericht des Aufsichtsrats](#) im Geschäftsbericht 2013. Informationen zu den Aufsichtsratsmitgliedern und zur Zusammensetzung der Aufsichtsratsausschüsse finden Sie ebenfalls im Geschäftsbericht 2013.

Die jährliche Vergütung der Mitglieder des Aufsichtsrats besteht gemäß § 17 der von der Hauptversammlung beschlossenen [Satzung](#) der Deutsche Post AG in der bis zum 31. Dezember 2013 geltenden Fassung aus einer vom Erfolg des Unternehmens unabhängigen Komponente (Fixum), einer variablen, auf die nachhaltige Unternehmensentwicklung ausgerichteten Komponente sowie dem Sitzungsgeld. Am 29. Mai 2013 hat die Hauptversammlung beschlossen, die Vergütung des Aufsichtsrats zum 1. Januar 2014 zu ändern, und § 17 der Satzung der Deutsche Post AG entsprechend angepasst. Demnach entfällt künftig die erfolgsbezogene Vergütungskomponente bei gleichzeitiger Erhöhung des Fixums. Weitere Details und die Höhe der Vergütung werden im [Vergütungsbericht](#) des Geschäftsberichts 2013 geschildert.

> STARTSEITE > KONZERN & STEUERUNG > ORGANISATION & ENTSCHEIDUNGSGREMIEN

✓ PWC geprüfte Seite

ORGANISATION & ENTSCHEIDUNGSGREMIEN



Unternehmensverantwortung hat im Konzern Deutsche Post DHL einen besonders hohen Stellenwert und ist als Grundsatz in unserer Konzernstrategie verankert. Die Verantwortung für die strategische Ausrichtung liegt im Bereich des Vorstandsvorsitzenden. In seinem Ressort werden die Aufgaben der Unternehmensverantwortung durch den Zentralbereich „Konzernkommunikation und Unternehmensverantwortung“ wahrgenommen. Dazu zählen vor allem:

- die Definition von geeigneten Maßnahmen, um die strategischen Ziele in der Unternehmensverantwortung zu erreichen
- der intensive und systematisierte Austausch mit wichtigen internen und externen Stakeholdern
- der Umwelt- und Klimaschutz
- die Corporate-Citizenship-Programme
- das Erkennen von Chancen und Risiken im Bereich der Unternehmensverantwortung.

- > [STARTSEITE](#) > [KONZERN & STEUERUNG](#) > [ORGANISATION & ENTSCHEIDUNGSGREMIEN](#)
- > [ORGANISATION & BERICHTSWEGE](#)

 PWC geprüfte Seite

ORGANISATION & BERICHTSWEGE

Um das Chancen- und Risikopotenzial frühzeitiger erkennen zu können und einen systematischen Informationsprozess zu entwickeln und zu implementieren, haben wir im Berichtsjahr unsere Strategie der Unternehmensverantwortung Living Responsibility weiterentwickelt.

Unsere zentral gesteuerten Aktivitäten im Bereich Umwelt- und Klimaschutz sowie die Entwicklung und Vermarktung umweltschonender Produkte und Dienstleistungen (GoGreen) werden wir demnach verstärkt nach dem Wertschöpfungsansatz des Shared Value betreiben.

Außerdem haben wir den bereichsübergreifenden Austausch zu CR-Themen formalisiert und ein Responsible-Business-Practice (RBP)-Netzwerk geschaffen. Dieses dient als Forum für die unterschiedlichen Vertreter der Konzernfunktionen, z. B. Compliance, Lieferantenmanagement, und der Unternehmensbereiche. Über das Netzwerk erfolgt die systematische Koordination der Anforderungen unserer Anspruchsgruppen und der Aktivitäten des Konzerns.

Die Verantwortung für die Mitarbeiterthemen, den Datenschutz sowie den Austausch mit den Arbeitnehmervertretern liegt im Vorstandsbereich Personal. Der Chief Compliance Officer berichtet an den Finanzvorstand, der auch die internen Dienstleistungsbereiche (GBS-Funktionen, darunter auch Einkauf und Lieferantenmanagement) steuert. Die Umweltthemen werden im GoGreen Sponsors Board diskutiert und entschieden.

- > [STARTSEITE](#) > [KONZERN & STEUERUNG](#) > [ORGANISATION & ENTSCHEIDUNGSGREMIEN](#)
- > **BERATEN & ENTSCHEIDUNGEN TREFFEN**

 PWC geprüfte Seite

BERATEN & ENTSCHEIDUNGEN TREFFEN

Im Berichtsjahr wurden neue Gremien für Themen der Unternehmensverantwortung geschaffen. Interne und externe Stakeholder bringen in diese Gremien ihre Sichtweisen und ihre Expertise ein. Damit stellen wir Entscheidungen auf eine breitere Basis und können unsere Entscheidungsprozesse beschleunigen.

- RBP Working Group: Der bislang informelle Austausch zu übergreifenden CR-Themen wurde im Berichtsjahr formalisiert. Nun werden in der RBP Working Group Themen für den Konzern diskutiert und bei Bedarf dem RBP Council zur Entscheidung vorgestellt.
- Sustainability Advisory Council (SAC): Um die externe Perspektive und Expertise frühzeitig einzubeziehen, wurde das SAC gegründet. Das international besetzte Beratergremium setzt sich aus unabhängigen Experten und Vordenkern aus verschiedenen Disziplinen (Wissenschaft, Wirtschaft, humanitäre Gemeinschaft, Umwelt, Logistik, Politik, Medien und Ethik) zusammen. Das Gremium wird erstmals im ersten Quartal 2014 zur konstituierenden Sitzung in Bonn zusammentreten.
- HR Board: Für Personalthemen wurde im Berichtsjahr das HR Board als Entscheidungsgremium geschaffen. Den Vorsitz hat der Personalvorstand, vertreten sind die Mitglieder der divisionalen Personalbereiche sowie der HR-Funktionen im Corporate Center.
- Integrity Board: In unserem Integrity Board sind sowohl Führungskräfte des Konzerns, darunter mit Larry Rosen und Angela Titzrath zwei Mitglieder des Konzernvorstands, als auch namhafte externe Persönlichkeiten vertreten. Das Gremium befasst sich mit Grundsatzfragen der Unternehmensintegrität, der Ausgestaltung des übergeordneten Integritätsmanagements und der Weiterentwicklung unseres Verhaltenskodex (Code of Conduct).

Bereits bestehende Berichtslinien und Gremien gelten unverändert.

> STARTSEITE > KONZERN & STEUERUNG > ÖKONOMIE & GESELLSCHAFT

✓ PWC geprüfte Seite

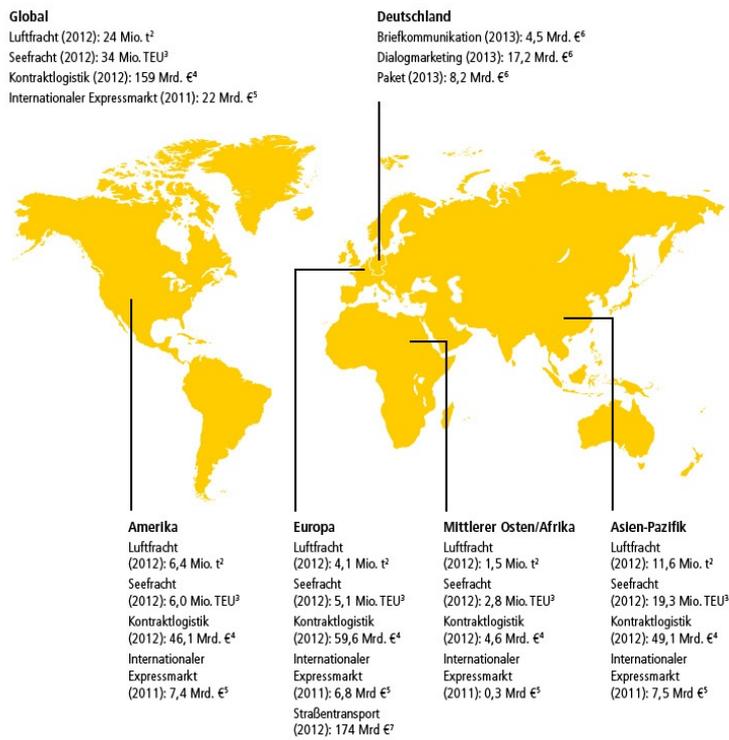
ÖKONOMIE & GESELLSCHAFT



Deutsche Post DHL erbringt Dienstleistungen, die für eine moderne Gesellschaft unverzichtbar sind. Wir sorgen für die sichere Übermittlung von Informationen und Waren. Unsere weltumspannenden Logistiknetze schaffen die Voraussetzungen dafür, dass Unternehmen und Menschen am Welthandel teilnehmen können. Auf diese Weise können wir einen Beitrag für den Wohlstand von Gesellschaften und Individuen leisten.

Die Bedeutung unseres Konzerns für den Welthandel und unsere wirtschaftliche Leistung stellen wir ausführlich in unserem [Geschäftsbericht](#) dar.

Marktvolumina¹



¹ Regionale Volumina ergeben aufgrund von Rundungen nicht die globalen Volumina.
² Daten basieren ausschließlich auf Export-Frachttonnen. Quelle: Copyright © IHS, 2013. All rights reserved.
³ Twenty-foot Equivalent Unit (20-Fuß-Container-Einheit); geschätzter Anteil des Gesamtmarktes, der von Speditionen kontrolliert wird. Daten basieren ausschließlich auf Export-Frachttonnen. Quelle: Copyright © IHS, 2013. All rights reserved.
⁴ Quelle: Transport Intelligence
⁵ Umfasst das Expressprodukt Time Definite International. Länderbasis: AT, BE, CH, CZ, DE, DK, ES, FR, IL, IT, NL, NO, PL, RU, SE, TR, UK (Europa); AR, BR, CA, CL, CO, CR, MX, PA, VE, US (Amerika); AU, CN, HK, ID, IN, JP, KP, MY, NZ, SG, TH, TW, VN (Asien-Pazifik); AE, ZA (Mittlerer Osten/Afrika). Jüngste verfügbare Marktstudie. Quelle: Market Intelligence 2012, Geschäftsberichte und Sekundäranalysen.
⁶ Unternehmensschätzung
⁷ Länderbasis: Gesamtmarktzahl für 19 europäische Länder ohne Schüttgut- und Spezialtransporte. Quelle: MRSC MI Freight Reports 2008 bis 2012, Eurostat 2010

PWC GEPRÜFT

> STARTSEITE > KONZERN & STEUERUNG > ÖKONOMIE & GESELLSCHAFT > GUTE ERTRAGSLAGE & ERFOLG TEILEN

✓ PWC geprüfte Seite

GUTE ERTRAGSLAGE & ERFOLG TEILEN

Im Jahr 2013 belief sich der Konzernumsatz auf über 55 Mrd. Euro und das Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit (EBIT) auf 2.861 Mio. Euro. In dieser positiven Ertragslage spiegelt sich das Vertrauen wider, das unsere Kunden uns als verantwortungsvoll agierendem Unternehmen entgegenbringen. Zugleich sind die Erträge die Grundlage dafür, dass wir unser Engagement in der Unternehmensverantwortung vergrößern können.

Mit Steuern und weiteren Abgaben an Bundes-, Landes- und Kommunalbehörden trug der Konzern zum Erhalt und Ausbau der Infrastrukturen bei. Details zu unserem Steueraufwand enthält unser [Geschäftsbericht](#).

Auch unsere Aktionäre nehmen an unserem Erfolg teil. So konnten wir im Berichtsjahr eine Dividendensumme in Höhe von 967 Mio. Euro für das Geschäftsjahr 2013 ausschütten. Vorstand und Aufsichtsrat werden der Hauptversammlung am 27. Mai 2014 eine [Dividende](#) in Höhe von 0,80 Euro je Aktie vorschlagen.

> STARTSEITE > KONZERN & STEUERUNG > ÖKONOMIE & GESELLSCHAFT > LÖHNE & GEHÄLTER GESTIEGEN

 PWC geprüfte Seite

LÖHNE & GEHÄLTER GESTIEGEN

Mit unseren rund 480.000 Mitarbeitern sind wir einer der größten Arbeitgeber weltweit. Im Berichtsjahr belief sich der Personalaufwand auf rund 17,8 Mrd. Euro. Den überwiegenden Teil der Aufwendungen stellen die Entgelte dar. Sie umfassen die Löhne, Gehälter, Bezüge und alle sonstigen Vergütungen für im Geschäftsjahr geleistete Arbeiten der Mitarbeiter des Konzerns. Unter den sozialen Abgaben werden die vom Unternehmen zu tragenden gesetzlichen Pflichtabgaben, insbesondere die Beiträge zur Sozialversicherung, ausgewiesen. Die Aufwendungen für die Altersversorgung umfassen die Beiträge zu leistungs- und beitragsorientierten Altersversorgungssystemen, die wir in vielen Ländern unterhalten. Die Grundsätze unseres Vergütungssystems erläutern wir im Kapitel [Mitarbeiter](#).

Im Personalaufwand ist auch die Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat enthalten. Im Berichtsjahr belief sich die Gesamtvergütung der aktiven Mitglieder des Vorstands auf insgesamt 20,5 Mio. Euro, für den Aufsichtsrat betrug die Vergütung 1,4 Mio. Euro. Die aktienbasierte Vergütung ist hierin enthalten. Insgesamt entspricht die Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat einem Anteil von 0,01 Prozent am Gesamtpersonalaufwand.

Entwicklung Personalaufwand

Mio. €	2011	2012	2013
Entgelte	13.350	14.209	14.307
Soziale Abgaben	2.022	2.094	2.111
Aufwendungen für Altersversorgung	915	954	883
Aufwendungen für sonstige Leistungen an Arbeitnehmer	317	336	357
Aufwendungen für Abfindungen	126	177	127
Gesamt	16.730	17.770	17.785

- > [STARTSEITE](#) > [KONZERN & STEUERUNG](#) > [ÖKONOMIE & GESELLSCHAFT](#)
- > [ÖKONOMISCH & ÖKOLOGISCH SINNVOLL INVESTIEREN](#)

 PWC geprüfte Seite

ÖKONOMISCH & ÖKOLOGISCH SINNVOLL INVESTIEREN

Wir erneuern kontinuierlich unsere Fahrzeug- und Flugzeugflotte sowie Gebäude, Maschinen und Anlagen und optimieren die Netzwerke. Unsere Ausgaben für Investitionen beliefen sich im Berichtsjahr auf rund 1,7 Mrd. Euro und lagen damit auf dem Vorjahresniveau. Die Aufschlüsselung der Investitionen nach Unternehmensbereichen und Regionen ist in unserem Geschäftsbericht enthalten.

Umweltaspekte nehmen in unserer Investitionspolitik einen hohen Stellenwert ein. So ist in der Konzerninvestitionsrichtlinie festgelegt, dass wir bei der Ersatzbeschaffung grundsätzlich kein Produkt mehr nachkaufen, wenn es nicht energieeffizienter ist als sein Vorgängermodell oder zumindest andere Umweltvorteile aufweist. Über unsere [Luftflottenmodernisierung](#) und Investitionen in [Fahrzeuge](#) und [Gebäudetechnik](#) berichten wir ausführlich im Kapitel "[Shared Value schaffen durch unser Umweltschutzprogramm](#)".

> [STARTSEITE](#) > [CR-STRATEGIE & MASSNAHMEN](#)

✓ PWC geprüfte Seite



UNTERNEHMERISCHE VERANTWORTUNG STEUERN & ENTWICKELN

In unserer Kernaufgabe als Post- und Logistikunternehmen ist bereits der gesellschaftliche Auftrag enthalten, Menschen miteinander zu vernetzen und ihr Leben durch unsere Dienstleistungen zu erleichtern. Das Prinzip Verantwortung prägt und durchzieht unser unternehmerisches Handeln und ist für den Geschäftserfolg von großer Bedeutung.



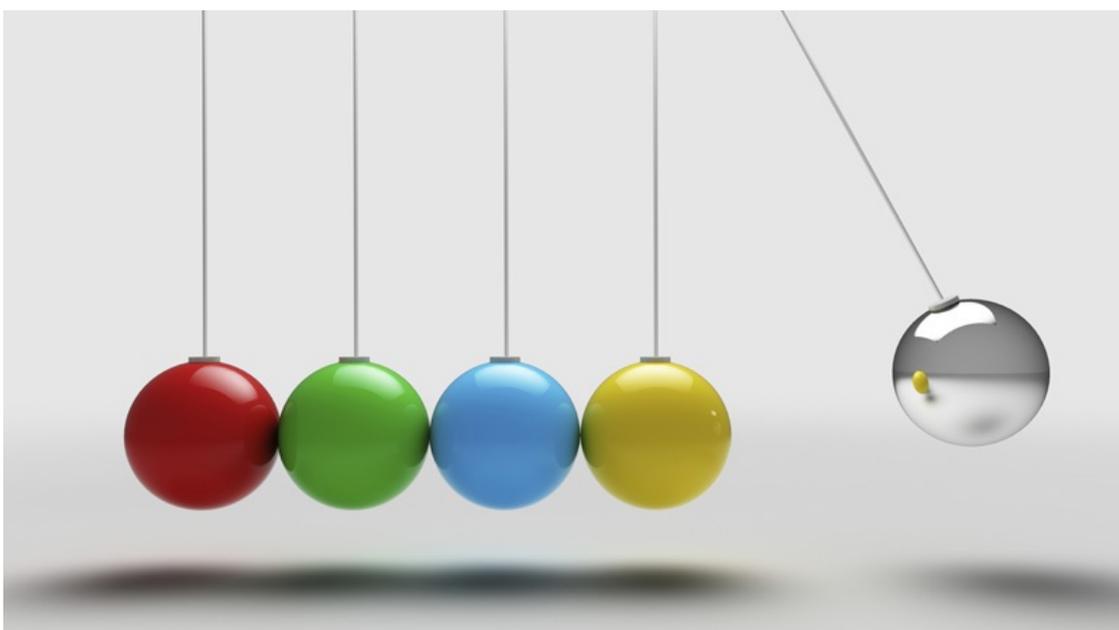
UNSERE CR-HANDLUNGSFELDER

Einen weiterentwickelten Ansatz in unserer strategischen Ausrichtung der Unternehmensverantwortung sehen wir im Shared-Value-Konzept. Unter Shared Value verstehen wir den Wertschöpfungsansatz, mit dem wir durch den Beitrag, den wir für die Gesellschaft und den Erhalt der Umwelt leisten, auch unseren unternehmerischen Erfolg vergrößern.



MATERIALITÄTSANALYSE

Um ein besseres Verständnis der wichtigsten Anliegen unserer internen und externen Stakeholder im Hinblick auf Unternehmensverantwortung und Nachhaltigkeit zu erhalten, haben wir im Berichtsjahr eine strukturierte und systematische Stakeholder-Befragung durchgeführt und deren Ergebnisse erstmalig in einer Materialitätsanalyse zusammengefasst.



CR-MANAGEMENTPROZESS

Im Berichtsjahr haben wir einen mehrstufigen Managementprozess zur Weiterentwicklung unserer CR-Strategie und zur Steuerung der Beziehungen zu unseren Stakeholdern erarbeitet und umgesetzt. Verbunden mit dem Managementprozess war die Einsetzung eines neuen Stakeholder-Relations-Teams und eines Responsible-Business-Netzwerks.



STEUERUNG & VERANTWORTLICHKEITEN

Durch die 2013 erfolgte Weiterentwicklung der CR-Strategie sind die Verantwortlichkeiten für den Bereich Unternehmensverantwortung im Konzern Deutsche Post DHL noch klarer geregelt als in der Vergangenheit.



DEN STAKEHOLDER-DIALOG PFLEGEN & VERTIEFEN

Die Stakeholder-Gruppen von Deutsche Post DHL sind sehr vielfältig – Kunden, Mitarbeiter, die Gemeinschaft der Investoren, Lieferanten und Subunternehmer, politische Entscheidungsträger, Verwaltungen und Behörden, Öffentlichkeit und Medien sowie Nichtregierungsorganisationen.



RATINGS & RANKINGS

Rating-Agenturen und weitere Institutionen bewerten unabhängig und nach eigenen Grundsätzen unsere Leistungen in der Unternehmensverantwortung nach ökonomischen, ökologischen und ethischen Maßstäben sowie Kriterien der guten Unternehmensführung.



ZIELE & ERGEBNISSE

Im Bereich der Unternehmensverantwortung setzen wir uns quantifizierbare und damit auch messbare Ziele, die wir in realistischen und angemessenen Zeiträumen erreichen wollen. Lang- und mittelfristige Ziele werden in Teilschritte aufgeschlüsselt, um die Transparenz der Fortschritte zu erhöhen. Alle Ziele leiten sich aus unseren Strategien in den Teilbereichen ab.



ENTWICKLUNG & AUSBLICK

Die Einschätzungen und Aussagen im vorliegenden Bericht zur Unternehmensverantwortung 2013 sind, wie eingangs beschrieben, das Ergebnis der Auswertung unserer Materialitätsanalyse, unserer Stakeholder-Dialoge und externer Ratings und Rankings. Die Erkenntnisse, die wir dabei gewonnen haben, bestätigen uns, dass wir in unserer Strategie der Unternehmensverantwortung die richtigen Schwerpunkte gesetzt haben.

> STARTSEITE > CR-STRATEGIE & MASSNAHMEN > CR-STRATEGIE

✓ PWC geprüfte Seite

UNTERNEHMERISCHE VERANTWORTUNG STEUERN & ENTWICKELN



In unserer Kernaufgabe als Post- und Logistikunternehmen ist bereits der gesellschaftliche Auftrag enthalten, Menschen miteinander zu vernetzen und ihr Leben durch unsere Dienstleistungen zu erleichtern. Das Prinzip Verantwortung prägt und durchzieht unser unternehmerisches Handeln und ist für den Geschäftserfolg von großer Bedeutung.

Mit unserer Strategie zur unternehmerischen Verantwortung (Living Responsibility), die integraler Bestandteil unserer Konzernstrategie ist, fördern wir eine nachhaltige Unternehmensführung bei Deutsche Post DHL.

Das bedeutet, dass wir uns unseren Konzernzielen – erste Wahl als Anbieter, Arbeitgeber und Investment zu werden – auch durch verantwortungsvolle Geschäftspraktiken nähern wollen und somit Ökonomie, Soziales und Ökologie miteinander in Einklang bringen.

Um Unternehmensverantwortung und Geschäft noch stärker miteinander zu verzahnen und die Anliegen und Erwartungen unserer internen und externen Stakeholder systematischer in unser Handeln mit einzubeziehen, haben wir im Jahr 2013 unsere Strategie zur Unternehmensverantwortung weiterentwickelt.

Eine wesentliche Neuerung ist, dass wir unsere Aktivitäten im Bereich Umweltschutz (GoGreen) zukünftig verstärkt nach dem Wertschöpfungsansatz des Shared Value betreiben werden. Unsere Programme im Bereich Corporate Citizenship führen wir fort. Im Weiteren haben wir im Berichtsjahr einen Managementprozess zur Weiterentwicklung unserer Strategie der Unternehmensverantwortung (Living Responsibility) gestaltet. Und ein neues, bereichsübergreifendes Responsible-Business-Practice-Netzwerk geschaffen, über das wir alle für den Konzern übergreifenden relevanten Themen in der Unternehmensverantwortung systematisch erfassen und dafür sorgen, dass geeignete Maßnahmen entwickelt und die Fortschritte berichtet werden. Zusätzlich haben wir ein neues Stakeholder-Relations-Team eingesetzt. Damit sind die Verantwortlichkeiten im CR-Management noch klarer definiert.

> STARTSEITE > CR-STRATEGIE & MASSNAHMEN > **UNSERE CR-HANDLUNGSFELDER**

✓ PWC geprüfte Seite

UNSERE CR-HANDLUNGSFELDER

Shared Value



Einen weiterentwickelten Ansatz in unserer strategischen Ausrichtung der Unternehmensverantwortung sehen wir im Shared-Value-Konzept. Unter Shared Value verstehen wir den Wertschöpfungsansatz, mit dem wir durch den Beitrag, den wir für die Gesellschaft und den Erhalt der Umwelt leisten, auch unseren unternehmerischen Erfolg vergrößern.

Diesen Wertschöpfungsansatz verfolgen wir insbesondere dadurch, dass wir neue umweltfreundliche Produkte und Dienstleistungen (GoGreen) entwickeln. Mit diesen Angeboten erschließen wir uns neue Geschäftschancen. Zugleich steigern wir mit innovativen Prozessen unsere Produktivität, verringern unsere Abhängigkeit von fossilen Treibstoffen und senken die Kosten.

Corporate Citizenship



Unsere Arbeit im Bereich Corporate Citizenship basiert darauf, Wertschöpfung für die Gesellschaft und unser Unternehmen zu schaffen, unsere Stärken und Kernkompetenzen für gesellschaftliche Belange einzusetzen und mit erfahrenen Partnern zu kooperieren.

Der Konzern und seine Mitarbeiter investieren Zeit und Expertise in diverse Kooperationen mit unseren Partnerorganisationen, um gesellschaftliche Herausforderungen anzugehen und unser Unternehmen langfristig erfolgreich zu machen: Mit unseren Konzernprogrammen verbessern wir die Bildungs- und Berufschancen junger Menschen, engagieren uns im Katastrophenmanagement an Flughäfen und unterstützen lokale Umweltschutz- und Hilfsprojekte, die von unseren Mitarbeitern initiiert worden sind.

Um unsere Corporate-Citizenship-Aktivitäten in Zukunft noch wirkungsvoller zu machen, haben wir 2013 eine globale Strategie verabschiedet und eine interne Arbeitsgruppe von Corporate-Citizenship-Experten etabliert. Darüber hinaus wurden Kennzahlen definiert, um künftig die Transparenz unserer Aktivitäten zu erhöhen.

> [STARTSEITE](#) > [CR-STRATEGIE & MASSNAHMEN](#) > [MATERIALITÄTSANALYSE](#)

✓ PWC geprüfte Seite

MATERIALITÄTSANALYSE: WESENTLICH & ERGIEBIG



Um ein besseres Verständnis der wichtigsten Anliegen unserer internen und externen Stakeholder im Hinblick auf Unternehmensverantwortung und Nachhaltigkeit zu erhalten, haben wir im Berichtsjahr eine strukturierte und systematische Stakeholder-Befragung durchgeführt und deren Ergebnisse erstmalig in einer Materialitätsanalyse zusammengefasst.

Die Stakeholder-Befragung werden wir zukünftig im Zwei-Jahres-Takt wiederholen. Damit ist gewährleistet, dass wir die Positionen unserer Stakeholder zur Relevanz unserer Handlungsfelder kontinuierlich verfolgen und im angemessenen Zeitrahmen auf gesellschaftliche Veränderungen reagieren können. Auch ist es damit möglich, unsere Fortschritte in bestimmten Themengebieten in regelmäßigen Abständen erkennbar zu machen.

- > [STARTSEITE](#) > [CR-STRATEGIE & MASSNAHMEN](#) > [MATERIALITÄTSANALYSE](#)
- > **UMFASSENDE BEFRAGUNGSANSATZ**

 PWC geprüfte Seite

UMFASSENDE BEFRAGUNGSANSATZ

Im Geschäftsjahr 2013 haben wir im Rahmen einer internationalen und anonymisierten Online-Umfrage 8.744 Vertreter unserer wichtigsten Anspruchsgruppen eingeladen, uns ihre Einschätzung zu Nachhaltigkeitsthemen sowie zu unserer Performance in den einzelnen Bereichen mitzuteilen. Befragt wurden unter anderem Mitarbeiter, Investoren, Kunden, Nichtregierungsorganisationen (NGOs), politische Entscheidungsträger, Lieferanten, Journalisten, akademische Einrichtungen, Verbände und Gremien sowie CR-Experten aus anderen Unternehmen. 831 Stakeholder haben teilgenommen und den Fragebogen vollständig beantwortet.

Der Fragebogen umfasste 25 Einzelfragen in den sechs Themengebieten ethische Unternehmensführung und Nachhaltigkeitsstrategie, Produktverantwortung und Markt, Arbeitspraktiken und Menschenrechte, faire Geschäftspraktiken, Umwelt- und Klimaschutz sowie Corporate Citizenship.

Die Themenliste wurde nach verschiedenen Empfehlungen und Leitfäden (darunter [Global Reporting Initiative – GRI](#), [UN Global Compact](#) und Empfehlungen der [OECD](#)) sowie den Vorgaben von Nachhaltigkeits-Ratings, internen Bewertungsmethoden und Kundenempfehlungen erarbeitet.

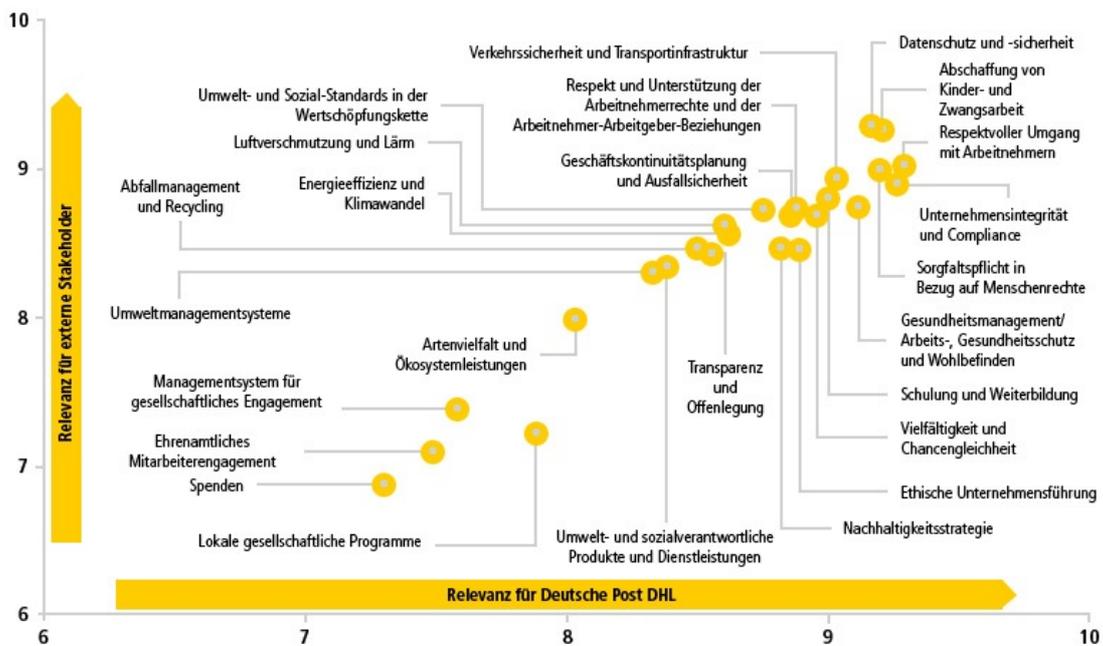
Dabei befragten wir die Umfrageteilnehmer, wie hoch sie die Relevanz eines Themas für ein internationales Logistikunternehmen wie Deutsche Post DHL bewerten. Die Auswertung dieser Ergebnisse ist die Grundlage unserer Materialitätsanalyse.

✓ PWC geprüfte Seite

THEMENRELEVANZ

Unsere Stakeholder messen allen 25 abgefragten Themenbereichen hohe bis höchste Relevanz bei. Auf einer Skala von 1 (sehr niedrig) bis 10 (sehr hoch) lagen die Bewertungen gemittelt zwischen knapp unter 7 und knapp über 9 Punkten. Zudem ergab die Befragung, dass sich die Meinungen interner und externer Stakeholder zur Relevanz bestimmter Themen der Unternehmensverantwortung weitgehend decken. Für beide Bezugsgruppen besonders wichtig sind die Gewährleistung von Datenschutz und -sicherheit, die Erbringung logistischer Leistungen frei von Kinder- und Zwangsarbeit, die Wahrung der Menschenrechte, Unternehmensintegrität und Compliance. In der Spitzengruppe finden sich auch Mitarbeiterbelange wie der respektvolle Umgang mit Mitarbeitern, Vielfältigkeit und Chancengleichheit sowie Themen der Schulung und Weiterbildung.

Materialitätsanalyse: Relevanz für DP DHL vs. Relevanz für externe Stakeholder¹



¹ Relative Bewertung der Relevanz von 1 (sehr niedrig) bis 10 (sehr hoch). Kein Punkt der Abfrage zeigte eine geringe Relevanz. Die Matrix zeigt daher lediglich einen Ausschnitt der Skala von 6 bis 10.

PWC GEPRÜFT

- > [STARTSEITE](#) > [CR-STRATEGIE & MASSNAHMEN](#) > [MATERIALITÄTSANALYSE](#)
- > [MATERIALITÄTSANALYSE BEKRÄFTIGT AUSRICHTUNG DER KONZERNSTRATEGIE](#)

 PWC geprüfte Seite

MATERIALITÄTSANALYSE BEKRÄFTIGT AUSRICHTUNG DER KONZERNSTRATEGIE

Die Einschätzung der Relevanz zeigt, dass die Stakeholder geschäftskritische Themen auch unter Aspekten der Unternehmensverantwortung als besonders wichtig erachten. Insbesondere die Themenfelder „Arbeitsbedingungen und Menschenrechte“ sowie „Faire Geschäftspraktiken“ wurden von unseren internen und externen Stakeholdern als sehr relevant bewertet. Zugleich bestätigen die Umfrageergebnisse die Konzernstrategie, nach der wir erste Wahl als Anbieter, als Investment und als Arbeitgeber werden möchten und uns diesen Zielen durch verantwortungsvolle Geschäftspraktiken nähern.

Ebenfalls bekräftigt die Materialitätsanalyse die Bedeutung unseres konzernweiten Umwelt- und Klimaschutzprogramms GoGreen. Umweltfreundliche Logistikprodukte und -services sind nicht nur unter betriebswirtschaftlichen Aspekten ein wichtiger Zukunftsmarkt, sondern für unsere Stakeholder auch im Hinblick auf die Unternehmensverantwortung von großer Bedeutung.

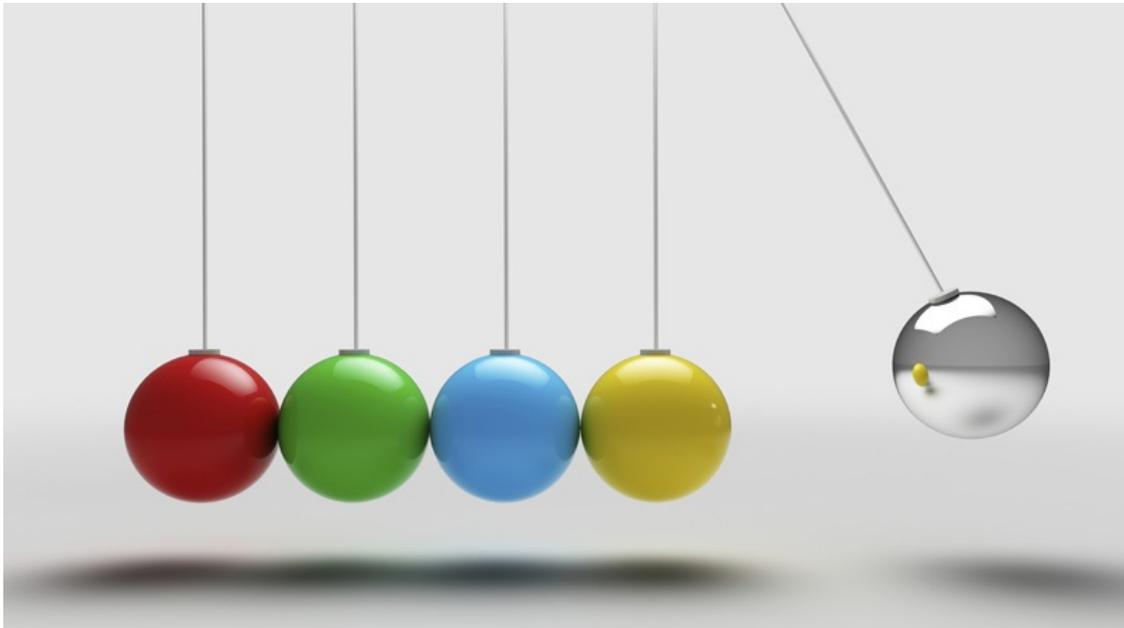
Verbesserungspotenziale identifiziert

Zugleich haben wir durch die Analyse sowie durch Erkenntnisse, die wir aus Studien, aus Kundenanfragen und aus internen Analysen gewonnen haben, Themenfelder identifiziert, in denen wir die Anforderungen unserer Stakeholder besser verstehen möchten. Dies sind insbesondere Themen aus den Bereichen faire Geschäftspraktiken und Umwelt. Mit unserem im Berichtsjahr geschaffenen bereichsübergreifenden Responsible-Business-Practice-Netzwerk arbeiten wir daran, unsere Leistungen in diesen Themenfeldern weiter zu verbessern.

> STARTSEITE > CR-STRATEGIE & MASSNAHMEN > **CR-MANAGEMENTPROZESS**

✓ PWC geprüfte Seite

CR-MANAGEMENTPROZESS



Im Berichtsjahr haben wir einen mehrstufigen Managementprozess zur Weiterentwicklung unserer CR-Strategie und zur Steuerung der Beziehungen zu unseren Stakeholdern erarbeitet und mit der Umsetzung begonnen. Verbunden mit dem Managementprozess war die Einsetzung eines neuen Stakeholder-Relations-Teams und eines Responsible-Business-Netzwerks.

Das neue Stakeholder-Relations-Team hat im Berichtsjahr eine Materialitätsanalyse erstellt und die Grundlagen einer Stakeholder-Relations-Richtlinie erarbeitet. In Zukunft wird das Team den Stakeholder-Dialog intensivieren.

Das neue Responsible-Business-Practice-Netzwerk hat die Aufgabe, als bereichsübergreifendes Forum die Anforderungen unserer Anspruchsgruppen und die Aktivitäten des Konzerns im Hinblick auf verantwortungsvolle Geschäftspraktiken systematisch zu erfassen und die Aktivitäten in der verantwortungsvollen Unternehmensführung miteinander zu koordinieren.

MANAGEMENTPROZESS ZUR WEITERENTWICKLUNG DER CR-STRATEGIEENTWICKLUNG

Stufe 1: Einblick gewinnen



Unserer Stakeholder-Relations-Strategie folgend tauschen wir uns auf vielfältige Weise mit unseren Interessensgruppen aus. Um die Interessen unserer Stakeholder noch besser zu verstehen und entsprechende Ableitungen für unsere strategische Ausrichtung treffen zu können, wurde im Berichtsjahr eine systematische Befragung mit unseren wesentlichen internen und externen Stakeholdern durchgeführt. Die Ergebnisse der Umfrage wurden erstmalig in einer Materialitätsanalyse zusammengefasst.

Stufen 2 und 3: Themen identifizieren und behandeln



Um unserer Verantwortung in den Themenfeldern Personal und Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Beziehungen, Gesundheit, Sicherheit, Beschaffung, Compliance, Umwelt und Gesellschaft noch stärker als bisher gerecht zu werden, haben wir im Berichtsjahr das Responsible-Business-Practice-Netzwerk eingerichtet.

Darin sind alle CR-relevanten Bereiche von Deutsche Post DHL vertreten: Compliance, Customer Solutions & Innovation, der HR-Bereich, die Kommunikations- und CR-Abteilungen, der Konzerneinkauf, die Konzernsicherheit, der Zentralbereich Politik und Regulierungsmanagement sowie Vertreter der Unternehmensbereiche.

Gemeinsam stellen die vertretenen Bereiche auf der Arbeits- und Entscheidungsebene sicher, dass alle für den Konzern relevanten Themenfelder der verantwortungsbewussten Unternehmensführung systematisch erfasst und entsprechende Maßnahmen zentral und kontinuierlich koordiniert und überwacht werden. So können wir Chancen und Risiken für unser Geschäft besser erkennen und schneller darauf reagieren.

Eine wichtige Arbeitsgrundlage für das Responsible-Business-Practice-Netzwerk sind die Ergebnisse der Materialitätsanalyse. Um relevante Themen und Maßnahmen zu identifizieren, Transparenz für die Unternehmensleitung zu schaffen und die Basis für ein verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln zu festigen, greifen die Beteiligten außerdem auf Erkenntnisse aus Studien, aus Kundenanfragen und aus dem Dialog mit unseren Stakeholdern zurück.

Um unsere Nachhaltigkeits-Agenda auch aus externer Sicht überprüfen zu lassen, haben wir ein international besetztes Beratergremium eingerichtet: das Sustainability Advisory Council (SAC). Es setzt sich aus unabhängigen Experten und Vordenkern aus verschiedenen Disziplinen (Wissenschaft, Wirtschaft, humanitäre Gemeinschaft, Umwelt, Logistik, Politik, Medien und Ethik) zusammen. Das SAC wird erstmals im ersten Quartal 2014 zur konstituierenden Sitzung in Bonn zusammentreten.

Stufe 4: Über Unternehmensverantwortung berichten



Über den Stand unserer Aktivitäten im Bereich der Unternehmensverantwortung berichten wir intern regelmäßig. Dabei setzen wir auf klare Verantwortlichkeiten, feste Berichtslinien und einheitliche Berichtsstandards mit definierten Kennzahlensystemen.

In unserer externen Kommunikation stehen Nachvollziehbarkeit, Überprüfbarkeit, Glaubwürdigkeit und Transparenz an erster Stelle. Eine wesentliche Grundlage für unsere jährliche Berichterstattung zur Unternehmensverantwortung sind die im Dialog mit unseren Stakeholdern gewonnenen Erkenntnisse und die Ergebnisse aus der Materialitätsanalyse.

Über diesen Bericht hinaus erteilen wir unseren Stakeholdern jederzeit und offen Auskünfte über unsere Aktivitäten und bedienen zu diesem Zweck vielfältige Kommunikationskanäle.

Stufe 5 – Engagement im Stakeholder-Dialog



Deutsche Post DHL steht permanent mit verschiedenen Bezugsgruppen in Kontakt. Hinzu kommen zahlreiche Plattformen, über die wir gezielt den Dialog mit unseren Stakeholdern suchen und bieten. Das Feedback der verschiedenen Interessengruppen nehmen wir systematisch auf, um es zu analysieren und zu verarbeiten. Die Erkenntnisse fließen dann erneut in den Managementprozess ein.

> STARTSEITE > CR-STRATEGIE & MASSNAHMEN > **STEUERUNG & VERANTWORTLICHKEITEN**

✓ PWC geprüfte Seite

STEUERUNG & VERANTWORTLICHKEITEN



Durch die 2013 erfolgte Weiterentwicklung der CR-Strategie sind die Verantwortlichkeiten für den Bereich Unternehmensverantwortung im Konzern Deutsche Post DHL noch klarer geregelt als in der Vergangenheit.

- Die Strategieentwicklung im Bereich Unternehmensverantwortung (Living Responsibility) sowie die Steuerung der Themen „Shared Value“ (Umwelt- und Klimaschutz mit GoGreen) und „Corporate Citizenship“ (Bildungsförderung durch GoTeach und Katastrophenmanagement mit GoHelp) geht vom Vorstandsvorsitz aus. Dort zeigen die im zweiten Halbjahr 2012 neu geordneten Zuständigkeiten erste Wirkung: Durch die Zusammenführung von Konzernkommunikation und Unternehmensverantwortung in einem Zentralbereich ist es gelungen, den Austausch mit den wichtigen internen und externen Stakeholdern zu intensivieren und systematisieren.
- Die Verantwortung für die Mitarbeiterthemen, den Datenschutz sowie den Austausch mit den Arbeitnehmervertretern obliegt dem Vorstandsbereich Personal.
- Der Chief Compliance Officer berichtet an den Finanzvorstand, der im Unternehmen Deutsche Post DHL auch unsere internen Dienstleistungsbereiche, die sogenannten Global Business Service-Funktionen (beispielsweise den Konzerneinkauf) steuert.

> STARTSEITE > CR-STRATEGIE & MASSNAHMEN > **STAKEHOLDER-DIALOGUE**

✓ PWC geprüfte Seite

DEN STAKEHOLDER-DIALOG PFLEGEN & VERTIEFEN



Die Stakeholder-Gruppen von Deutsche Post DHL sind sehr vielfältig – Kunden, Mitarbeiter, die Gemeinschaft der Investoren, Lieferanten und Subunternehmer, politische Entscheidungsträger, Verwaltungen und Behörden, Öffentlichkeit und Medien sowie Nichtregierungsorganisationen.

Wir stehen mit unseren Stakeholdern im stetigen Austausch und pflegen den Dialog auf Konzern- wie auf lokaler Ebene unter anderem auf Veranstaltungen, Workshops, Präsentationen, Umfragen und in gemeinsamen Gremien.

Es ist uns ein wesentliches Anliegen, den Dialog mit unseren Stakeholdern zu intensivieren, um so ein noch besseres Verständnis von deren Meinungen und Erwartungen zu entwickeln. Im Austausch wollen wir auch gemeinsam nach Lösungsansätzen für gegenwärtige und zukünftige gesellschaftliche und unternehmerische Herausforderungen suchen.

Die systematische Einbindung unserer Stakeholder ist uns dabei wichtig. Dazu haben wir im Berichtsjahr 2013 erste Maßnahmen getroffen, die wir in den nächsten Jahren ausbauen: die Durchführung einer umfassenden Stakeholder-Befragung und Ableitung einer Materialitätsanalyse, eine umfassende Stakeholder-Analyse und Stakeholder Mapping, die Umsetzung von Dialogveranstaltungen. Auch haben wir die Grundlagen einer Stakeholder-Relations-Richtlinie entworfen.

Wir orientieren uns hierbei an dem von der internationalen Organisation AccountAbility entwickelten AA1000 SES Stakeholder Engagement Standard und arbeiten langfristig darauf hin, dessen Prinzipien

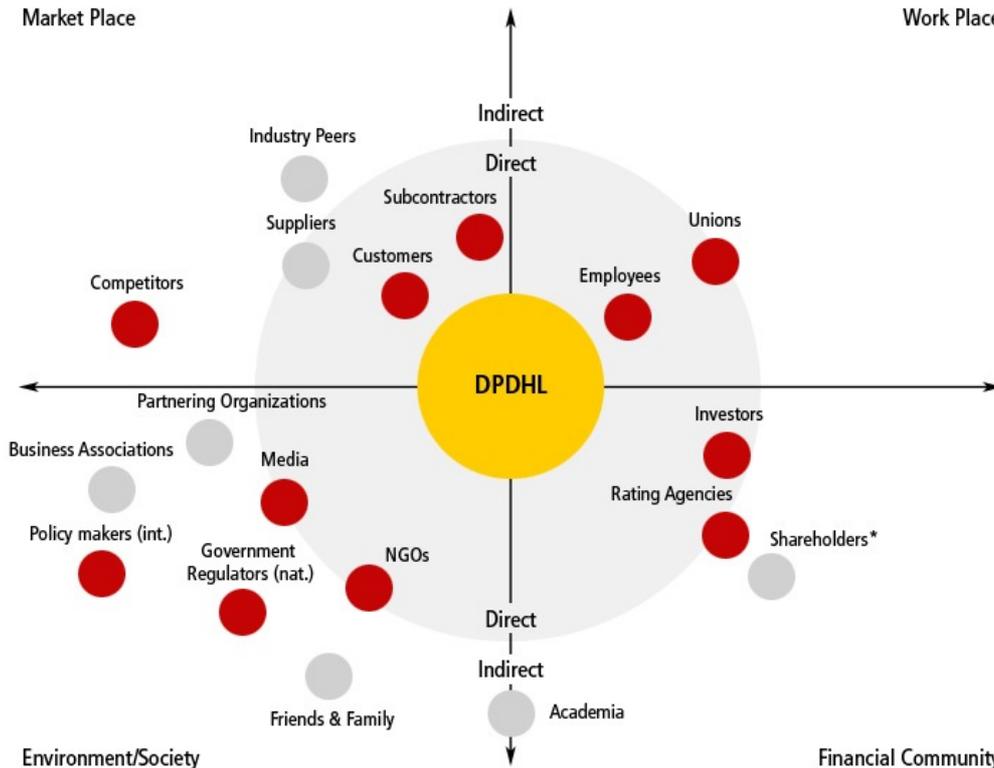
- Wesentlichkeit (Relevanz der Themen für Stakeholder),
- Inklusivität (Einbindung von Stakeholdern in strategische Entwicklungen) und
- Reaktivität (Reaktion auf Stakeholder-Anliegen, Gesprächs- und Handlungsbereitschaft)

noch stärker in unserem Umgang mit Stakeholdern einfließen zu lassen.

Darüber hinaus ziehen wir die aus dem Dialog mit unseren Stakeholdern gewonnenen Erkenntnisse dazu heran, die inhaltlichen Schwerpunkte für unsere Berichterstattung zur Unternehmensverantwortung zu setzen.

DPDHL stakeholder map

The stakeholder map shows relevant stakeholders who affect or can be affected by DPDHL



* position might change if shareholders manage to organize themselves ● = critical for licence to operate

PWC GEPRÜFT

Im Berichtsjahr haben wir auf Basis einer Stakeholder-Analyse eine Stakeholder Map für Deutsche Post DHL erstellt.

Wesentliche Stakeholder-Gruppen, ausgewählte Kommunikationsmaßnahmen, Mitglied- und Partnerschaften

- **Kunden**
 Jährliche Befragungen zur Kundenzufriedenheit, Marktforschung, zahlreiche Kunden-Konferenzen und -Events, Kundenmagazine, Webseiten, Social-Media-Kanäle, Logistics Newsroom, Kundenservice Center

- **Mitarbeiter und deren Vertreter**
Jährliche Mitarbeiterbefragung, Employee Trend Monitor (sechs Mal im Jahr), interne Medien, Diskussionsangebote im Intranet und Extranet, interne Kollaborationsplattform (Yammer), Mitarbeiterveranstaltungen, Betriebsratsversammlungen, Betriebsratsgremien, Deutsche Post DHL Forum (zweimal jährlich)
- **Investoren**
Capital Markets Day, Jahreshauptversammlung, Bekanntgabe der Jahres- und Quartalsergebnisse, regelmäßige Investoren-Roadshows und Investoren-Konferenzen, Tutorial Workshops, Aktionärsumfragen und Studien
- **Lieferanten und Transportdienstleister**
Gemeinsame Arbeitsgruppen in Fachverbänden und Brancheninitiativen, unter anderem zur Entwicklung branchenweiter Standards zur Ermittlung von Emissionsdaten
- **Nichtregierungsorganisationen**
Regelmäßige Treffen, Konferenzen und Symposien, laufende Partnerschaften und Kooperationsprojekte
- **Politische Entscheidungsträger**
Regelmäßiger Austausch
- **Wissenschaft und Forschung**
Zusammenarbeit bei Innovationsprojekten, Austausch über Konferenzen und Symposien
- **Medien**
Permanenter Austausch, aktive und reaktive Pressearbeit, Medienmonitoring, Medienresonanzanalysen, Medienkooperationen, Workshops, Social-Media-Aktivitäten, Logistics Newsroom
- **Bürger**
Austausch über Themen der Unternehmensverantwortung
- **Experten**
Austausch mit meinungsführenden Experten über gesellschaftliche Entwicklungen und deren Auswirkung auf die Logistik

Zusätzlich suchen wir im Rahmen unserer Zukunftsstudien der Reihe „Delivering Tomorrow“ den interdisziplinären Dialog mit Meinungsführern aus verschiedenen Disziplinen und Themenbereichen. Dazu haben wir als Format den Delphi Dialog 2020 geschaffen und etabliert.

Mitglied- und Partnerschaften: Erfahrungsaustausch innerhalb verschiedener Mitgliedschaften und Partnerschaften.

> [STARTSEITE](#) > [CR-STRATEGIE & MASSNAHMEN](#) > [STAKEHOLDER-DIALOGUE](#) > [AKTIONÄRSUMFRAGEN & STUDIEN](#)

 PWC geprüfte Seite

AKTIONÄRSUMFRAGEN & STUDIEN

Im Rahmen unserer Strategie 2015 ist es das erklärte Ziel des Konzerns, Investment der Wahl für Investoren zu sein. Um dieses Ziel zu erreichen, haben wir in den vergangenen Jahren nicht nur kontinuierlich Profitabilitätssteigerungen geliefert, sondern beschäftigen uns auch kontinuierlich mit den Bedürfnissen unserer mehr als 400.000 Aktionäre.

Nach Aktionärsumfragen in den Jahren 2004 und 2008 haben wir auch im Berichtsjahr eine Aktionärsumfrage durchgeführt und deren Ergebnisse in einer am 12. Februar 2014 veröffentlichten Studie zusammengefasst. Die Studie wurde von Professor Dr. Bernhard Pellens von der Ruhr-Universität Bochum in Kooperation mit Deutsche Post DHL, dem Deutschen Aktieninstitut und dem DIRK – Deutscher Investor Relations Verband – erstellt. Schwerpunkte der Umfrage waren grundsätzlich das Informationsverhalten von Privataktionären, die Wahrnehmung ihrer Stimmrechte und die Einstellung zu Dividenden- beziehungsweise Kursgewinnen bei Aktiengesellschaften.

Diese Studie wird uns dabei helfen, unserem Anspruch und den Erwartungen unserer eigenen Anteilseigner und potenzieller Aktionäre künftig noch besser gerecht werden zu können.

- > [STARTSEITE](#) > [CR-STRATEGIE & MASSNAHMEN](#) > [STAKEHOLDER-DIALOGE](#)
- > [BÜRGERDIALOG CO₂-FREIE ZUSTELLUNG](#)

 PWC geprüfte Seite

BÜRGERDIALOG BEIM PROJEKT „CO₂-FREIE ZUSTELLUNG IN BONN“

Mit dem im Mai 2013 gestarteten Pilotprojekt „[CO₂-freie Zustellung in Bonn](#)“ dehnt Deutsche Post DHL erstmals ein CO₂-freies Fahrzeugkonzept auf eine ganze Großstadt aus. Der Langzeitversuch dient dazu, viele grundsätzliche Fragen zu beantworten, die sich im Zusammenhang mit der Elektromobilität im Großflotteneinsatz stellen.

Erstmals der Öffentlichkeit vorgestellt wurde das Projekt in einer Pressekonferenz am 21. Mai 2013 in Bonn. Über die mediale Vermittlung hinaus stellte Deutsche Post DHL das Pilotprojekt den Bonner Bürgern im Rahmen des „Tags der Elektromobilität“ am 14. September 2013 vor, bei dem Deutsche Post DHL als Co-Aussteller auftrat. Die Veranstaltung fand im öffentlichen Raum statt, zentraler Veranstaltungsort war der Bonner Münsterplatz. Ziel der Teilnahme am Aktionstag war es, den Bürgern die Möglichkeiten innovativer und klimafreundlicher Mobilität aufzuzeigen, sie für das Thema zu interessieren und ihr Feedback einzuholen.

Feedback der Bürger

Am Aktionstag wurden 142 Feedbackkarten abgegeben. Das Feedback fiel äußerst positiv aus. 81,7 Prozent der Befragten sahen die CO₂-freie Brief- und Paketzustellung in ihrer Stadt als Fortschritt und bewerteten diese Entwicklung positiv. 10,4 Prozent der befragten Personen gaben an, sich keine eindeutige Meinung über das Projekt gebildet zu haben, nur bei 7,9 Prozent der Umfrageteilnehmer überwog die Ablehnung. Gründe für eine Ablehnung war der Mangel an grünem Strom, der sich durch die Elektroflotte verschärfen könnte, die Sorge um generell steigende Strompreise, die mangelhafte Praxistauglichkeit der Technik und die gefährlich geringen Fahrgeräusche der E-Mobile.

Die Umfrage zeigte ebenfalls, dass eine umweltbewusste Zustellung mit Elektromobilen große Auswirkungen auf die Akzeptanz der logistischen Leistung beim Kunden hat. 80,3 Prozent der auf dem Bonner Aktionstag befragten Personen gab an, dass die CO₂-freie Zustellung von Briefen und Paketen ein Grund für sie sei, Deutsche Post DHL gegenüber anderen Postunternehmen und Paketdiensten zu bevorzugen.

- > [STARTSEITE](#) > [CR-STRATEGIE & MASSNAHMEN](#) > [STAKEHOLDER-DIALOGUE](#)
- > [ROUNDTABLE "GRÜNER STRASSENGÜTERTRANSPORT"](#)

 PWC geprüfte Seite

ROUNDTABLE-DISKUSSION „GRÜNER STRASSENGÜTERTRANSPORT – BRAUCHEN WIR MEHR TRANSPARENZ?“

Am 9. Dezember 2013 haben wir in Kooperation mit dem Deutschen Verkehrsforum in Berlin eine Roundtable-Diskussion zum Thema „Grüner Straßengütertransport – Brauchen wir mehr Transparenz?“ durchgeführt. Der Teilnehmerkreis bestand aus Vertretern von Logistikverbänden, Industrie- und Logistikunternehmen.

Ziel des Dialogs war es, generell das Thema Transparenz über Emissionen im Straßengüterverkehr zu diskutieren, die unterschiedlichen Positionen zu verstehen und Handlungsfelder zu identifizieren. Die Agenda der vierstündigen Veranstaltung war entsprechend handlungsorientiert: Nach einer einleitenden Vorstellung und Diskussion von Instrumenten und Maßnahmen zur Steigerung der Emissionstransparenz, darunter etwa die Initiative „Green Freight Europe“, folgte ein lebhafter Austausch zum übergeordneten Thema, wie sich der Standort Deutschland durch einen effizienteren und umweltfreundlicheren Straßengütertransport nachhaltiger gestalten ließe. Die Leitfrage lautete hierbei, wie eine erhöhte Transparenz bezogen auf die tatsächlichen Emissionen im Straßengüterverkehr überhaupt erreicht werden kann.

Es wurde sehr offen, kritisch und konstruktiv diskutiert. Die Einschätzung der Logistikverbände als Vertreter der kleineren Logistikunternehmen war uns dabei besonders wichtig. Somit wurde das Ziel der Dialogveranstaltung erreicht, ein besseres Verständnis für die Anliegen aller Beteiligten zu gewinnen. Die Diskussion werden wir in weiteren Gesprächen fortführen.

- > [STARTSEITE](#) > [CR-STRATEGIE & MASSNAHMEN](#) > [STAKEHOLDER-DIALOGE](#)
- > [EXPERTENDIALOG ZUR „MOBILITÄT 2.0“](#)

✓ PWC geprüfte Seite

EXPERTENDIALOG ZUR „MOBILITÄT 2.0“



Elektromobilität war das Kernthema beim VII. Delphi Dialog von Deutsche Post DHL am 18. November 2013 im Bonner Post Tower. Bei der Podiumsdiskussion stellten sich der frühere Auto-Manager Daniel Goeudevert, Prof. Stephan Rammler, Direktor des Instituts für Transportation Design in Braunschweig, sowie Jürgen Gerdes, Konzernvorstand BRIEF, der Frage, wie wir uns vom Zeitalter fossiler Brennstoffe lösen und damit neue Impulse für die deutsche Wirtschaft setzen können.

Rund 90 Gäste aus Wirtschaft, Medien, Politik und Wissenschaft besuchten die Veranstaltung und brachten in der anschließenden offenen Diskussion ihre Meinung ein.

Dabei stand die Frage im Vordergrund, wie die Mobilität der Zukunft im „Autoland“ Deutschland aussehen kann – und wie Mobilität nachhaltiger wird, ohne dass die Versorgungssicherheit für Wirtschaft und Bürger gefährdet wird. Dabei wurde auch das 2013 gestartete Pilotprojekt „CO₂-freie Zustellung in Bonn“ vorgestellt, mit dem Deutsche Post DHL eine Vorreiterrolle bei der elektromobilen Zustellung und generell beim Einsatz von Elektronutzfahrzeugen einnimmt. Im Anschluss an die moderierte Diskussion zwischen Daniel Goeudevert, Prof. Stephan Rammler und Jürgen Gerdes konnten sich auch die Zuhörer an der Debatte beteiligen. Kontrovers diskutiert wurde dabei insbesondere, welche Rolle der individuelle Verzicht bei zukünftigen Mobilitätskonzepten spielt und welchen Stellenwert das Auto im Leben der Menschen einnehmen wird.

- > [STARTSEITE](#) > [CR-STRATEGIE & MASSNAHMEN](#) > [STAKEHOLDER-DIALOGE](#)
- > [STAKEHOLDER-DIALOG ZU ZUKUNFTSTHEMEN](#)

 PWC geprüfte Seite

STAKEHOLDER-DIALOG ZU ZUKUNFTSTHEMEN

Unsere Veröffentlichungen im Rahmen der im Jahr 2009 geschaffenen Studienreihe „Delivering Tomorrow“, in denen wir Zukunftsthemen beleuchten, finden große Beachtung. An den Studien wirken Spitzenwissenschaftler sowie weitere bekannte Persönlichkeiten mit. Außerdem beteiligen wir interne wie externe Stakeholder im Rahmen von Umfragen. Die Studien helfen uns dabei, uns frühzeitig auf zukünftige gesellschaftliche, politische und technologische Entwicklungen vorzubereiten. Die Studienergebnisse diskutieren wir ausgiebig mit unseren Stakeholdern im Rahmen unserer Delphi Dialoge.

Wortweiser: Delphi Dialog 2020

Mit dem Delphi Dialog 2020 hat Deutsche Post DHL ein eigenes, inzwischen etabliertes Dialogformat entwickelt. Dabei treten Mitglieder des Vorstands in den Dialog mit renommierten Experten aus Wirtschaft, Wissenschaft und Medien und stellen sich anschließend den Fragen der weiteren Teilnehmer. Zu den Veranstaltungen eingeladen werden Kunden, Geschäftspartner, Journalisten, Analysten und Investoren sowie Vertreter aus der Politik.

Inhaltlich bewegt sich die Veranstaltungsreihe im Grenzbereich zwischen spezifischen Fragestellungen der Logistikindustrie und Themen von gesamtgesellschaftlicher Relevanz. Häufig stehen die Dialogveranstaltungen in Verbindung mit der Veröffentlichung neuer Zukunftsstudien durch Deutsche Post DHL.

Die bisherigen Veranstaltungen

[Delphi Dialog VII in Bonn](#): Mobilität 2.0 – Wie können wir uns vom Zeitalter fossiler Brennstoffe lösen und damit neue Impulse für die deutsche Wirtschaft setzen?

[Delphi Dialog VI in Columbus/USA](#): Die Zukunft des E-Commerce.

[Delphi Dialog V in Frankfurt/Main](#): Ist Globalisierung weiterhin die Antwort? Eine Diskussion darüber, wie Globalisierung human gestaltet werden kann.

[Delphi Dialog IV in Berlin](#): Per Shopping-Click zum Konsumentenglück? Wie das Internet unsere Einkaufsgewohnheiten verändert.

[Delphi Dialog III in Shanghai/China](#): Mega-Metropolen am Rande des Verkehrsinfarcts und globale Umweltprobleme: Herausforderungen für die Logistik und ihre Lösungen.

[Delphi Dialog II in Hamburg](#): Von Piraten und elektronischen Fingerabdrücken: Wie die Logistik der Zukunft den Herausforderungen einer globalen Welt begegnet.

[Delphi Dialog I in Frankfurt](#): Schöne neue Logistikwelt? Wie neue Technologien den Welthandel radikal verändern könnten.

> STARTSEITE > CR-STRATEGIE & MASSNAHMEN > RATINGS & RANKINGS

✓ PWC geprüfte Seite

RATINGS & RANKINGS



Rating-Agenturen und weitere Institutionen bewerten unabhängig und nach eigenen Grundsätzen unsere Leistungen in der Unternehmensverantwortung nach ökonomischen, ökologischen und ethischen Maßstäben sowie Kriterien der guten Unternehmensführung.

Die Ergebnisse der Bewertung durch Rating-Agenturen dienen Emittenten von Nachhaltigkeitsindizes als Entscheidungsgrundlage, ob ein Unternehmen in einen Nachhaltigkeitsindex aufgenommen wird oder darin verbleiben kann. Immer häufiger beziehen Kunden und Investoren die Index-Zugehörigkeit eines Unternehmens als ein zusätzliches Kriterium in ihre Auftragsvergabe oder Anlageentscheidungen ein.

Die Bewertungen der sogenannten nicht finanziellen Faktoren dienen den Investoren zunehmend auch dazu, die Potenzialeinschätzung von Unternehmen zu prognostizieren. Vor diesem Hintergrund betrachten wir die Rating-Agenturen als eine wichtige Stakeholder-Gruppe, mit der wir den Dialog intensivieren wollen. Die Bewertungsergebnisse haben für unser Unternehmen strategische Bedeutung und werden als zusätzlicher Indikator für unsere Erfolgsmessung herangezogen. Die Rating-Agenturen wurden deshalb auch in die Stakeholder-Befragung einbezogen, die Grundlage unserer Materialitätsanalyse ist.

> [STARTSEITE](#) > [CR-STRATEGIE & MASSNAHMEN](#) > [RATINGS & RANKINGS](#) > **AKTUELLE RATINGS & RANKINGS**

 PWC geprüfte Seite

AKTUELLE RATINGS & RANKINGS

Im Berichtsjahr waren wir erneut in den Nachhaltigkeitsindizes FTSE4Good und MSCI sowie im CDP Global 500 Climate Disclosure Leadership Index vertreten. Ein besonderer Erfolg war die Hochstufung von Deutsche Post DHL durch MSCI gegenüber dem Vorjahr auf die Bestmarke „AAA“. Deutsche Post DHL ist das einzige Unternehmen im Transportsektor bei MSCI mit dieser Bewertung. Das renommierte Nachhaltigkeits-Research-Unternehmen Sustainalytics bewertet unsere Aktivitäten in der Unternehmensverantwortung insgesamt wie auch im Bereich „Umwelt“ als „Industry Leader“, im Bereich Soziales übertreffen wir die Erwartungen. Im CDP Global 500 Climate Disclosure Leadership Index belegen wir wie in den Vorjahren einen Spitzenrang.

Neben den Rating-Agenturen bewerten weitere unabhängige Institutionen unsere Aktivitäten in sogenannten Nachhaltigkeits-Rankings: So verlieh Green Brands unserem Umweltschutzprogramm GoGreen das Öko-Siegel „Green Brands Germany“. Im „Good Company Ranking“ von Kirchhoff Consult stehen wir im aktuellen Ranking auf Rang 23 von 70 internationalen Konzernen. Gegenüber der vorhergehenden Bewertung im Jahr 2009 konnten wir uns um 19 Plätze verbessern und belegen im Logistiksektor den besten Platz.

Ratings & Rankings 2013

Rating	Ergebnis
CDP Global 500 Climate Disclosure Leadership Index	98 von 100 Punkten
DAXglobal® Sarasin Sustainability Germany Index	Prime Standards
FTSE4Good Europe and Global Indizes	Gelistet
MSCI Europe and Global Indizes	AAA
Sustainalytics Research	Industry Leader

PWC GEPRÜFT

Ranking	Platzierung
Good Company Ranking	Rang 23 von 70
Green Brands	Green-Brands-Siegel Germany 2013

PWC GEPRÜFT

> STARTSEITE > CR-STRATEGIE & MASSNAHMEN > ZIELE & ERGEBNISSE

✓ PWC geprüfte Seite

ZIELE & ERGEBNISSE



Im Bereich der Unternehmensverantwortung setzen wir uns quantifizierbare und damit auch messbare Ziele, die wir in realistischen und angemessenen Zeiträumen erreichen wollen. Lang- und mittelfristige Ziele werden in Teilschritte aufgeschlüsselt, um die Transparenz der Fortschritte zu erhöhen. Alle Ziele leiten sich aus unseren Strategien in den Teilbereichen ab.

Was wir erreichen wollen

Bereich	Ziel	Fällig	Status	Kommentar
Strategie & Stakeholderdialog				
Strategie	CR-Strategie mit dem Sustainability Advisory Council als externem Expertengremium diskutieren	2014	Neu	
Stakeholder Relations	Eine Stakeholder-Relations-Richtlinie entwerfen	2014	Neu	
Responsible Business				
Datenschutz	Verbindliche Trainingsmaßnahme zur Data Privacy Policy für leitende Angestellte einführen	2014	Neu	
Beschaffung/Lieferantenmanagement	Mit dem konzernweiten Ausrollen des Experten-Workshops „Sicherheits- und Compliance-Sensibilisierung“ beginnen	2014	Neu	
Arbeitnehmervertreter	Das Pilotprojekt „Industrial-Relations Assessment“ werden wir in weiteren sechs Ländern in unseren Wachstumsmärkten Asien und Südamerika ausrollen	2014	Neu	
	Wir werden im Projekt des Europäischen Ausschusses für Sozialen Dialog Post zum Thema demografische Herausforderungen im Postsektor mitarbeiten.	2015	Neu	
Mitarbeiter				
Talentmanagement	Den neuen Prozess „Executive Development Review (EDR)“ für alle Führungskräfte im oberen Management einführen	2014	Neu	
	EDR für alle Führungskräfte im mittleren Management ausrollen	2015	Neu	
Arbeitsschutz & Gesundheit	Um die Gesunderhaltung unserer Mitarbeiter zu	2014	Neu	

fördern, werden wir in drei Ländern unserer Wachstumsmärkte in Asien und Lateinamerika ein Pilotprojekt zur Identifizierung von wesentlichen Krankheitsursachen durchführen. Nach Analyse der Ergebnisse werden wir daraus geeignete Präventionsmaßnahmen für unsere Mitarbeiter ableiten.

HR Shared Services	Konzept für weitere HR Shared Service Center in den USA und Belgien erstellen und bewerten und das HR Stammdatensystem (HR Shared Data Hub) weiter entwickeln	2014	Neu
--------------------	---	------	-----

Shared Value | GoGreen

Klimaschutz	Unsere CO2-Effizienz inklusive die unserer Transportsubunternehmer im Vergleich zum Basisjahr 2007 um 30 % verbessern.	2020		Die CO2-Effizienz konnte im Vergleich zu 2007 um 18% verbessert werden
	Etablierung unterjährig berechneter CO2-Effizienz-Indizes als steuerungsrelevanter, nichtfinanzieller Leistungsindikator im Konzern.	2014	Neu	
	Transparenz schaffen bzgl. der CO2-Reduktionsziele und der CO2-Effizienz unserer Subunternehmer im Straßentransport	2015		Als Gründungsmitglied von Green Freight Europe nutzen wir beispielsweise die „Data Collection Platform“ für den Austausch von CO2-bezogenen Daten. Außerdem unterstützen wir ähnliche Initiativen in anderen Regionen, wie Green Freight Asia.
	Teilziel von Green Freight Europe ist die Schaffung einer Plattform für das	2014	Neu	Der Austausch von Best Practices mit unseren Partnern

Teilen von Best Practices

ist entscheidend, um die Kraftstoffeffizienz zu fördern. GFE bietet eine neutrale Plattform für den Austausch von Best Practices innerhalb der Logistikbranche

Ersatz von mindestens weiteren 15 % unserer verbleibenden Flugzeugflotte (Referenzjahr 2009: 136 Flugzeuge in Betrieb) durch verbrauchs- und geräuschärmere Modelle

2015



Insgesamt wurden 20 Flugzeuge seit 2009 ausgetauscht und weitere 38 wurden auf Verbrauch und Lärmverringerng technisch verbessert.

Was wir erreicht haben

Bereich	Ziel	Fällig	Status	Kommentar
Strategie & Stakeholderdialog				
Strategie	Aus dem Stakeholderdialog eine Materialitätsanalyse ableiten	2013		Siehe Rubrik Materialitätsanalyse
Responsible Business				
Konzernrichtlinien	Verhaltenskodex (Code of Conduct): Bereitstellen der revidierten Fassung in 21 Sprachen	2013		Siehe Rubrik Verhaltenskodex, Schulungen
	Compliance-Management: Schulungsprogramme und -unterlagen aktualisieren und in 20 Sprachen konzernweit bereitstellen	2013		Link zum Kapitel Compliance – Schulungen zur neuen Antikorruptionsrichtlinie
Mitarbeiter				
Demografischer Wandel	Generationenvertrag auch auf Beamte ausweiten	2013		Die Gespräche mit Ministerien wurden aufgenommen, konnten aber aufgrund der komplexen Regelungen nicht abgeschlossen werden. Gespräche werden fortgeführt.
	Jährlich bis zu 40 Praktikanten und 30 Trainees gewinnen	2013		Praktikanten und Trainees
	1.100 Mitarbeiter-Kinder in 112 Ländern mit Stipendien	2013		UPStairs
Diversity	Diversity-Richtlinie konzernweit implementieren	2013		Dieses Ziel wurde im Berichtsjahr modifiziert: In der maßgeblichen Konzernrichtlinie dem Verhaltenskodex (Code of Conduct) ist unser Verständnis von Diversity konkretisiert und in 2013 kommuniziert worden. Um der Bedeutung von Diversity ein noch stärkeres Gewicht zu verleihen, hat der Vorstand zusätzlich eine Erklärung zu Vielfalt und Inklusion im Berichtsjahr

verabschiedet

	Trainings zu Diversity und Gender Awareness ausrollen	2013		<u>Das Training wurde konzipiert und pilotiert und ist ab 2014 Bestandteil der Programme in der Führungskräfteentwicklung</u>
HR-Dienstleistungen	Bereitstellen von automatisierten HR-Dienstleistungen			
	Implementierung eines globalen HR-Personaldatensystems	2015		Ein Personalstammdatensystem (HR Shared Data Hub) wurde konzipiert und in den Niederlanden pilotiert. Das System wird weiterentwickelt und konzernweit ausgerollt.
	Implementierung eines HR Shared Service Center in den Niederlanden	2013		Das HR Shared Service Center ist im Berichtsjahr in den Niederlanden in Betrieb genommen worden.

Shared Value | GoGreen

Klimaschutz	Anteil des Stroms aus erneuerbaren Energiequellen (grüner Strom) auf 60 % steigern	2012		Zum Jahresende 2013 betrug der Anteil an grünem Strom im Konzern bereits 58 %. Das Ziel wurde im Berichtsjahr neu festgelegt und soll nun in 2014 erreicht werden.
-------------	--	------	--	--

Corporate Citizenship

Katastrophenmanagement (GoHelp)	GARD-Workshops in El Salvador, Armenien und auf den Philippinen durchführen sowie ein GARD Plus	2013		<u>Katastrophenmanagement (GoHelp)</u>
	DRT-Trainings durchführen, um die Einsatzbereitschaft zu gewährleisten	2013		<u>DRT - Katastrophenmanagement</u>
Bildung (GoTeach)	Die Partnerschaft mit SOS-Kinderdörfern auf weitere Länder ausdehnen	2014		<u>GoTeach: Bildungsförderung</u>
	Lokale Partnerschaften in fünf weiteren Ländern mit Teach For All und den SOS-Kinderdörfern gründen	2013		<u>Lokale Partnerschaften</u>
Global Volunteer Day	Lokale	2013		<u>Global Volunteer Day</u>

gesellschaftliche
Projekte werden
unterjährig im
Rahmen des GVD
durchgeführt



PWC GEPRÜFT

> STARTSEITE > CR-STRATEGIE & MASSNAHMEN > ENTWICKLUNG & AUSBLICK

✓ PWC geprüfte Seite

ENTWICKLUNG & AUSBLICK



Die Einschätzungen und Aussagen im vorliegenden Bericht zur Unternehmensverantwortung 2013 sind, wie eingangs beschrieben, das Ergebnis der Auswertung unserer Materialitätsanalyse, unserer Stakeholder-Dialoge und externer Ratings und Rankings. Die Erkenntnisse, die wir dabei gewonnen haben, bestätigen uns, dass wir in unserer Strategie der Unternehmensverantwortung die richtigen Schwerpunkte gesetzt haben.

Innerhalb dieses Prozesses haben wir die für unsere Stakeholder besonders relevanten Themen identifiziert, die kontinuierlich unsere Aufmerksamkeit erfordern. Dabei sind im Besonderen die Themenfelder „Arbeitsbedingungen und Menschenrechte“ sowie „Faire Geschäftspraktiken“ hervorzuheben. Unter anderem konzentrieren sich die Anforderungen auf die Gewährleistung von Datenschutz und –sicherheit, die Erbringung logistischer Leistungen frei von Kinder- und Zwangsarbeit, die Achtung der Menschenrechte, die Unternehmensintegrität und Compliance sowie den respektvollen Umgang mit Mitarbeitern.

Ebenso werden wir Aktivitäten fortführen, die auf der Prioritätenliste unserer Stakeholder nicht an oberster Stelle stehen. Beispielsweise sehen wir im Engagement unserer Mitarbeiter in Freiwilligenprogrammen positive Effekte für ihre Motivation. Überdies verlassen sich unsere Partnerorganisationen auf unsere nachhaltige Unterstützung.

Unternehmensverantwortung verstehen wir als kontinuierlichen und dynamischen Prozess. Wir arbeiten weiter daran, unsere eigenen Ansprüche und die unserer Stakeholder in Fragen der Unternehmensverantwortung zu erfüllen und unsere gesetzten Ziele zu erreichen.

> STARTSEITE > MITARBEITER & MITGESTALTER



NACHHALTIGE PERSONALARBEIT

Der Erfolg unseres Unternehmens fußt auf dem Engagement, der Kreativität und dem Wissen unserer rund 480.000 Mitarbeiter auf der ganzen Welt.

Wir wollen unseren Mitarbeitern das bestmögliche Arbeitsumfeld bieten. Dafür haben wir sehr gute Voraussetzungen. Unser Geschäftsauftrag als globales Logistikunternehmen und als Postunternehmen für Deutschland ist es, Menschen miteinander zu verbinden. Eine Tätigkeit in unserem Unternehmen stiftet daher unmittelbar erlebbaren Sinn. Unsere Mitarbeiter sind Mitgestalter. Das Arbeiten für Deutsche Post DHL soll unseren Mitarbeitern Spaß machen und sie mit Stolz erfüllen.



"ONE HR" - PERSONALARBEIT NEU GESTALTEN

Mit guter Personalarbeit wollen wir zukünftig noch stärker zur Leistungsfähigkeit des Konzerns und seiner Unternehmensbereiche beitragen. Daher haben wir 2012 begonnen, mit dem Programm „One HR“ unsere Personalarbeit strukturell und inhaltlich neu auszurichten. Das Programm hat im Berichtsjahr mehrere Meilensteine erreicht.



ARBEITNEHMERSTRUKTUR & VERGÜTUNG

Als führendes Postunternehmen in Europa und globales Logistikunternehmen sind wir einer der größten Arbeitgeber weltweit.

Unseren rund 480.000 Mitarbeitern bieten wir gute Arbeitsbedingungen. Dazu zählen insbesondere eine faire, angemessene und wettbewerbsfähige Vergütung.



SO VIELFÄLTIG WIE DIE WELT & GEMEINSAM ERFOLGREICH

Wir sind ein weltumspannendes und weltoffenes Unternehmen. In unserem Unternehmen arbeiten Frauen und Männer verschiedener Altersgruppen mit den unterschiedlichsten nationalen, ethnischen, soziokulturellen und religiösen Hintergründen, Menschen mit und ohne Behinderungen sowie Menschen unterschiedlicher sexueller Orientierung oder Identität zusammen.



VERANTWORTUNGSVOLL AUSBILDEN & DEN PERSONALBEDARF STRATEGISCH PLANEN

Die Alters- und Sozialstruktur der Weltbevölkerung verändert sich rasant. Dies hat gravierende Auswirkungen auf unsere Nachwuchskräfteplanung. In den Industrienationen und insbesondere in Deutschland muss unser Personalmanagement Antworten auf den steigenden Altersdurchschnitt unserer Mitarbeiter finden. In den bevölkerungsstarken Entwicklungs- und Schwellenländern kann ein niedrigeres Bildungsniveau zur Herausforderung werden. Hier lautet unsere wichtigste Aufgabe, junge Talente zu gewinnen und durch Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen zu fördern.



LEISTUNG FÖRDERN & TALENTE ENTWICKELN

Unsere rund 480.000 Mitarbeiter verfügen über ein großes Potenzial und eine Vielfalt an Talenten. Diese Talente wollen wir entdecken und gezielt fördern, wenn dies im Einklang mit den Interessen und Karrierezielen des einzelnen Mitarbeiters steht. Zur Weiterqualifizierung und Motivation bieten wir jedem Mitarbeiter individuelle Entwicklungsmöglichkeiten. Außerdem tragen wir dazu bei, unser strategisches Ziel, erste Wahl als Arbeitgeber zu werden, zu erreichen und sichern langfristig den Erfolg des Unternehmens.



SICHERHEIT & ARBEITSSCHUTZ

Wir tragen Verantwortung für die Sicherheit unserer Mitarbeiter und schützen sie wirkungsvoll vor Gefahren und Risiken in ihrem gesamten Arbeitsumfeld. Jeder Arbeitsunfall in unserem Unternehmen ist einer zu viel. Nicht zuletzt aus diesem Grund haben wir mit unserer neuen Strategie „Gesundheit, Sicherheit & Wohlbefinden“ einen Rahmen geschaffen, uns dieser Risiken anzunehmen und für das ganze Unternehmen Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeiter zu fördern.



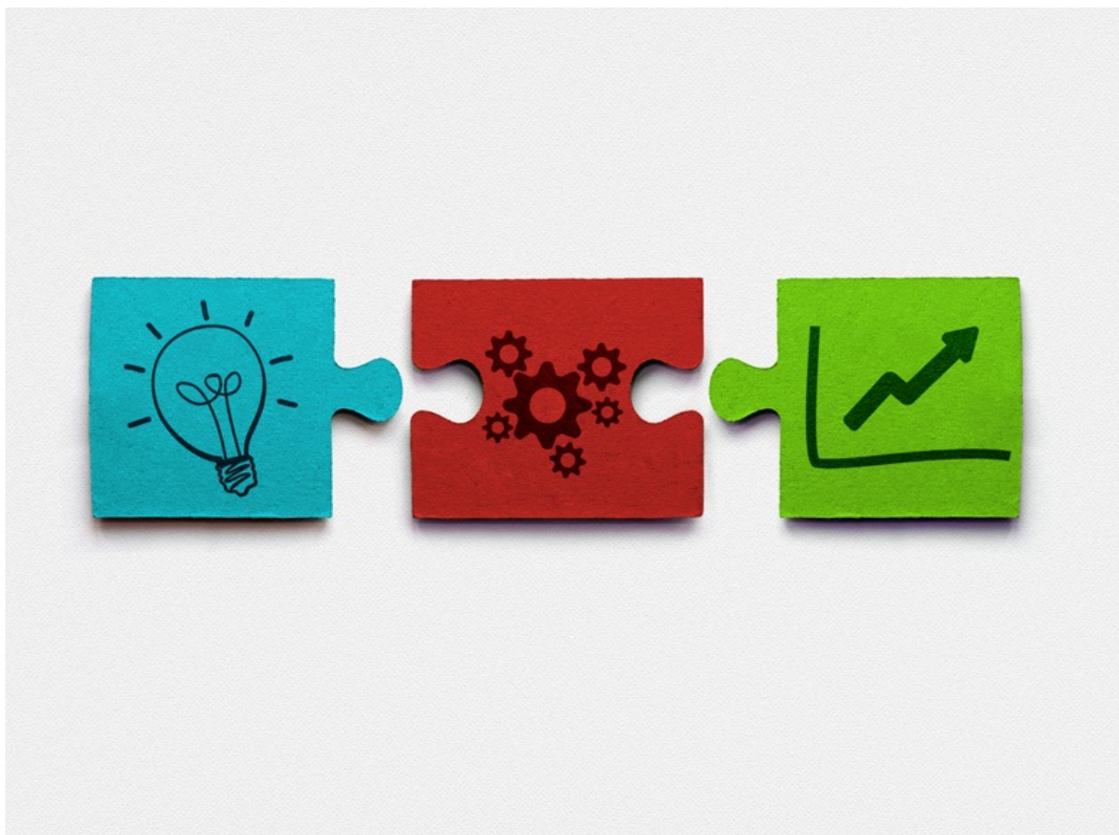
GESUNDHEIT & WOHLBEFINDEN

Es ist unser Anspruch, mit motivierten, handlungsfähigen Mitarbeitern herausragende Leistungen für unsere Kunden zu erbringen. Daher lautet unser Ziel, die Gesundheit und das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter zu erhalten und zu verbessern. Unser Engagement für die Gesundheit unserer Beschäftigten dient dazu, dauerhaft ein Arbeitgeber erster Wahl zu sein und geht weit über gesetzliche Bestimmungen hinaus.



OFFENER & VERTRAUENSVOLLER DIALOG

Mit unseren Mitarbeitern pflegen wir einen offenen Dialog, der auf Respekt, Ehrlichkeit und gegenseitigem Vertrauen beruht. Wir informieren unsere Mitarbeiter aller Hierarchieebenen regelmäßig und zeitnah über wesentliche Entwicklungen und organisatorische Veränderungen im Konzern. Informationen an unsere Mitarbeiter verbreiten wir unverzüglich per E-Mail, Intra- oder Extranet und anschließend zusätzlich über unsere Mitarbeiterzeitschriften. Da viele Mitarbeiter im Betrieb keinen PC-Arbeitsplatz haben, sind unsere Führungskräfte gehalten, ihre Mitarbeiter in geeigneter Form, etwa in Betriebssitzungen und Teambesprechungen, über neue Entwicklungen im Unternehmen zu informieren.



IDEENMANAGEMENT

Jedes Unternehmen braucht Innovationen, um sich weiterzuentwickeln. Am Anfang jeder Innovation steht eine Idee. Mit unserem Ideenmanagementsystem tragen wir die Ideen unserer Mitarbeiter zusammen und bieten ihnen eine Plattform zum Austausch. Schließlich sind es die Mitarbeiter, die unser Unternehmen am besten kennen. Wir ermuntern sie, bestehende Methoden und Arbeitsprozesse kritisch zu hinterfragen und vereinfachende, kostensparende und umweltschonendere Lösungen vorzuschlagen. Über unser Ideenmanagement bieten wir unseren kreativen Köpfen mit einem Prämiensystem sowohl finanzielle als auch nicht-monetäre Anreize wie Sachpreise, persönliches Lob und öffentliche Anerkennung.

> STARTSEITE > MITARBEITER & MITGESTALTER > NACHHALTIGE PERSONALARBEIT

NACHHALTIGE PERSONALARBEIT



Der Erfolg unseres Unternehmens fußt auf dem Engagement, der Kreativität und dem Wissen unserer rund 480.000 Mitarbeiter auf der ganzen Welt.

Wir wollen unseren Mitarbeitern das bestmögliche Arbeitsumfeld bieten. Dafür haben wir sehr gute Voraussetzungen. Unser Geschäftsauftrag als globales Logistikunternehmen und als Postunternehmen für Deutschland ist es, Menschen miteinander zu verbinden. Eine Tätigkeit in unserem Unternehmen stiftet daher unmittelbar erlebbaren Sinn. Unsere Mitarbeiter sind Mitgestalter. Das Arbeiten für Deutsche Post DHL soll unseren Mitarbeitern Spaß machen und sie mit Stolz erfüllen.

Um ein attraktives Arbeitsumfeld zu schaffen und zum bevorzugten Arbeitgeber zu werden, pflegen wir eine Unternehmenskultur, die von Offenheit, Vertrauen und gegenseitigem Respekt geprägt ist. Jeder Mitarbeiter soll sich an seinem Arbeitsplatz seinen Fähigkeiten entsprechend entfalten können. Vorurteilen, Diskriminierung und Abgrenzung treten wir entschieden entgegen. Dies stellen wir auch mit unserem aktiven Diversity-Management sicher. Darüber hinaus schaffen wir mit bewährten und innovativen Instrumenten in den Bereichen Arbeitsschutz und Gesundheitsmanagement ein sicheres und gesundes Arbeitsumfeld.

Als international tätiges Unternehmen erheben wir den Anspruch, unsere hohen HR-Standards in allen Regionen, in denen wir tätig sind, einzuhalten. Mit unserem Verhaltenskodex (Code of Conduct) und den Konzernrichtlinien stellen wir sicher, dass unsere Führungskräfte und Mitarbeiter weltweit in der Lage sind, unsere Standards zu beachten und zu verfolgen. Dazu zählt auch, dass wir Arbeitnehmerrechte wahren und konstruktiv mit Arbeitnehmervertretungen und Gewerkschaften zusammenarbeiten.

Die finanziellen Aspekte unserer Personalarbeit stellen wir im Geschäftsbericht 2013 dar.

> STARTSEITE > MITARBEITER & MITGESTALTER > "ONE HR" - PERSONALARBEIT NEU GESTALTEN

„ONE HR“ – PERSONALARBEIT NEU GESTALTEN



Mit guter Personalarbeit wollen wir zukünftig noch stärker zur Leistungsfähigkeit des Konzerns und seiner Unternehmensbereiche beitragen. Daher haben wir 2012 begonnen, mit dem Programm „One HR“ unsere Personalarbeit strukturell und inhaltlich neu auszurichten. Das Programm hat im Berichtsjahr mehrere Meilensteine erreicht.

Dazu zählt ein divisionsübergreifendes Entscheidungsgremium für alle HR-Themen. Den Vorsitz übt der Personalvorstand aus, vertreten sind darüber hinaus die Leiter der divisionalen und zentralen Personalfunktionen. Auch unsere Arbeitsstrukturen haben wir neu gestaltet, um eine klare Zuordnung von HR-Verantwortlichen zu erreichen. Bei allen Änderungen achten wir darauf, das Gleichgewicht zwischen konzernweiter Harmonisierung und divisionaler wie regionaler Eigenständigkeit zu wahren.

Im Rahmen der inhaltlichen Neuausrichtung wurden im Berichtsjahr unter anderem verschiedene strategische Initiativen gestartet, die jeweils von einem Mitglied des Konzernvorstands begleitet werden. Bedeutende Fokusbereiche sind:

- **Talente identifizieren und entwickeln:**
Konzernweite einheitliche Grundsätze für ein Leistungs- und Talentmanagement entwickeln.
- **Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Beziehungen:**
Eine Rahmenstruktur für Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Beziehungen entwickeln und Prinzipien sowie Definition der wichtigsten globalen Prozesse und operativen Mechanismen festlegen.
- **Transparenz verbessern:**
Definition von Messgrößen konzernweit harmonisieren sowie Berichterstattung über die HR-Funktion und die verbundenen Kosten global standardisieren.
- **HR Shared Services:**
Standardisierte HR-Prozesse übergreifend über alle Unternehmensbereiche bereitstellen, die

Servicequalität verbessern und die Effizienz steigern.

> [STARTSEITE](#) > [MITARBEITER & MITGESTALTER](#) > [GROSSER ARBEITGEBER & GERECHTE VERGÜTUNG](#)

GROSSER ARBEITGEBER & GERECHTE VERGÜTUNG



Als führendes Postunternehmen in Europa und globales Logistikunternehmen sind wir einer der größten Arbeitgeber weltweit.

Unseren rund 480.000 Mitarbeitern bieten wir gute Arbeitsbedingungen. Dazu zählt insbesondere eine faire, angemessene und wettbewerbsfähige Vergütung.

- > [STARTSEITE](#) > [MITARBEITER & MITGESTALTER](#) > [GROSSER ARBEITGEBER & GERECHTE VERGÜTUNG](#)
- > [EINER DER GRÖSSTEN ARBEITGEBER WELTWEIT](#)

EINER DER GRÖSSTEN ARBEITGEBER WELTWEIT

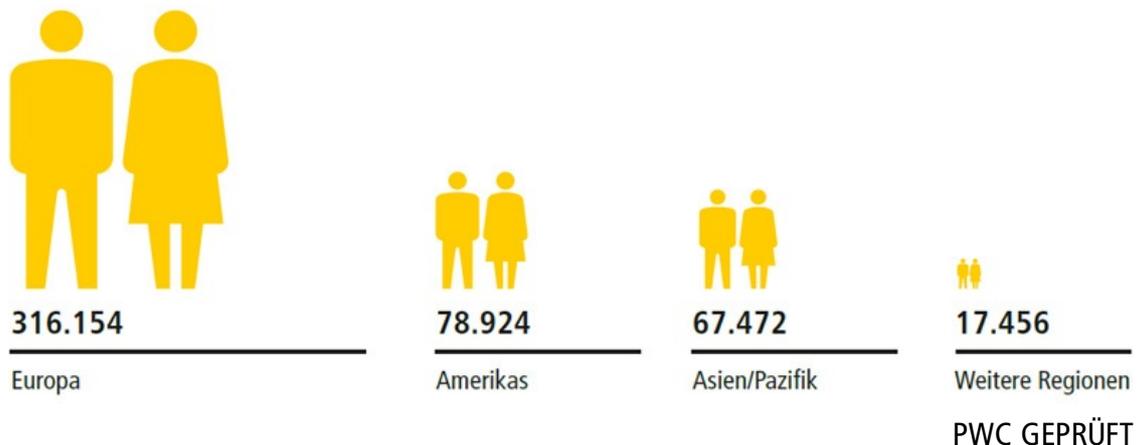
Zum Ende des Berichtsjahres beschäftigten wir weltweit 480.006 Menschen, davon waren rund 36 Prozent weiblich und 64 Prozent männlich. Damit stieg die Zahl unserer Mitarbeiter gegenüber dem Vorjahr um 1,3 Prozent. Nach heutiger Einschätzung wird die Zahl unserer Mitarbeiter im Jahr 2014 ebenfalls leicht steigen.

Europa ist die größte Beschäftigungsregion in unserem Konzern. In Deutschland, dem Hauptsitz unseres Unternehmens, sind 42 Prozent unserer Mitarbeiter tätig.

Die durchschnittliche Fluktuation lag 2013 konzernweit bei rund 12 Prozent und liegt damit leicht über dem Niveau der Vorjahre. Die Fluktuationsdaten zeigen ein ähnliches Bild wie bei anderen Unternehmen auf: Mitarbeiter in den Regionen Amerika und Asien-Pazifik wechseln häufiger als in Deutschland, das mit einer Fluktuationsrate von rund 3 Prozent deutlich unter den anderen Regionen liegt. Die Entwicklung der Mitarbeiterdaten erläutern wir ausführlich im [Geschäftsbericht 2013](#).

Mitarbeiterzahlen Deutsche Post DHL

Deutsche Post DHL ist einer der 10 größten Arbeitgeber der Welt



Anzahl der Mitarbeiter

	2011	2012	2013	davon Frauen in % ²	Männer in %
Am Jahresende					
Kopfzahl¹	471.654	473.626	480.006	35,8 %	64,2 %
davon Europa ³	321.296	316.331	316.154	39,6 %	60,4 %
davon Amerikas	72.466	75.243	78.924	28,1 %	71,9 %
davon Asien-Pazifik	62.094	64.888	67.472	29,7 %	70,3 %
davon übrige Regionen	15.798	17.164	17.456	21,5 %	78,5 %

¹ Mit Auszubildenden

² Frauenanteil 2013 deckt 94,3% der Mitarbeiter (Kopfzahl) ab

³ Anteil der Mitarbeiter in Deutschland liegt bei 42 %

PWC GEPRÜFT

Fluktuation¹

	2011	2012	2013
Deutsche Post DHL	9,6 %	10,1 %	12,1 %
davon BRIEF	3,8 %	3,3 %	2,5 %
davon EXPRESS	9,7 %	10,5 %	15,2 %
davon GLOBAL FORWARDING. FREIGHT	13,6 %	11,8 %	14,9 %
davon SUPPLY CHAIN	16,4 %	18,3 %	22,8 %
davon Corporate Center/ Anderes	6,2 %	7,0 %	6,3 %
davon Deutschland	4,0 %	3,0 %	2,5 %
davon Europa (ohne Deutschland)	7,6 %	7,8 %	13,5 %
davon Amerikas	23,5 %	25,4 %	30,1 %
davon Asien-Pazifik	18,8 %	18,4 %	20,1 %
davon übrige Regionen	8,2 %	10,3 %	14,0 %

¹ Deckt 88,0 % der Mitarbeiter ab (2012: 77,1 %, 2011: 72,7%)

PWC GEPRÜFT

- > STARTSEITE > MITARBEITER & MITGESTALTER > GROSSER ARBEITGEBER & GERECHTE VERGÜTUNG
- > **ANGEMESSENE VERGÜTUNG & GUTE ARBEITSBEDINGUNGEN**

ANGEMESSENE VERGÜTUNG & GUTE ARBEITSBEDINGUNGEN

Eine angemessene Vergütung ist eine wichtige Voraussetzung, um qualifizierte und motivierte Mitarbeiter für das Unternehmen zu begeistern und langfristig an das Unternehmen zu binden. Unsere Lohn- und Gehaltsstruktur ist dabei ein wesentliches Element. Daneben haben auch nicht-finanzielle Anreize für uns einen hohen Stellenwert. Dazu zählen vor allem ein sicherer Arbeitsplatz, gute Entwicklungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten, weitreichende Gesundheitsleistungen sowie flexible Arbeitszeitmodelle, Urlaubsregelungen und die Förderung von betrieblich unterstützten Kinderbetreuungseinrichtungen.

Die finanzielle Vergütung umfasst das Grundgehalt sowie abhängig von landes- und positionsspezifischen Anforderungen und Regelungen variable Vergütungselemente und Gehaltszulagen.

Vergütungssystem im internationalen Raum

International richtet sich die Vergütung unserer Mitarbeiter nach nationalen Gesetzen, den lokalen Marktbedingungen und, soweit vorhanden, nach Tarifverträgen. Als verantwortungsbewusster Arbeitgeber berücksichtigen wir bei der Festlegung unserer Vergütungsstrukturen nicht nur die staatlich festgelegten Mindestlöhne, sondern auch die Marktbedingungen vor Ort. Wir sind bemüht, in allen Märkten, in denen wir tätig sind, gerechte und wettbewerbsfähige Vergütungspakete anzubieten.

Über die reine Vergütung hinaus bieten wir unseren Mitarbeitern in vielen Ländern leistungs- und beitragsorientierte betriebliche Altersversorgungssysteme an.

Vergütungssystem in Deutschland

In Deutschland erhält die überwiegende Zahl der Arbeitnehmer Löhne oder Vergütungen, die in Firmen- oder Branchentarifverträgen geregelt sind. In vielen unserer Unternehmen erhalten auch die tariflichen Arbeitnehmer neben ihrem monatlichen Lohn oder Gehalt ein leistungsbezogenes Entgelt. Innerhalb unserer Muttergesellschaft Deutsche Post AG beträgt dieses leistungsbezogene Entgelt für tarifliche Arbeitnehmer in der Regel zwischen 5 Prozent und 17,5 Prozent vom Jahresgrundentgelt. Für außertarifliche nicht leitende Arbeitnehmer beträgt das leistungsbezogene Entgelt zwischen 17,5 Prozent und 40 Prozent des Jahresgrundentgelts.

Unser Grundsatz: gerechte Entlohnung

Um sicherzustellen, dass die Vergütungsstruktur innerhalb des Unternehmens gerecht und ausgewogen ist, haben wir in verschiedenen Bereichen bereits Systeme zur Positionsbewertung eingeführt. Die Bewertung einer Position richtet sich dabei nach der Tätigkeitskategorie und dem Aufgabeninhalt und erfolgt unabhängig von persönlichen Eigenschaften des Mitarbeiters wie Alter, Geschlecht, Religionszugehörigkeit, Hautfarbe, sexueller Orientierung, Zugehörigkeit zu Ethnien oder anderen Faktoren, die zu einer Diskriminierung führen könnten.

Unser Vergütungssystem unterziehen wir regelmäßigen Prüfungen. Bei unseren Prüfungen konnten wir keine Bevorzugung oder Benachteiligung bestimmter Personengruppen feststellen. Den Grundsatz „Gleicher Lohn für gleiche Arbeit“ halten wir unter dem Aspekt ein, dass die tariflichen Strukturen oft an

die Dauer der Unternehmenszugehörigkeit geknüpft sind. So können Mitarbeiter mit längerer Betriebszugehörigkeit höhere Löhne und Gehälter beziehen als Mitarbeiter, die weniger lange im Unternehmen tätig sind und den gleichen Aufgaben oder Tätigkeiten nachgehen. Mit dem höheren Lohn oder Gehalt honorieren wir die größere Erfahrung und höhere Produktivität langjähriger Mitarbeiter.

- > STARTSEITE > MITARBEITER & MITGESTALTER > GROSSER ARBEITGEBER & GERECHTE VERGÜTUNG
- > **ERFOLGSMODELL "GENERATIONENVERTRAG"**

ERFOLGSMODELL GENERATIONENVERTRAG



Insbesondere in Deutschland muss sich unser Personalmanagement mit dem steigenden Altersdurchschnitt unserer Mitarbeiter auseinandersetzen. Eine Lösung ist der sogenannte „Generationenvertrag“, der den Mitarbeitern von Deutsche Post AG die Inanspruchnahme von Zeitwertkonten, Altersteilzeit und Demografiefonds ermöglicht, und uns dabei helfen wird, den Effekt des demografischen Wandels auszugleichen.

Vor allem unsere Mitarbeiter in der Zustellung arbeiten körperlich hart, die Auswirkungen der Belastungen steigen mit zunehmendem Alter. Durch den Generationenvertrag erhalten unsere Mitarbeiter die Möglichkeit, ihre Arbeitszeit in den letzten sechs Jahren vor der Rente zu reduzieren.

Mit dem Generationenvertrag sichern wir das Wissen und die Erfahrung unserer älteren Mitarbeiter. Aber auch junge Menschen profitieren davon. Durch die Altersteilzeit wird die frühzeitige Einbindung junger Menschen gefördert und ein langfristiger Wissenstransfer sichergestellt. Damit ist das Altersteilzeitmodell ein Gewinn für ältere und jüngere Mitarbeiter von Deutsche Post AG.

So funktioniert der Generationenvertrag

Während der Arbeitnehmer Vollzeit arbeitet, zahlt er einen Teil seines Gehalts auf ein Zeitwertkonto ein.

Die eingezahlten Gelder werden in Wertguthabenpunkte umgerechnet. Hat der Arbeitnehmer eine ausreichende Punktzahl angespart, kann er mit 59 Jahren in Altersteilzeit gehen und arbeitet nur noch die halbe Wochenarbeitszeit im sogenannten Kontinuitätsmodell.

Abhängig von der Entgeltgruppe erhält der Arbeitnehmer in dieser Zeit zwischen 79 und 87

Prozent seines vorherigen Nettoentgelts. Im Rahmen des angesparten und verzinsten Guthabens auf dem Zeitwertkonto kann sich der Arbeitnehmer der Deutschen Post AG kurz vor der Rente komplett von der Arbeit freistellen lassen. Damit bietet das Modell den Mitarbeitern die Möglichkeit, bis zur Regelaltersgrenze im Unternehmen zu bleiben und die gesetzliche Rente abschlagsfrei in Anspruch zu nehmen.

Die einzigartige und zukunftsweisende Lösung für altersgerechtes Arbeiten wurde im März 2013 mit dem Innovationspreis der deutschen Wirtschaft in der Kategorie innovative Personalkonzepte ausgezeichnet.

Mehr als 16.700 Mitarbeiter haben Zeitwertkonten

Der Generationenvertrag ist ein Erfolgsmodell – die Resonanz übertraf unsere Erwartungen. Ende 2013 hatten über 16.700 Mitarbeiter ein Zeitwertkonto eingerichtet. Rund 90 Prozent der Teilnehmer sind im Bereich der Brief- und Paketzustellung tätig – das Modell spricht somit insbesondere diejenigen Mitarbeiter an, für die wir das Altersteilzeitmodell entwickelt haben. Durchschnittlich zahlten die Mitarbeiter mehr als 250 Euro im Monat auf ihre Zeitwertkonten ein. Die ältesten Teilnehmer sind Jahrgang 1949, die jüngsten Teilnehmer sind 1994 geboren. Dies zeigt, dass wir mit dem Generationenvertrag auch junge Mitarbeiter erreichen.

Mitarbeiter können das im Zeitwertkonto angesparte Wertguthaben neben der Altersteilzeit für ein Sabbatical, eine Verlängerung der Elternzeit oder eine Freistellung zur Pflege naher Familienangehöriger nutzen.

Generationenvertrag	2012	2013
Mitarbeiter mit Zeitwertkonto	12.850	16.737
Mitarbeiter in Altersteilzeit	446	1.429

PWC GEPRÜFT

Die Verwaltung der eingezahlten Gelder erfolgt über eine rechtlich eigenständige Treuhand, deren Beirat paritätisch mit Arbeitgeber- und Arbeitnehmervertretern besetzt ist. Die Anlagestrategie ist konservativ und erfolgt auf Empfehlung des Beirats an die Tarifvertragsparteien.

Altersteilzeitmodell für Beamte

Wir hatten uns bereits für 2013 das Ziel gesetzt, auch den Beamten im Unternehmen ein ähnliches Altersteilzeitmodell anzubieten. Die hierfür erforderlichen Abstimmungen mit dem Bundesministerium der Finanzen wurden zwar angestoßen, konnten aber aufgrund der komplexen Regelungen bisher nicht abgeschlossen werden.

Wir bleiben dazu in engem Kontakt mit dem Ministerium und den Gewerkschaften und werden über unsere Fortschritte berichten.

- > [STARTSEITE](#) > [MITARBEITER & MITGESTALTER](#) > [GROSSER ARBEITGEBER & GERECHTE VERGÜTUNG](#)
- > [TARIFABSCHLUSS](#)

UNTERE EINKOMMENSGRUPPEN PROFITIEREN BESONDERS VOM TARIFABSCHLUSS

Im Berichtsjahr hat sich die Deutsche Post AG mit den Gewerkschaften auf einen neuen Tarifabschluss für die rund 130.000 Tarifbeschäftigten der Deutschen Post verständigt. Der Tarifvertrag hat eine Laufzeit vom 1. April 2013 bis zum 31. Mai 2015.

Der Tarifvertrag sieht eine Gehaltserhöhung in zwei Stufen und einen Mindestsockelbetrag vor. Die Gehälter der rund 130.000 Tarifbeschäftigten stiegen zum 1. August 2013 um 3,1 Prozent. Im zweiten Schritt werden die Gehälter zum 1. Oktober 2014 um 2,6 Prozent angehoben. Der vereinbarte Mindestsockelbetrag sorgt dafür, dass jeder Mitarbeiter über die Laufzeit des Tarifvertrages mindestens einen Bruttobetrag von 2.200 Euro an zusätzlichem Gehalt erhält. Davon werden vor allem die unteren Einkommensgruppen profitieren.

Auch für die Auszubildenden wurde eine Erhöhung der Vergütung rückwirkend zum 1. April 2013 um 6,1 Prozent, bezogen auf die Laufzeit, vereinbart.

> STARTSEITE > MITARBEITER & MITGESTALTER > DIVERSITY

DIVERSITY: SO VIELFÄLTIG WIE DIE WELT & GEMEINSAM ERFOLGREICH



Wir sind ein weltumspannendes und weltoffenes Unternehmen. In unserem Unternehmen arbeiten Frauen und Männer verschiedener Altersgruppen mit den unterschiedlichsten nationalen, ethnischen, soziokulturellen und religiösen Hintergründen, Menschen mit und ohne Behinderungen sowie Menschen unterschiedlicher sexueller Orientierung oder Identität zusammen.

Durch die Vielfalt unserer Mitarbeiter gewinnen wir tiefen Einblick in die unterschiedlichsten gesellschaftlichen und kulturellen Entwicklungen.

Durch unser Diversity-Management machen wir dieses Potenzial nutzbar, das in der Vielfalt unserer Mitarbeiter liegt. Wir fördern Inklusion im Unternehmensalltag und lehnen jedwede Form von Diskriminierung ab.

Dieser Grundsatz ist ausdrücklich in einem eigenen Kapitel im Verhaltenskodex (Code of Conduct) von Deutsche Post DHL als unsere wichtigste Konzernrichtlinie formuliert. Um diesem Thema noch mehr Nachdruck zu verleihen, hat der Konzernvorstand im Berichtsjahr eine Erklärung zu Vielfalt und Inklusion bei Deutsche Post DHL verabschiedet.

> STARTSEITE > MITARBEITER & MITGESTALTER > DIVERSITY > KEIN PLATZ FÜR DISKRIMINIERUNG

KEIN PLATZ FÜR DISKRIMINIERUNG



Durch unseren Verhaltenskodex ist konzernweit sichtbar verankert, dass wir Diskriminierungen unter keinen Umständen dulden. Alle Führungskräfte im Konzern sind verpflichtet, die Meldung von Verstößen sensibel und vertraulich zu behandeln. Zusätzlich können Verstöße gegen den Verhaltenskodex anonym über unsere Compliance-Hotline gemeldet werden.

Verstößen gehen wir konsequent nach und ergreifen angemessene Maßnahmen zur ordnungsgemäßen Klärung. Bei Verstößen gegen den Verhaltenskodex sind arbeits- oder disziplinarrechtliche Maßnahmen im Rahmen der geltenden Regelungen möglich. In einigen Ländern können aus datenschutzrechtlichen Gründen Daten über Verstöße gegen Antidiskriminierungsvorschriften zentral nicht erhoben und über Landesgrenzen hinweg zur Verfügung gestellt werden. Daher können in diesem Bericht keine Daten abgebildet werden.

> [STARTSEITE](#) > [MITARBEITER & MITGESTALTER](#) > [DIVERSITY](#) > **NEUERUNGEN IM DIVERSITY-MANAGEMENT**

NEUERUNGEN IM DIVERSITY-MANAGEMENT

Bei der Umsetzung unseres Diversity-Managements im Arbeitsalltag sehen wir unsere Führungskräfte in einer Schlüsselrolle.

Daher haben wir 2013 ein sogenanntes Diversity Awareness Training konzipiert, das 2014 Teil der bestehenden Programme zur Führungskräfteentwicklung, etwa des Global Executive Leadership Programs (GELP), werden wird. Die ersten Trainings wurden im November 2013 pilotiert.

Zudem haben wir im Berichtsjahr beschlossen, ein Diversity Council einzurichten, um das Diversity-Management stärker ins Bewusstsein der Führungskräfte und Mitarbeiter zu rufen und damit nachhaltig im Konzern zu verankern. Das Diversity Council wird 2014 seine Arbeit aufnehmen und hat die Aufgabe, Maßnahmen zur erfolgreichen Umsetzung der Strategie zu entwickeln und zu prüfen.

Im Berichtsjahr haben wir uns überdies an Aktionen zum Thema Diversity beteiligt. So haben wir am 11. Juni 2013 zum ersten Mal einen Diversity-Tag durchgeführt. Die Veranstaltung fand im Rahmen eines von der „Charta der Vielfalt“ initiierten bundesweiten Aktionstages statt. Sie trug das Motto „Alle verschieden, zusammen erfolgreich“ und war ein wichtiges Element zur Bewusstseinsbildung. Mit zahlreichen Aktivitäten und Beispielen wurde das Diversity-Management bei Deutsche Post DHL für die Beschäftigten erfahrbar und erlebbar gemacht. Die Aktivitäten reichten von einem Business Talk mit Angela Titzrath, Personalvorstand, über einen Marktplatz zu Vielfalt im Konzern, einem Theaterstück über Vielfalt und einem Diversity-Quiz bis zur Präsentation eines entsprechenden Online-Trainings und Speed-Coachings.

> STARTSEITE > MITARBEITER & MITGESTALTER > DIVERSITY > FRAUEN IN FÜHRUNGSPPOSITIONEN

ANTEIL VON FRAUEN IN FÜHRUNGSPPOSITIONEN STEIGT WEITER

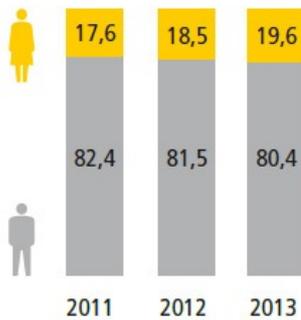


Rund 36 Prozent unserer Mitarbeiter im Konzern sind Frauen. In unserem Management liegt der Frauenanteil weltweit bei 19,6 Prozent – in Deutschland sogar bei 19,8 Prozent. Gegenüber dem Jahr 2010 stieg der Frauenanteil im Management deutlich um 2,6 Prozentpunkte. Wir beabsichtigen, den Frauenanteil in Führungspositionen weiter zu steigern.

Im Rahmen unseres bereits Ende 2011 gestarteten konzernweiten Projekts „Frauen in Führungspositionen“ haben wir dazu zahlreiche Maßnahmen implementiert. Dazu gehören auf Konzernebene eine Selbstverpflichtung bezüglich der Besetzung von Führungspositionen und die Einführung eines Kennzahlensystems.

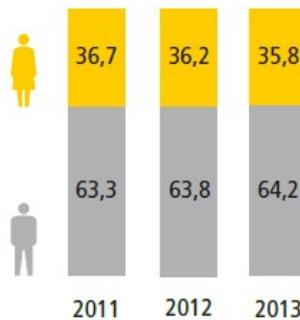
Geschlechterverteilung im Management¹

Werte in Prozent



Mitarbeiter nach Geschlecht²

Werte in Prozent



¹ Bezogen auf das obere und mittlere Management

² Frauenanteil 2013 deckt 94,3 % der Mitarbeiter (Kopfzahl) ab (2012: 96,3%, 2011: 95,6%)

PWC GEPRÜFT

Mit dem Projekt „Frauen in Führungspositionen“ geben wir auch den Rahmen für zahlreiche Aktivitäten der einzelnen Unternehmenseinheiten auf regionaler oder lokaler Ebene vor. Dazu zählen Mentoring-Programme, die Unterstützung von Frauen-Netzwerken sowie Angebote zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie.

Das konzernweite Diversity Awareness Training für Führungskräfte hat den Schwerpunkt „Frauen in Führungspositionen“ und ist damit ebenfalls ein Ergebnis dieser Projektarbeit.

Neueinstellungen nach Geschlecht¹

	2011	2012	2013
Männer	57,7%	66,8 %	63,1 %
Frauen	42,3 %	33,2 %	36,9 %

¹ Bezogen auf alle Neueinstellungen bei der Deutschen Post AG (ohne Aushilfskräfte)

PWC GEPRÜFT

Bei Einstellungen treffen wir die Bewerberauswahl nach dem Prinzip der Eignung und unabhängig von persönlichen Eigenschaften wie Alter, Geschlecht, Religionszugehörigkeit, Hautfarbe oder anderen Faktoren, die zu einer Diskriminierung führen könnten.

> STARTSEITE > MITARBEITER & MITGESTALTER > DIVERSITY > VEREINBARKEIT VON BERUF & FAMILIE

VEREINBARKEIT VON BERUF & FAMILIE VERBESSERN

Unsere geschäftlichen Ziele erreichen wir nur mit motivierten Mitarbeitern, die neben ihrem Arbeitseinsatz Zeit für private Interessen und familiäre Belange haben. Daher tragen wir mit verschiedenen Maßnahmen zur verbesserten Vereinbarkeit von Berufs- und Familienleben bei. Abhängig von den betrieblichen Erfordernissen können dies Teilzeitmodelle und flexible Arbeitszeiten sowie das Arbeiten im Home-Office sein.

Durch unsere Kooperation mit dem Dienstleister pme Familienservice GmbH in Deutschland unterstützen wir unsere Mitarbeiter bei der Vereinbarkeit von Beruf und Familie. Alle Beschäftigten in Deutschland können sich beim Familienservice beraten und Betreuungsplätze für Kinder und Jugendliche vermitteln lassen. Auch können unsere Mitarbeiter Ferienprogramme und Notfallbetreuungsangebote für ihre Kinder in Anspruch nehmen. Darüber hinaus gibt es am Standort der Zentrale in Bonn betrieblich unterstützte Kinderbetreuungseinrichtungen für unsere Beschäftigten. Vergleichbare Angebote werden derzeit an weiteren Standorten geprüft.

Mitarbeiter in Beurlaubung und Teilzeitbeschäftigung (Deutsche Post AG)

		2010	2011	2012	2013
Elternzeit	Kopfzahl	2.036	1.809	1.718	1.579
Davon Männer	Kopfzahl	151	147	155	146
Davon Frauen	Kopfzahl	1.885	1.662	1.563	1.433
Führungskräfte ¹	Kopfzahl	7	6	2	2
Familienbedingte unbezahlte Beurlaubung	Kopfzahl	2.419	2.286	2.150	1.966
Teilzeitbeschäftigte ²	Kopfzahl	63.126	65.322	62.523	63.169
Anteil Teilzeitbeschäftigte	%	36,9 %	37,5 %	37,0 %	36,8 %

¹ Umfasst leitende außertarifliche Angestellte

² Ohne Beschäftigte in Altersteilzeit in der Freistellungsphase

PWC GEPRÜFT

Wir haben großes Verständnis dafür, wenn Mitarbeiter aus wichtigen familiären oder gesundheitlichen Gründen innerhalb des Konzerns ihren Arbeitsort wechseln möchten. Diesen Wechsel versuchen wir nach Möglichkeit zu erleichtern und bearbeiten die entsprechenden Anträge in einem beschleunigten Verfahren. Innerhalb Deutschlands ist dies in einer mit unseren Sozialpartnern geschlossenen Gesamtbetriebsvereinbarung geregelt.

Den Wiedereinstieg gestalten

Im Rahmen des Pilotprojekts „Keep in Touch“ werden die Einflussfaktoren für einen erfolgreichen

beruflichen Wiedereinstieg nach einer familienbedingten Auszeit strukturiert und verbessert.

Ziel von „Keep in Touch“ ist es, den Austausch zwischen Vorgesetztem und Mitarbeiter vor, während und nach einer Auszeit zu gewährleisten und damit für beide Seiten eine bessere Planungs- und Entwicklungsmöglichkeit zu schaffen. Mitarbeiter können sich während ihrer Abwesenheit über eine Informations- und Kommunikationsplattform auf dem Laufenden halten und sich mit Kollegen austauschen. Weitere Bestandteile von „Keep in Touch“ sind Trainingsangebote und ein Handbuch für Führungskräfte.

- > STARTSEITE > MITARBEITER & MITGESTALTER > DIVERSITY
- > GLEICHBERECHTIGTES ARBEITEN VON MENSCHEN MIT & OHNE BEHINDERUNGEN

GLEICHBERECHTIGTES ARBEITEN VON MENSCHEN MIT & OHNE BEHINDERUNGEN



Unsere Verantwortung beinhaltet, die Voraussetzungen dafür zu schaffen, dass Menschen mit Behinderungen gleichberechtigt am Arbeitsleben teilhaben können. Diesen inklusiven Ansatz verfolgen wir sowohl bei der Einstellung neuer Mitarbeiter als auch bei der Weiterbeschäftigung von Mitarbeitern, die erst nach ihrer Einstellung Behinderungen durch Krankheit oder Unfall erlitten haben. Wir gestalten Lösungen, um sie in das Arbeitsleben vollständig integrieren zu können.

Unser Wissen und unsere Erfahrung in der behinderungsgerechten Umgestaltung von Arbeitsplätzen geben wir unternehmensweit und an Dritte weiter. Dazu dokumentieren wir Arbeitsplatzumgestaltungen in der Datenbank REHADAT des Instituts der Deutschen Wirtschaft.

In unserer Muttergesellschaft Deutsche Post AG in Deutschland beschäftigten wir im Berichtsjahr 14.170 Mitarbeiter mit Behinderung, das entspricht einer Beschäftigungsquote im Jahresdurchschnitt von 8,7 Prozent. Damit liegen wir erneut deutlich über der vergleichbaren Quote der privaten Wirtschaft in Deutschland (4,0 Prozent im Jahr 2011, Quelle: Bundesagentur für Arbeit). Erstmals haben wir im Berichtsjahr gezielt junge Menschen mit Behinderungen angesprochen und zu einer Bewerbung um einen Ausbildungsplatz motiviert.

Mitarbeiter mit Behinderungen (Deutsche Post AG)¹

		2011 ²	2012	2013
Mitarbeiter mit Behinderungen	Kopfzahl	13.199	13.740	14.170
Beschäftigungsquote	%	8,3 %	8,6 %	8,7 %

¹ Besetzte Pflichtarbeitsplätze gemäß § 80 Sozialgesetzbuch IX

² Angepasst

PWC GEPRÜFT

> STARTSEITE > MITARBEITER & MITGESTALTER > DIVERSITY > NETZWERK DER VIELFALT & AKZEPTANZ

NETZWERK DER VIELFALT & AKZEPTANZ



Ungeachtet von sexueller Orientierung und Identität sollen unsere Beschäftigten ihrer Arbeit nachgehen und ihre beruflichen Ziele verfolgen können. Deshalb haben wir vor über fünf Jahren RAINBOWNET, das Netzwerk für lesbische, schwule, bi- und transsexuelle Beschäftigte im Konzern aufgebaut. Im Berichtsjahr haben wir den Austausch und die Zusammenarbeit fortgesetzt und intensiviert.

Zur Förderung einer offenen Unternehmenskultur haben wir gemeinsam mit den Referenten des Jugendnetzwerks für Lesben, Schwule, Bi- und Transsexuelle (Lambda e. V.) für unsere Auszubildenden in Deutschland 50 Seminare abgehalten und dabei das Themenfeld Homo- und Transphobie bearbeitet.

> STARTSEITE > MITARBEITER & MITGESTALTER > MITARBEITER GEWINNEN

VERANTWORTUNGSVOLL AUSBILDEN & DEN PERSONALBEDARF STRATEGISCH PLANEN



Die Alters- und Sozialstruktur der Weltbevölkerung verändert sich rasant. Dies hat gravierende Auswirkungen auf unsere Nachwuchskräfteplanung. In den Industrienationen und insbesondere in Deutschland muss unser Personalmanagement Antworten auf den steigenden Altersdurchschnitt unserer Mitarbeiter finden. In den bevölkerungsstarken Entwicklungs- und Schwellenländern kann ein niedrigeres Bildungsniveau zur Herausforderung werden. Hier lautet unsere wichtigste Aufgabe, junge Talente zu gewinnen und durch Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen zu fördern.

Diesen Herausforderungen stellen wir uns, indem wir den Arbeitsmarkt mit derselben Intensität bearbeiten wie den Kundenmarkt. Wir planen unsere Aktivitäten im Personalmarketing strategisch auf einer globalen Ebene und berücksichtigen dabei kulturelle und landesspezifische Besonderheiten. Unsere Voraussetzungen, auch zukünftig im Wettbewerb um motivierte und kompetente Mitarbeiter bestehen zu können, sind deshalb ausgezeichnet. Wir sind weltweit als guter Arbeitgeber bekannt. Diese Reputation wollen wir weiter ausbauen.

- > [STARTSEITE](#) > [MITARBEITER & MITGESTALTER](#) > [MITARBEITER GEWINNEN](#)
 > [BERUFSAUSBILDUNG IN DEUTSCHLAND](#)

BERUFSAUSBILDUNG IN DEUTSCHLAND

Berufskraftfahrer, Fachkräfte für Lagerlogistik, Fachkräfte für Kurier-, Express- und Postdienstleistungen, Mechatroniker, Kaufleute für Speditions- und Logistikdienstleistung und sogar Medizinische Fachangestellte in unserem betriebsärztlichen Dienst: Das Spektrum unserer Ausbildungsberufe ist so vielfältig wie unser Unternehmen und seine Geschäftseinheiten. Zusätzlich zu staatlich anerkannten Ausbildungsberufen bieten wir in Deutschland duale Studiengänge an, also eine Mischform aus Hochschulstudium und fest integrierten Praxisblöcken im Unternehmen. Im Rahmen dieser dualen Studiengänge können die Abschlüsse Bachelor of Arts, Bachelor of Science und Bachelor of Engineering erworben werden. Die Absolventen sind gefragte Fachkräfte im Unternehmen und haben die Perspektive, in relativ kurzer Zeit Fach- und Personalverantwortung zu übernehmen.

Schulabgänger in Deutschland haben je nach Schulabschluss und persönlicher Neigung die Auswahl aus über 20 Ausbildungs- und Studienmöglichkeiten im Unternehmen. 2013 haben wir in Deutschland 2.148 neue Auszubildende und duale Studierende eingestellt, dies sind 42 mehr als im Vorjahr.

Auszubildende und Trainees

		2011	2012	2013
Deutsche Post DHL (Jahresdurchschnitt)	Kopfzahl	4.392	4.910	4.935
Deutsche Post AG (zum 31. Dezember)	Kopfzahl	2.045	3.164	3.177
davon Männer	%	63,8 %	66,5 %	66,4 %
davon Frauen	%	36,2 %	33,5 %	33,6 %

PWC GEPRÜFT

Ausbildungsberufe Konzern Deutsche Post DHL weltweit ¹

		2011	2012	2013
Fachkraft für Kurier-, Express- und Postdienstleistungen	%	50,6 %	60,2 %	50,8 %
Kaufmann/- frau für Spedition und Logistikdienstleistung	%	10,3 %	10,1 %	7,0 %
Studierende an der Dualen Hochschule	%	8,5 %	10,2 %	5,7 %
Berufe für Lagerlogistik	%	8,0 %	6,4 %	5,6 %
sonstige Berufe	%	22,6 %	13,1 %	30,9 %

¹ Auszubildende im Jahresdurchschnitt 4.935 (2012: 4.910, 2011: 4.392)

PWC GEPRÜFT

Hintergrund: staatlich anerkannte Berufe in Deutschland

In Deutschland arbeiten 42 Prozent der Mitarbeiter des Konzerns. Hier gibt es mit der dualen Ausbildung ein besonderes und durch staatliche Ausbildungsordnungen reguliertes Berufsausbildungssystem. Den Praxisteil der Ausbildung übernimmt der Betrieb, theoretische Kenntnisse werden den Auszubildenden von Berufsschulen vermittelt. Die Zwischen- und Abschlussprüfungen legen die Auszubildenden vor einer örtlichen Berufskammer (Industrie- und Handelskammer, bei Handwerksberufen Handwerkskammer) ab.

Ähnliche Berufsausbildungssysteme gibt es nur in Österreich und der Schweiz. Die Berufsausbildung außerhalb des deutschsprachigen Raums ist deutlich weniger reguliert.

- > [STARTSEITE](#) > [MITARBEITER & MITGESTALTER](#) > [MITARBEITER GEWINNEN](#)
- > [BERUFSAUSBILDUNG IN DEUTSCHLAND](#) > **ZAHL DER BEWERBUNGEN NIMMT GEGEN DEN TREND ZU**

ZAHL DER BEWERBUNGEN NIMMT GEGEN DEN TREND ZU

Während sich der demografische Wandel in Deutschland auch dadurch bemerkbar macht, dass einige Branchen über Nachwuchskrätemangel klagen, steigen die Bewerberzahlen bei Deutsche Post DHL konzernweit.

In Deutschland gingen 2013 bei uns rund 20.000 Bewerbungen um einen Ausbildungsplatz ein, dies sind annähernd 9 Prozent mehr als im Vorjahr. Mit rund neun Bewerbern pro Ausbildungsplatz haben wir die Möglichkeit, unsere freien Stellen mit qualifizierten und ambitionierten jungen Menschen zu besetzen. Die Abbrecherquote in unserem Unternehmen ist im Branchenvergleich niedrig.

- > [STARTSEITE](#) > [MITARBEITER & MITGESTALTER](#) > [MITARBEITER GEWINNEN](#)
- > [BERUFSAUSBILDUNG IN DEUTSCHLAND](#) > **[GEZIELTE ANSPRACHE VON BEWERBERN MIT SCHWERBEHINDERUNGEN](#)**

GEZIELTE ANSPRACHE VON BEWERBERN MIT SCHWERBEHINDERUNGEN

Es ist Teil unserer Diversity-Strategie, die Voraussetzungen dafür zu schaffen, dass Menschen mit Behinderungen gleichberechtigt am Arbeitsleben teilhaben können. Auch wollen wir junge Menschen mit Behinderungen ausbilden.

Erstmals im Jahr 2013 haben wir gezielt junge Menschen mit Behinderungen angesprochen und zu einer Bewerbung um einen Ausbildungsplatz motiviert. So haben wir 17 Jugendliche mit einer Schwerbehinderung in Deutschland eingestellt, im Vorjahr waren es deren neun. Damit geben wir auch jungen Menschen mit Hör- und Sehbehinderungen, Gehbehinderungen und anderen Handicaps die Möglichkeit, einen Beruf zu erlernen.

- > STARTSEITE > MITARBEITER & MITGESTALTER > MITARBEITER GEWINNEN
- > BERUFSAUSBILDUNG IN DEUTSCHLAND > **CHANCEN FÜR BENACHTEILIGTE JUGENDLICHE**

CHANCEN FÜR BENACHTEILIGTE JUGENDLICHE

Benachteiligten Jugendlichen und jungen Erwachsenen eine Chance zu geben, ist Teil unserer Unternehmensverantwortung. In unseren Betrieben in Deutschland, insbesondere im Unternehmensbereich BRIEF, arbeitet eine große Anzahl ungelernter und angelernter Mitarbeiter. Geeigneten Mitarbeitern bieten wir die Möglichkeit an, eine staatlich anerkannte Berufsausbildung zu absolvieren.

Mit unserem Einstiegsqualifizierungsprogramm „Perspektive Gelb“ haben wir im Jahr 2013 im Unternehmensbereich BRIEF rund 500 Praktikumsplätze für junge Menschen zur Verfügung gestellt, von denen knapp 200 besetzt werden konnten. In der zwischen sechs und zwölf Monate dauernden Praktikumsphase bereiten qualifizierte Ausbilder die Jugendlichen auf ihre Berufsausbildung zur Fachkraft für Kurier-, Express- und Postdienstleistungen (FKEP) vor. Die bisherigen Erfahrungen mit den seit dem Jahr 2001 laufenden Programmen sind positiv. So konnten im Berichtsjahr 84 Prozent der Jugendlichen über einen Praktikumsplatz in die Ausbildung zur FKEP übernommen werden, darunter sind wahre Talente.

- > STARTSEITE > MITARBEITER & MITGESTALTER > MITARBEITER GEWINNEN
- > BERUFSAUSBILDUNG IN DEUTSCHLAND > „OHNE DAS PRAKTIKUM HÄTTE ICH ES NICHT GESCHAFFT“

„OHNE DAS PRAKTIKUM HÄTTE ICH ES NICHT GESCHAFFT“



Sebastian Kwiatkowski hat 2012 das Einstiegsqualifizierungsprogramm „Perspektive Gelb“ erfolgreich durchlaufen und anschließend in Lübeck eine Ausbildung zur Fachkraft für Kurier-, Express- und Postdienstleistungen (FKEP) begonnen. Derzeit bereitet sich der junge Mann auf seine Abschlussprüfung im Mai 2014 vor. Wie seine Ausbilder bestätigen, gehört er zu den besten seines Ausbildungsjahrgangs. Der Wunsch des 21-Jährigen: nach bestandener Prüfung fest als Zusteller übernommen zu werden.

Herr Kwiatkowski, wie lief der Berufseinstieg für Sie?

Sebastian Kwiatkowski: Ich habe nach dem Hauptschulabschluss erst versucht, den Realschulabschluss nachzuholen, das hat aber nicht geklappt, die Noten waren zu schlecht. Dann habe ich Praktika und Maßnahmen gemacht. Acht Stunden am Tag im Einzelhandel herumzustehen war aber nichts für mich. Es hat zwei Jahre gedauert, bis ich das gefunden hatte, was mir Spaß macht.

Wie kamen Sie zur „Perspektive Gelb“?

Sebastian Kwiatkowski: Über einen Freund und meinen Bruder, der damals bei der Post war. Sie haben mir erzählt, dass es dieses Programm gibt. Ich habe mich beworben und war froh, als ich eine Zusage für das Praktikum bekam.

Dann standen Sie eines Morgens vor einem großen Gebäude und alles war fremd?

Sebastian Kwiatkowski: Schon zwei Wochen nach dem Vorstellungstermin stand ich um halb sieben vor dem Briefzentrum in Lübeck. Dort wurde mir alles gezeigt, damit ich die Abläufe verstehe. Danach kam ich in einen Zustellstützpunkt, wo es mit der Arbeit richtig losging. Am Anfang haben mich die Briefmengen beeindruckt, sogar ein bisschen beängstigt. Man sieht den Briefträger ja nur, wenn er

zwei, drei Briefe einwirft. Aber welche Mengen da morgens zusammenkommen, sieht man nicht. Ich war unsicher, aber ich habe es hingekriegt. Ich durfte ja mit einem Zusteller mitgehen. Nach ein paar Tagen durfte ich die ersten Briefe alleine machen, dann eine halbe Straße, ein Einschreiben zustellen, alles Schritt für Schritt.

Nach sechs Monaten wurden Sie in ein Ausbildungsverhältnis übernommen. Gab es Unterschiede zwischen dem Praktikum und der Ausbildung?

Sebastian Kwiatkowski: Kaum. Die Ausbildung begann wieder im Briefzentrum, später ging es in die Zustellung. Ich kannte das schon und hatte einen Vorsprung vor den anderen Azubis. Der einzige Unterschied war, dass ich im Praktikum zwar Berufsschultage hatte, aber keine Arbeiten mitschreiben musste. Das ist jetzt anders.

Sie bringen aus der Berufsschule gute Noten nach Hause. Fliegen die Ihnen zu oder müssen Sie büffeln?

Sebastian Kwiatkowski: Natürlich muss ich mich hinsetzen und das Faktenwissen lernen.

Ihr Fazit?

Sebastian Kwiatkowski: Ohne das Praktikum hätte ich es nicht geschafft, ich hätte die Berufsausbildung nicht angefangen. Ich habe die sechs Monate gebraucht, um zu wissen, auf was ich mich einlasse und ob der Beruf Spaß macht. Mir macht die Zustellung Spaß, das weiß ich jetzt. Das Wetter schreckt mich nicht, es gibt schlechte Tage und gute Tage. Wenn ich meinen Freunden erzähle, wie der Berufseinstieg bei mir abgelaufen ist, sind die erstaunt. In ihren Ausbildungsbetrieben gibt es diese Möglichkeit nicht.

- > [STARTSEITE](#) > [MITARBEITER & MITGESTALTER](#) > [MITARBEITER GEWINNEN](#)
- > [BERUFSAUSBILDUNG IN DEUTSCHLAND](#) > **AUSBILDEN FÜR DEN EIGENEN BEDARF**

AUSBILDEN FÜR DEN EIGENEN BEDARF



Unsere Berufsausbildung ist so angelegt, dass Auszubildende nach dem Bestehen ihrer Abschlussprüfung gute Berufschancen auf dem freien Arbeitsmarkt haben.

Grundsätzlich bilden wir für unseren eigenen Bedarf aus. Im Jahr 2013 übernahmen wir 77,2 Prozent aller Auszubildenden nach Abschluss ihrer Prüfung in eine Vollzeitbeschäftigung, auf Wunsch bieten wir auch Teilzeitstellen an. Damit konnten wir die hohen Übernahmequoten der Vorjahre halten.

> STARTSEITE > MITARBEITER & MITGESTALTER > MITARBEITER GEWINNEN > PRAKTIKANTEN

PRAKTIKANTEN SIND HOFFNUNGSTRÄGER



Über Praktika bieten wir Schülern, Studierenden und Absolventen die Möglichkeit, Einblick in unser Unternehmen zu erhalten und Erfahrungen zu sammeln.

Dabei halten wir uns an die Regeln der Initiative „[Fair Company](#)“: Wir binden unsere Praktikanten in Projekte ein und teilen ihnen feste, sinnvolle Aufgaben zu. Gleichwohl unterlassen wir es, mit Praktikumsplätzen Vollzeitstellen zu ersetzen. Unseren Praktikanten zahlen wir eine angemessene Vergütung und geben ihnen gegenüber keine vage Versprechung auf eine Weiterbeschäftigung ab.

- > [STARTSEITE](#) > [MITARBEITER & MITGESTALTER](#) > [MITARBEITER GEWINNEN](#)
- > [STIPENDIEN FÜR MITARBEITER-KINDER](#)

STIPENDIEN FÜR DIE KINDER UNSERER MITARBEITER

Bindung von Mitarbeitern, gleichberechtigter Zugang zur Bildung, Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung – diese Aspekte bedient unser Stipendienprogramm „UPstairs“. Das Programm unterstützt die Kinder unserer Mitarbeiter in 116 Ländern der Welt, einen höheren Bildungsabschluss zu erreichen.

Für einen Zeitraum von durchschnittlich drei Jahren erhalten die Stipendiaten eine monatliche finanzielle Zuwendung für das Schulgeld sowie den Kauf von Büchern, Lernmitteln und Schuluniformen. Damit verbunden ist ein individuelles Paket an weiteren Leistungen: Mentoring durch Konzernmitarbeiter, Praktika bei Deutsche Post DHL, zusätzliches Lernmaterial und Kurse, zum Beispiel im Bereich Fremdsprachen oder IT.

Voraussetzung für den Erhalt eines Stipendiums ist, dass das Familieneinkommen eine landesabhängige Grenze nicht übersteigt. Das Programm wird von den Mitarbeitern sehr geschätzt und trägt stark zur Identifikation mit dem Arbeitgeber bei. Bis Ende 2013 sind über 1.000 Stipendien vergeben worden. Im Vorjahr lag die Zahl der Stipendien noch bei rund 600.

Stipendienprogramm UPstairs



> STARTSEITE > MITARBEITER & MITGESTALTER > MITARBEITER GEWINNEN > STRATEGISCHE PERSONALPLANUNG

BEIM PERSONALBEDARF DENKEN WIR STRATEGISCH UND LANGFRISTIG

Neben unseren vielfältigen Anstrengungen in der Berufsausbildung junger Menschen nutzen wir alle Möglichkeiten, unseren zukünftigen Personalbedarf in den Geschäftseinheiten besser zu erkennen. Unsere Methodik zur strategischen Personalplanung ermöglicht uns eine bessere Mittelfristplanung für den zukünftigen Personalbedarf. Die Prognose des Personalbedarfs beginnt mit einer Analyse des Personalbestands. Damit wird die Altersstruktur offensichtlich, aus der wir ableiten können, wie viele Mitarbeiter voraussichtlich zu welchem Zeitpunkt in den Ruhestand treten werden. Neben dieser Konstante werden weitere wichtige variable Faktoren einbezogen: die Fluktuationsrate, die Entwicklung des Geschäfts und die Steigerung der Produktivität.

Mit den Werkzeugen zur strategischen Personalplanung können wir verschiedene Szenarien simulieren. Aus den Ergebnissen der Hochrechnung können wir frühzeitig Maßnahmen einleiten und beispielsweise heute schon neue Ausbildungsangebote schaffen, um einer Personalunterdeckung in mehreren Jahren zuvorzukommen.

Zudem zielen wir darauf ab, frei werdende qualifizierte Stellen nicht ausschließlich über den Personalmarkt zu besetzen. Vielmehr möchten wir geeignete Mitarbeiter in weniger qualifizierten Positionen dazu motivieren, über unsere [Personalentwicklungsmaßnahmen](#) Aufstiegschancen wahrzunehmen. Daher leiten wir aus unserer strategischen Personalplanung viele Qualifizierungsmaßnahmen ab. Die Methode war Ende 2013 in fünf Geschäftseinheiten im Einsatz, unter anderem bei DHL Supply Chain Mexico, und wird weiter im Konzern ausgerollt.

Alterstruktur^{1,2}

	2011		2012		2013	
	Männer	Frauen	Männer	Frauen	Männer	Frauen
bis 20 Jahre	2.269	1.215	2.519	1.229	2.600	1.204
21 - 30 Jahre	12.367	6.904	12.189	6.342	13.320	6.516
31 - 40 Jahre	16.390	14.694	15.067	12.727	15.349	11.911
41 - 50 Jahre	33.858	35.305	33.036	33.624	31.894	32.267
51 - 60 Jahre	25.187	24.152	25.941	25.667	27.301	27.741
ab 61 Jahre	2.285	1.403	2.375	1.543	2.683	1.960
Durchschnittsalter	43,5	44,9	43,8	45,5	43,7	46,0
Durchschnittsalter gesamt		44,2		44,6		44,8

¹ zum 31. Dezember

² umfasst die Beschäftigten der Deutsche Post AG inkl. Auszubildende

PWC GEPRÜFT

- > [STARTSEITE](#) > [MITARBEITER & MITGESTALTER](#) > [MITARBEITER GEWINNEN](#)
- > [MITTELFRISTIGE PLANUNG FÜHRT ZU SCHNELLEN ERFOLGEN](#)

MITTELFRISTIGE PLANUNG FÜHRT ZU SCHNELLEN ERFOLGEN

Unsere Werkzeuge zur strategischen Personalplanung haben wir bereits in verschiedenen Umgebungen getestet. Erfolgreiche Projekte führten wir zusammen mit unseren DHL-Einheiten und weiteren Einheiten im Bereich Global Business Services durch. Die Projekte zur strategischen Personalplanung passen sich an die jeweiligen Anforderungen und Herausforderungen des Kunden an, um potenzielle Personalrisiken zu identifizieren und zu mindern.

Als größte Herausforderung bei DHL Supply Chain Mexiko stellte sich eine geringe Mitarbeiterbindung an das Unternehmen dar. Dies stand im Kontrast zum steigenden Personalbedarf, zumal DHL Supply Chain in Mexiko ambitionierte Wachstumsziele verfolgt. Durch die Methodik der strategischen Personalplanung konnte hier nicht nur zukünftige Unterdeckung in businesskritischen Rollen aufgedeckt, sondern auch die Zielrichtung und der Umfang benötigter Personalmaßnahmen erarbeitet werden, um die identifizierten Lücken zu füllen. Im Projekt entwickelte DHL Supply Chain Mexiko höchst erfolgreiche Aktivitäten in den Bereichen Rekrutierung-, Talentmanagement und Karriereplanung.

Bei einem internen Serviceprovider lag die Herausforderung im Aufbau von Kompetenzen in neuen Technologien und Systemen. Quantitative Analysen und qualitative Diskussionen zu Kompetenzveränderungen ermöglichten die frühzeitige Einleitung von geeigneten Personalentwicklungsmaßnahmen. Der Ansatz der strategischen Personalplanung wird kontinuierlich eingesetzt, um aus strategischen Entscheidungen des Management-Teams konkrete Personalmaßnahmen abzuleiten.

> STARTSEITE > MITARBEITER & MITGESTALTER > LEISTUNG FÖRDERN & TALENTE ENTWICKELN

LEISTUNG FÖRDERN & TALENTE ENTWICKELN



Unsere rund 480.000 Mitarbeiter verfügen über ein großes Potenzial und eine Vielfalt an Talenten. Diese Talente wollen wir entdecken und gezielt fördern, wenn dies im Einklang mit den Interessen und Karrierezielen des einzelnen Mitarbeiters steht. Zur Weiterqualifizierung und Motivation bieten wir jedem Mitarbeiter individuelle Entwicklungsmöglichkeiten. Außerdem tragen wir dazu bei, unser strategisches Ziel, erste Wahl als Arbeitgeber zu werden, zu erreichen und sichern langfristig den Erfolg des Unternehmens.

Allen Mitarbeitern im Konzern stehen Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten offen. Das Angebot umfasst ein vielfältiges Spektrum an Kompetenz- und Talentprogrammen, wie die Weiterbildung zum Ausbilder, Expertenseminare oder Sprachtrainings. Die Maßnahmen bieten wir schwerpunktmäßig als Online-Schulungen an, zum Teil erfolgt die Wissensvermittlung auch bei Präsenzveranstaltungen oder in Videokonferenzen. Darüber hinaus haben wir regionale Programme im Angebot, die speziell für die Mitarbeiter in den lokalen Geschäftseinheiten konzipiert wurden.

Grundsätzlich befürworten wir es, wenn unsere Mitarbeiter in verschiedenen Bereichen des Unternehmens Erfahrungen sammeln möchten, und unterstützen sie dabei.

- > [STARTSEITE](#) > [MITARBEITER & MITGESTALTER](#) > [LEISTUNG FÖRDERN & TALENTE ENTWICKELN](#)
- > [AUS- UND WEITERBILDUNG IN ZAHLEN](#)

AUS- UND WEITERBILDUNG IN ZAHLEN

Im Jahr 2013 haben unsere Mitarbeiter durchschnittlich 1,6 Tage für Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen in Anspruch genommen. Damit stieg die Schulungszeit gegenüber dem Vorjahr um knapp 14 Prozent. Dies ist ein deutlicher Beleg dafür, dass unsere Mitarbeiter unsere Schulungsangebote erfreulich gut annehmen. Sie bauen bestehende Kenntnisse aus und eignen sich neue Kenntnisse an, um den ständig steigenden Anforderungen einer immer komplexer werdenden Arbeitswelt gerecht zu werden. Dem Anstieg der Schulungstage standen im Berichtsjahr sinkende Kosten gegenüber. Die Kosteneinsparung resultiert insbesondere daraus, dass wir die Online-Schulungen ausgebaut haben.

Die Weiterbildungsmaßnahmen können von Teil- und Vollzeitkräften wahrgenommen werden. Bei der Berechnung der Trainingstage haben wir eine Umrechnung auf Vollzeitkräfte vorgenommen.

Aus- und Weiterbildung¹

		2011	2012	2013
Jährliche Trainingstage per Vollzeitkraft	Tage	1,2	1,4	1,6
Jährliche Aus- und Weiterbildungskosten per Vollzeitkraft	€	191	185	166

¹ Trainingstage 2013 deckt 66,7% aller Mitarbeiter ab (2012: 64,1%, 2011: 63,3%). Die Aus- und Weiterbildungskosten decken alle Mitarbeiter ab

PWC GEPRÜFT

- > [STARTSEITE](#) > [MITARBEITER & MITGESTALTER](#) > [LEISTUNG FÖRDERN & TALENTE ENTWICKELN](#)
- > **FÜHREN & ENTWICKELN**

FÜHREN & ENTWICKELN

Eines unserer wichtigsten Führungsprinzipien lautet, dass Führungskräfte ihre Fähigkeiten beständig weiterentwickeln und ihren Mitarbeitern Entwicklungsperspektiven aufzeigen sollen. Dies schließt sowohl die fachliche als auch die persönliche Entwicklung ein. Für die Führungskräfte ist die erfolgreiche Anwendung dieses Prinzips bonusrelevant.

Offenes Seminarprogramm

Seit 2002 bieten wir ein offenes Seminarprogramm für alle Beschäftigten an. Es beinhaltet ein Basisangebot, in dem sich Mitarbeiter und Führungskräfte wichtige Kompetenzen aneignen können. Hinzu kommen Trainings zu Moderation, Präsentation und Kommunikation sowie Kurse, mit denen wir die internationale Zusammenarbeit verbessern. Darin vermitteln wir den Teilnehmern die Sprachkenntnisse, das Methodenwissen und die nötige interkulturelle Kompetenz. Zusätzlich bieten wir Fachkurse in den Bereichen Personal, Betriebswirtschaft, Recht, Projektmanagement, IT-Anwendungen und Nachhaltigkeit.

Offenes Seminarprogramm 2013

Leadership	33 Trainings	(Ø 2,48 Tage)	mit 340 Teilnehmern
Soft Skills	89 Trainings	(Ø 2,12 Tage)	mit 725 Teilnehmern
Fachtrainings	117 Trainings	(Ø 1,83 Tage)	mit 969 Teilnehmern
Gesamt	239 Trainings	(Ø 2,03 Tage)	mit 2.034 Teilnehmern

PWC GEPRÜFT

2014 werden wir das Angebot in unserem Katalog stärker an relevanten Konzernthemen orientieren und das Kursprogramm im Bereich Leadership straffen. Der Teil der Entwicklungsangebote, in denen wir die Teilnehmer befähigen, sich selbst und andere zu entwickeln, wurde hingegen ausgebaut.

- > [STARTSEITE](#) > [MITARBEITER & MITGESTALTER](#) > [LEISTUNG FÖRDERN & TALENTE ENTWICKELN](#)
- > [LEISTUNG BEWERTEN & POTENZIALE ENTWICKELN](#)

LEISTUNG BEWERTEN & POTENZIALE ENTWICKELN

Ein zentrales Element unserer Personalentwicklung sind jährliche Zielvereinbarungen, die individuell mit jedem Mitarbeiter geschlossen werden, sowie die anschließenden Leistungsbeurteilungen. Beides wird in unserem konzernweiten, IT-gestützten Performance-Managementsystem erfasst, in dem wir Entwicklungspläne für unsere Mitarbeiter verwalten. Auch erfolgreich abgeschlossene Schulungen werden im System hinterlegt. Der Schulungsstand des Mitarbeiters ist auch Bestandteil der jährlichen Zielvereinbarungsgespräche.

In den kommenden Jahren streben wir es an, die unterschiedlichen IT-Systeme, die in den Unternehmensbereichen für die Personalentwicklung genutzt werden, zu harmonisieren. Im Jahr 2014 werden die ersten Mitarbeiterdaten in ein neues, konzernweites Personalentwicklungssystem überführt.

- > [STARTSEITE](#) > [MITARBEITER & MITGESTALTER](#) > [LEISTUNG FÖRDERN & TALENTE ENTWICKELN](#)
- > [HR-MITARBEITER ZERTIFIZIEREN](#)

HR-MITARBEITER ZERTIFIZIEREN

Ein wesentliches Ziel unseres Programms „One HR“ ist es, das Wissen unserer 5.500 HR-Mitarbeiter zu erweitern und sie auch in Themen wie arbeitsrechtlicher Compliance, Organisationsfreiheit der Arbeitnehmer und Rechte der Arbeitnehmervvertretungen weiterzubilden. Dazu entwickeln wir Schulungen, die mit einer Prüfung zum „Certified International Professional Human Resources“ (CIP HR) abschließen werden.

Das CIP-HR-Programm orientiert sich an den Bedarfen der jeweiligen Zielgruppe. Das Grundlagenseminar wurde Ende 2013 fertiggestellt und dauert anderthalb Tage. Die Trainerqualifizierung dauert drei Tage. Der weltweite Rollout des Programms beginnt im März 2014.

- > STARTSEITE > MITARBEITER & MITGESTALTER > LEISTUNG FÖRDERN & TALENTE ENTWICKELN
- > DIGITALE SCHULUNGSANGEBOTE & LERNEN VOR ORT

DIGITALE SCHULUNGSANGEBOTE & LERNEN VOR ORT



Abhängig von Schulungsinhalt und -ziel bieten wir unseren Mitarbeitern Weiterbildungsmaßnahmen über vielfältige Kanäle und in vielen Formaten an. Darunter sind Workshops, Dialogformate nach der First-Choice-Methodik oder Präsenzveranstaltungen, die als Videokonferenzen oder Vor-Ort-Seminar durchgeführt werden. Ein zentrales Element unserer Weiterbildungsarchitektur ist unsere weltweit zugängliche E-Learning-Plattform mylearningworld.net. Im Jahr 2013 verzeichneten wir rund 372.000 Stunden an Online-Schulungen.

Unser Online-Schulungsprogramm umfasst unter anderem Angebote zu unserer First-Choice-Methodik, mit der wir Prozesse der kontinuierlichen Verbesserung im Unternehmen steuern, sowie Schulungen zur Präsentationstechnik und zu vielen logistischen Fachthemen. Mit Ausnahme unserer Compliance-Schulungen sind sämtliche Schulungsangebote freiwillig. Wir bauen das Kursangebot kontinuierlich aus und entwickeln für bestehende Kurse Sprachadaptionen.

- > [STARTSEITE](#) > [MITARBEITER & MITGESTALTER](#) > [LEISTUNG FÖRDERN & TALENTE ENTWICKELN](#)
- > [DIVISIONALE ENTWICKLUNGSPROGRAMME](#)

DIVISIONALE ENTWICKLUNGSPROGRAMME

Auch in unseren vier operativen Unternehmensbereichen und ihren Landesgesellschaften gibt es zahlreiche Weiterentwicklungsprogramme und Fortbildungsmöglichkeiten. Diese Weiterbildungsangebote sind einerseits zugeschnitten auf die Bedürfnisse der Mitarbeiter vor Ort und andererseits auf den spezifischen Qualifizierungsbedarf der Unternehmenseinheiten.

Talentmanagement im Unternehmensbereich BRIEF

Rund 170.000 Mitarbeiter sind im Unternehmensbereich BRIEF beschäftigt. Allen Mitarbeitern, ob Zusteller, Betriebsmitarbeiter oder Führungskraft, stehen Entwicklungsmöglichkeiten zur Verfügung.

Eine stabile Nachfolgeplanung für erfolgskritische Schlüsselpositionen zur Zukunftssicherung des Unternehmens, die methodische Entwicklung des Potenzials unserer Mitarbeiter und das Aufzeigen von Karrierepfaden stehen dabei im Fokus. Mitarbeiter mit Karrierewünschen und Potenzial werden in speziellen Talentprogrammen gezielt auf den nächsten Karriereschritt vorbereitet, etwa zum Betriebs- oder Abteilungsleiter. Es existieren bereits Talentprogramme zur Leitung von Zustellstützpunkten sowie Brief- und Paketzentren, zur Abteilungsleitung Betrieb in Niederlassungen oder ein länderübergreifendes Global-Mail-Programm. Im Jahr 2013 konnten rund 200 Mitarbeiter an diesen Programmen teilnehmen. Viele davon haben die angestrebte Zielposition bereits erreicht.

Wir arbeiten beständig daran, unsere Angebote für alle Geschäftsfelder weiter zu standardisieren und damit durchgängige und transparente Karrierepfade für Führungs-, Fach- und Projektkarrieren zu schaffen. Ein Schwerpunkt ist dabei die Frauenförderung.

- > STARTSEITE > MITARBEITER & MITGESTALTER > LEISTUNG FÖRDERN & TALENTE ENTWICKELN
- > FÖRDERUNG JUNGER TALENTE

FÖRDERUNG JUNGER TALENTE



Besonderen Wert legen wir auf Fortbildungsmöglichkeiten für junge Menschen. Damit begegnen wir den Auswirkungen des demografischen Wandels in den Industrieländern und den Herausforderungen, die von einem niedrigeren Bildungsniveau in Entwicklungs- und Schwellenländern ausgehen können. Zusätzlich bieten wir Praktikumsstellen für herausragende Studierende und Programme für Hochschulabsolventen aller Fachrichtungen an und verbessern damit unsere Position im Wettbewerb um die besten Köpfe.

Die [Azubi-Programme in Deutschland](#), das [Praktikantenprogramm JOIN](#) und unser [Traineeprogramm GROW](#) stellen nur einen Ausschnitt unserer Aktivitäten und Maßnahmen dar. Die umfängliche und aktuelle Gesamtschau befindet sich im Karrierebereich auf unserer Konzern-[Website](#). Zusätzlich nutzen wir zur Kommunikation unserer Karrieremöglichkeiten unsere Mitarbeitermedien; mit Externen kommunizieren wir Personalthemen unter anderem über die [Social-Media-Kanäle](#).

- > [STARTSEITE](#) > [MITARBEITER & MITGESTALTER](#) > [LEISTUNG FÖRDERN & TALENTE ENTWICKELN](#)
- > [FÖRDERUNG JUNGER TALENTE](#) > **[AZUBI-PROGRAMME IN DEUTSCHLAND](#)**

AZUBI-PROGRAMME IN DEUTSCHLAND

In Deutschland fördern wir Auszubildende und dual Studierende mit besonders guten Noten und überdurchschnittlichem Engagement im letzten Jahr ihrer Ausbildung mit einem Talentprogramm. Unseren Top-Azubis stellen wir erfahrene Führungskräfte als Mentoren zur Seite und bieten den jungen Leuten Fördermaßnahmen an. Dazu zählen Seminare zur Förderung von Schlüsselkompetenzen oder Hospitanzen in anderen Organisationseinheiten. Im aktuellen Ausbildungszyklus, der 2014 endet, wurden von rund 2.000 Azubis und dual Studierenden 100 Teilnehmer in das Top-Azubi-Programm aufgenommen.

Ebenfalls in Deutschland rufen wir unsere Auszubildenden zu einem Ideenwettbewerb auf. Dabei schließen sich die Teilnehmer zu Teams zusammen und arbeiten gemeinsam an Projekten. 2013 nahmen 21 Teams mit 140 Teilnehmern am Ideenwettbewerb teil. Der Wettbewerb wird 2014 fortgesetzt. Die Themen des laufenden Wettbewerbs lauten:

- Gesundheit in der Ausbildung (Handlungsfelder: Ernährung, Bewegung, Tabak- und Alkoholkonsum)
- Für Toleranz – gegen Fremdenfeindlichkeit
- Online-Shopping – Chancen für Deutsche Post DHL

- > [STARTSEITE](#) > [MITARBEITER & MITGESTALTER](#) > [LEISTUNG FÖRDERN & TALENTE ENTWICKELN](#)
- > [FÖRDERUNG JUNGER TALENTE](#) > [PRAKTIKANTENPROGRAMM JOIN](#)

PRAKTIKANTENPROGRAMM JOIN

Das Programm JOIN (Join Our Intern Network) wendet sich an herausragende Studierende ab dem zweiten Semester im Bachelorstudium. Ihnen bieten wir zwei- bis sechsmonatige Projektpraktika in unterschiedlichen Bereichen des Unternehmens inklusive Mentoring durch Konzernführungskräfte. Über das Alumni-Netzwerk „JOIN again“ ermöglichen wir den Praktikanten auch im Anschluss an ihre Praxistätigkeit, im Kontakt mit dem Unternehmen zu bleiben.

JOIN startete im Jahr 2011 mit 20 Teilnehmern. Für das Jahr 2014 bieten wir 40 Projektpraktika an und wollen das Programm ausbauen. Die Bindungsrate der Praktikanten an das Unternehmen liegt bei 40 Prozent.

- > [STARTSEITE](#) > [MITARBEITER & MITGESTALTER](#) > [LEISTUNG FÖRDERN & TALENTE ENTWICKELN](#)
- > [FÖRDERUNG JUNGER TALENTE](#) > **[TRAINEEPROGRAMM GROW](#)**

TRAINEEPROGRAMM GROW

Im Traineeprogramm GROW (Graduate Opportunities Worldwide) entwickeln wir Absolventen mit hervorragendem Bachelor- oder Master-Abschluss zu zukünftigen Fach- und Führungskräften. GROW besteht aus einem 18-monatigen projektorientierten und divisionsübergreifenden Programm mit drei abgeschlossenen Projektphasen an verschiedenen Standorten und in verschiedenen Bereichen. Über den gesamten Zeitraum werden unsere Trainees von einem Mentor begleitet, der ihnen regelmäßige Rückmeldung und Unterstützung bei der Karriereplanung gibt.

Unser Traineeprogramm genießt bei Hochschulabsolventen hohe Reputation. Im Jahr 2013 haben sich 2.592 Absolventen beworben, in das Programm aufgenommen wurden 30 Teilnehmer.

> STARTSEITE > MITARBEITER & MITGESTALTER > SICHERHEIT & ARBEITSSCHUTZ

SICHERHEIT & ARBEITSSCHUTZ



Wir tragen Verantwortung für die Sicherheit unserer Mitarbeiter und schützen sie wirkungsvoll vor Gefahren und Risiken in ihrem gesamten Arbeitsumfeld. Jeder Arbeitsunfall in unserem Unternehmen ist einer zu viel. Nicht zuletzt aus diesem Grund haben wir mit unserer neuen Strategie „Gesundheit, Sicherheit & Wohlbefinden“ einen Rahmen geschaffen, um dieser Risiken anzunehmen und für das ganze Unternehmen Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeiter zu fördern.

Um unsere Mitarbeiter zu schützen, haben wir ein umfassendes Regelwerk etabliert, das weit über gesetzliche Arbeitssicherheitsvorschriften und Mindeststandards hinausgeht. Beim Aufbau und der Aktualisierung des Regelwerks und geeigneter Schulungsmaßnahmen arbeiten wir eng mit Arbeitnehmervertretern und -organisationen zusammen.

Unsere Mitarbeiter leiten wir kontinuierlich mit präventiven Maßnahmen zu umsichtigem und sicherem Arbeiten an. Allein in Deutschland betreut der Arbeitsschutz rund 200.000 Mitarbeiter in allen Gesellschaften. Die Organisation des Arbeitsschutzes deckt alle unsere Standorte ab und ist Teil unseres Qualitätsmanagementsystems, das der Norm DIN EN ISO 9001 entspricht.

- > [STARTSEITE](#) > [MITARBEITER & MITGESTALTER](#) > [SICHERHEIT & ARBEITSSCHUTZ](#)
- > [SICHERHEIT & ARBEITSSCHUTZ ALS MANAGEMENTTHEMEN](#)

SICHERHEIT & ARBEITSSCHUTZ ALS MANAGEMENTTHEMEN

Unsere Führungskräfte tragen große Verantwortung für das Wohlergehen unserer Mitarbeiter. Zu den wichtigsten Führungsaufgaben gehört es, die Arbeitsbedingungen der Mitarbeiter zu prüfen, das Gefährdungspotenzial richtig einzuschätzen und durch geeignete Maßnahmen zu minimieren. Bei dieser Aufgabe unterstützen wir unsere Führungskräfte durch Richtlinien, Empfehlungen und die Beratungsangebote unserer Arbeitsschutzexperten.

Um die Zusammenarbeit und den Informationsaustausch zwischen den Arbeitsschutzexperten in den unterschiedlichen Unternehmensbereichen zu fördern, haben wir im Rahmen der neuen Strategie ein internationales Komitee gegründet, das bereichsübergreifend Standards und Regelungen definiert und die Chancen vergrößert, voneinander zu lernen.

Zusteller, Fahrer, Maschinenbediener und Angehörige anderer Berufsgruppen im Unternehmen arbeiten in einem gefahrgeneigten Umfeld. Um die Sicherheit unserer Mitarbeiter zu gewährleisten, werden regelmäßig Arbeitsstättenbegehungen und -prüfungen sowie Sicherheitstrainings durchgeführt. Die Einhaltung gesetzlicher und betrieblicher Vorschriften wird durch Managementsysteme überwacht.

Zusätzlich beteiligen wir uns an Forschungs- und Innovationsprojekten im Bereich Arbeitssicherheit und kooperieren mit arbeitswissenschaftlichen und technischen Einrichtungen.

> [STARTSEITE](#) > [MITARBEITER & MITGESTALTER](#) > [SICHERHEIT & ARBEITSSCHUTZ](#) > [MITARBEITER SENSIBILISIEREN](#)

MITARBEITER FÜR DEN ARBEITSSCHUTZ SENSIBILISIEREN



Die Wirksamkeit von Arbeitsschutzmaßnahmen wird im hohen Maße vom Verhalten der Mitarbeiter bestimmt. Um die Mitarbeiter für die Belange des Arbeitsschutzes zu sensibilisieren, nutzen wir eine Vielzahl an Kommunikationskanälen.

Weiterhin beteiligen wir uns am von der International Labour Organization (ILO), einer Sonderorganisation der Vereinten Nationen, ausgerufenen „World Safety Day“. Dieser Aktionstag findet jährlich am 28. April statt. In einer Aktionswoche rund um diesen Tag fanden 2013 im Konzern weltweit rund 200 Einzelmaßnahmen und Trainings statt. Inhaltliche Schwerpunkte waren dabei der sichere Einsatz von und Umgang mit Kraftfahrzeugen, Transportbetriebsmitteln und aller Arten von Flurförderzeugen sowie Sicherheitschecks zum technischen Zustand und der Verkehrstüchtigkeit von Zustellrädern und E-Bikes.

Auch außerhalb der Aktionswoche schulen wir unsere Mitarbeiter im Rahmen vielfältiger Präventionsmaßnahmen. Dazu zählen beispielsweise Fahrsicherheitstrainings und Ladungssicherungskurse. Außerdem trainieren wir unsere Zusteller, wie sie mit aggressiven Hunden umgehen.

- > [STARTSEITE](#) > [MITARBEITER & MITGESTALTER](#) > [SICHERHEIT & ARBEITSSCHUTZ](#)
- > [UNFALLZAHLEN & AUSFALLTAGE](#)

UNFALLZAHLEN & ZAHL DER AUSFALLTAGE

Konzernweit ereigneten sich im Berichtsjahr 19.076 Arbeitsunfälle, davon allein in unserem Briefgeschäft in Deutschland 15.765 Arbeits- und Wegeunfälle mit mindestens einem Ausfalltag.

Eine Ursache für die Zunahme der Unfälle bei Deutsche Post AG war der lange und ungewöhnlich schneereiche Winter in Deutschland, der sich weit in das Jahr 2013 zog. Für diese Begebenheiten typisch sind Unfälle durch Ausrutschen, Stolpern oder Stürzen. Diese führen oft zu langen Ausfallzeiten. Besondere Gefahren bergen unzureichend oder nicht geräumte private und öffentliche Bereiche. Zum besseren Schutz unserer Mitarbeiter arbeiten wir mit präventiven Maßnahmen:

- Anlassbezogene Unterweisungen
- Gehsicherheitstrainings
- Bereitstellung von persönlicher Schutzausrüstung (PSA) wie Schuhspikes
- Angebot von Wetterschutzbekleidung
- Kommunikation gegenüber Gemeindeverwaltungen und Privathaushalten (Hinweise, Wegeschäden zu beseitigen und den Winterdienst zu verbessern)
- Gezielte präventive Maßnahmen für junge und neue Mitarbeiter

Positiv entwickelte sich die Zahl der Arbeitsunfälle im Unternehmensbereich SUPPLY CHAIN. Waren in den Warenlagern und Logistikzentren im Jahr 2012 noch 1.500 Arbeitsunfälle zu beklagen, sank die Zahl der Betriebsunfälle im Berichtsjahr auf 1.378. Erstmals berichten wir auch die Unfallzahlen der Unternehmensbereiche EXPRESS und GLOBAL FORWARDING, FREIGHT. Ein Vorjahresvergleich ist daher nicht möglich.

Jeder Arbeitsunfall ist ein Unfall zu viel. Gleichwohl bewegt sich die Anzahl der Unfälle, gemessen an dem Gefährdungspotenzial der verschiedenen Arbeitsbereiche, im Konzern Deutsche Post DHL nach wie vor auf einem niedrigen Niveau.

Trotz aller Vorsichts- und Schulungsmaßnahmen verunglückten im Jahr 2013 zwei unserer Mitarbeiter in Deutschland bei Arbeitsunfällen tödlich. Wir gehen den Ursachen nach und ergreifen weitere Maßnahmen, um gleichartige Unfälle in Zukunft zu verhindern. Bei Verkehrsunfällen auf dem Weg von oder zur Arbeit erlitten sechs Mitarbeiter in Deutschland tödliche Verletzungen.

Arbeitsschutz Deutsche Post AG

	2011	2012	2013
Deutsche Post AG ¹			
Anzahl der Arbeitsunfälle ²	12.864	14.441	15.765
Unfallquote (Unfälle pro 1.000 Mitarbeiter pro Jahr)	72	80	86
Anzahl unfallbedingter Ausfalltage (Kalendertage)	320.997	313.750	359.452
Ausfalltage pro Unfall	24,9	21,7	22,8
Anzahl bei Arbeitsunfällen tödlich verunglückter Mitarbeiter	2	1	2

¹ Angepasst auf Jahresabschlusswert 2012

² Unfälle mit mindestens einem Ausfalltag, einschließlich Unfälle auf dem Weg von und zur Arbeitsstätte

PWC GEPRÜFT

SUPPLY CHAIN

Anzahl der Arbeitsunfälle ¹	1.626	1.500	1.378
Unfallquote (Unfälle pro 1.000 Mitarbeiter pro Jahr)	11,9	10,8	9,6
Anzahl unfallbedingter Ausfalltage (Arbeitstage)	29.953	24.363	25.112
Ausfalltage pro Unfall	18,4	16,2	18,2

EXPRESS

Anzahl der Arbeitsunfälle ¹	-	-	1.697
Unfallquote (Unfälle pro 1.000 Mitarbeiter pro Jahr)	-	-	38,6
Anzahl unfallbedingter Ausfalltage (Arbeitstage)	-	-	36.315
Ausfalltage pro Unfall	-	-	38,6

GLOBAL FORWARDING, FREIGHT

Anzahl der Arbeitsunfälle ¹	-	-	236
Unfallquote (Unfälle pro 1.000 Mitarbeiter pro Jahr)	-	-	8,3
Anzahl unfallbedingter Ausfalltage (Arbeitstage)	-	-	1.645
Ausfalltage pro Unfall	-	-	7,0

¹ Unfälle mit mindestens einem Ausfalltag ohne Wegeunfälle

Berufskrankheiten

Die Tätigkeiten unserer Mitarbeiter in unseren Aufgabenfeldern Postdienstleistung und Logistik sind herausfordernd.

Die vielfältigen Aktivitäten und Präventivmaßnahmen unseres Gesundheitsmanagements zielen auf eine Verhinderung arbeitsbedingter Erkrankungen. Zudem unterstützen wir unsere Mitarbeiter darin, chronische Erkrankungen zu vermeiden.

2013 wurde in Deutschland in drei Fällen das Vorliegen einer Berufskrankheit durch die Unfallversicherung anerkannt (verursacht durch Lärm, Asbest beziehungsweise Benzol).

- > STARTSEITE > MITARBEITER & MITGESTALTER > SICHERHEIT & ARBEITSSCHUTZ
- > UNFALLZAHLEN & AUSFALLTAGE > **FRAMES WARNT VOR KOLLISIONEN**

FRAMES WARNT VOR KOLLISIONEN

Die gefährlichsten Situationen im Straßenverkehr sind das Anhalten, das Wenden, Abbiegen und insbesondere das Rückwärtsfahren. Die Hoflogistik – also all das, was sich vor den Brief- und Paketzentren, Stückgutumschlaganlagen und Logistikzentren abspielt – besteht aber aus nichts anderem. Auch im Inneren der Lagerstätten wird gebremst, abgebogen, rangiert und rückwärtsgefahren. Nur sind dort keine Lkw unterwegs, sondern Stapler und andere Flurförderzeuge. Während Kraftfahrzeuge mehr und mehr über moderne Sicherheits- und Unterstützungssysteme verfügen und intensiv an der „Car-to-Car-Kommunikation“ zur Unfallprävention gearbeitet wird, fehlt bisher eine intelligente Verknüpfung zu den nicht motorisierten Verkehrsteilnehmern.

Um zukünftig Unfälle auf dem Hof und in den Hallen vermeiden zu können, beteiligte sich Deutsche Post DHL als Praxispartner am Innovationsprojekt FRAMES (Frühwarnsystem zur Adaptiven Mensch-Fahrzeug-Erkennung und Sicherheitsförderung). Getragen wird das Projekt von mehreren gesetzlichen Unfallversicherungsträgern. Auch zwei Hochschulen sind beteiligt. Die praktische Erprobung erfolgt unter anderem im Logistikzentrum Unna der DHL Solutions Retail GmbH.

FRAMES setzt auf innovative Technik. Fahrzeuge und Menschen werden mit Ortungsgeräten ausgestattet. Hochleistungsrechner ermitteln die Bewegungsdaten. Droht eine Kollision, werden Fahrer und Fußgänger durch das System gewarnt. Geschlossene Logistiksysteme wie Logistikzentren und Außenhöfe eignen sich im besonderen Maß zur Erprobung des Systems.

Die ersten Systeme funktionieren im Test tadellos, sind aber noch zu groß für den praktischen Einsatz und erfordern eine weitere Miniaturisierung. Vision des Projektes ist es, die notwendige Technik beispielsweise in Warnwesten zu integrieren. Bis dahin werden laut Projektträger noch fünf bis zehn Jahre vergehen.

- > [STARTSEITE](#) > [MITARBEITER & MITGESTALTER](#) > [SICHERHEIT & ARBEITSSCHUTZ](#)
- > [UNFALLZAHLEN & AUSFALLTAGE](#) > [ÜBER 1600-MAL SCHNAPPT HASSO ZU](#)

ÜBER 1600-MAL SCHNAPPT HASSO ZU



Schätzungen zufolge leben in Deutschland fünf Millionen Hunde. In der Unfallstatistik der Deutschen Post spielen die „Unfälle mit Tieren“ gegenüber Stürzen und Verkehrsunfällen eine untergeordnete Rolle. Dennoch schnappen Hasso und seine Artgenossen jährlich über 1600-mal zu und verletzen unsere Postboten. Im Jahr 2013 waren die Verletzungen in rund 750 Fällen so schwer, dass der Mitarbeiter einen oder mehr Tage ausgefallen ist.

Hunde reagieren auf Postboten oftmals aggressiver als auf andere Personen, die in sein Revier eindringen. Dies hat damit zu tun, dass die Briefträger auf ihrem Weg vielen Hunden begegnen und deren Geruchsspuren aufsammeln. Daher sollten Postboten es unterlassen, brave Hunde zu berühren, da dies einen weniger gut erzogenen Hund einige Stationen weiter aggressiv machen kann. Auch ein Bestechen der Hunde mit Leckerlis ist gefährlich – für den Stellvertreter des Postboten, der nichts vom Stillhalteabkommen zwischen Stammzusteller und Vierbeiner weiß. Wird dem Hund sein Leckerli verweigert, kann dies böse Folgen haben.

- > [STARTSEITE](#) > [MITARBEITER & MITGESTALTER](#) > [SICHERHEIT & ARBEITSSCHUTZ](#)
- > [REAKTION AUF DEN TÖDLICHEN ARBEITSUNFALL IM JAHR 2012](#)

REAKTION AUF DEN TÖDLICHEN ARBEITSUNFALL IM JAHR 2012

Im Oktober 2012 wurde ein Mitarbeiter auf dem Hof des Paketzentrums Hamburg von einem Rangierfahrzeug erfasst und tödlich verletzt. Der Unfallhergang wurde von Polizei, Staatsanwaltschaft und durch unseren Arbeitsschutz eingehend untersucht.

Im Rahmen der Untersuchung wurde das Internationale Institut für Arbeit, Gesundheit und Verkehr aus Schwelm beauftragt, die betriebliche Verkehrssicherheit und die betrieblichen Verkehrsstrukturen zu analysieren sowie Optimierungsvorschläge zu entwickeln.

Die Ergebnisse flossen in ein lokales Arbeitsprogramm des Paketzentrums Hamburg und in einen umfangreichen Handlungsleitfaden zur Verkehrssicherheit im Außenbereich von Betriebsgeländen („Handbuch Betriebshof“) für Paketzentren in Deutschland ein. Die Veröffentlichung des Leitfadens soll im Jahr 2014 erfolgen.

Sicherheitsmanagement-System

Das umfassende Sicherheitsmanagement-System von Deutsche Post DHL verstärkt das Vertrauen unserer Kunden, Geschäftspartner, Mitarbeiter und Aktionäre in unsere Leistungen und Produkte. Sicherheit hat einen wesentlichen Einfluss auf den geschäftlichen Erfolg unseres Unternehmens.

Die Sicherheitsorganisation von Deutsche Post DHL trägt dazu auf vielfache Weise bei: Sie entwickelt Sicherheitsstandards, Richtlinien, konzipiert und implementiert kriminalpräventive Maßnahmen zum Schutz von Infrastruktur, Prozessen und Informationen, beobachtet ständig die weltweite Sicherheitslage und überprüft permanent unsere Reisesicherheitsstandards. Durch Sicherheitsschulungen stellen wir sicher, dass unsere Mitarbeiter mögliche Risiken und Bedrohungen kennen und angemessen darauf reagieren können.

Die Tätigkeit der Sicherheitsorganisation gründet auf den jeweils einschlägigen rechtlichen Normen und den Richtlinien der betrieblichen Compliance. Nur auf dieser Grundlage ist es möglich, ein Beispiel für ethisches und rechtskonformes Verhalten zu setzen und somit eine unternehmensweite akzeptierte Sicherheitskultur zu etablieren.

> [STARTSEITE](#) > [MITARBEITER & MITGESTALTER](#) > [SICHERHEIT & ARBEITSSCHUTZ](#) > **BETRIEBSSICHERHEIT**

BETRIEBSSICHERHEIT

Für uns als Post- und Logistikunternehmen von elementarer Bedeutung ist die Betriebssicherheit unserer Verkehrsmittel.

Betriebssicherheit im Flugbetrieb

Die Betriebssicherheit unserer Flugzeugflotte wird nach internationalen Standards regelmäßig überprüft und Audits unterzogen. Die Schulungen für unsere Mitarbeiter in den Bereichen Frachtumschlag und Flugzeugabfertigung entsprechen den Richtlinien und Regelungen, die von Organisationen wie der Zivilen Luftfahrtorganisation (ICAO) und Branchenverbänden wie der International Air Transport Association (IATA) vorgegeben werden.

Betriebssicherheit im Seefrachtbereich

Bei unseren Seefracht-Aktivitäten im Unternehmensbereich GLOBAL FORWARDING, FREIGHT arbeiten wir nach dem IMDG-Code (International Maritime Code for Dangerous Goods).

Der IMDG-Code ist ein weltweiter Standard für den Transport gefährlicher Güter im Seeschiffsverkehr. Der Code enthält Begriffsdefinitionen sowie Vorgaben für die Verpackung, die Kennzeichnung, die Stauung, Getrennthaltung und den Umschlag gefährlicher Güter sowie Anweisungen für den Notfall.

Für Mitarbeiter, die gefährliche Güter im Seeschiffsverkehr umschlagen oder auf andere Art und Weise bearbeiten, haben wir verpflichtende Schulungen eingeführt.

Betriebssicherheit im Straßenverkehr

Im Bereich der Verkehrssicherheitsarbeit kooperieren wir mit externen Fachorganisationen, der Unfallkasse Post und Telekom, anderen Großunternehmen und Hochschulen. Durch unsere Mitgliedschaft im Vorstand des Deutschen Verkehrssicherheitsrates e. V. (DVR) bringen wir unsere weltweiten Erfahrungen und Erkenntnisse in die Verkehrssicherheitsarbeit in Deutschland ein.

Unseren Mitarbeitern bieten wir über das Intranet, Mitarbeitermedien und bei lokalen Aktionen ausführliche Informationen zum Thema Verkehrssicherheit an. Das Informationsangebot wird regelmäßig ergänzt und überarbeitet. Die wichtigste Zielgruppe für diese Informationen sind unsere Beschäftigten im Bereich der Zustellung und des Transports. Aber auch unter unseren Fach- und Führungskräften gibt es zahlreiche Vielfahrer mit erhöhtem Gefährdungspotenzial. Im Berichtsjahr haben wir daher am Projekt „GUROM“ (Gefährdungsbeurteilung und Risikobewertung organisationaler Mobilität) teilgenommen. Dabei wurden in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Verkehrssicherheitsrat und dem Lehrstuhl für Arbeits-, Betriebs- und Organisationspsychologie der Friedrich-Schiller-Universität Jena individuelle Risikoprofile von 171 Mitarbeitern unseres Personalbereichs erstellt, die sehr häufig auf Dienstreisen sind.

Gefahrgutmanagement

Als führendes Logistikunternehmen sind wir auch darauf spezialisiert, Gefahrgüter und gefährliche Substanzen vorschriftsmäßig, fachgerecht und sicher zu transportieren. Im Umgang mit gefährlichen Transport- und Lagergütern haben die Sicherheit der Mitarbeiter und der Umweltschutz oberste

Priorität.

Unsere Mitarbeiter im Gefahrgutmanagement sind international vernetzt und entsprechend der internationalen und lokalen Vorschriften geschult.

Im Berichtsjahr wurden das Europäische Übereinkommen über die internationale Beförderung gefährlicher Güter auf der Straße (ADR) und die ICAO-Anweisungen für die sichere Beförderung gefährlicher Güter im Luftverkehr überarbeitet. Wir haben unsere Mitarbeiter über vielfältige Schulungen im Vorfeld mit den Neuerungen des Gefahrgutrechts vertraut gemacht. Überdies haben wir die für unsere Kunden geltenden Beförderungsregelungen für gefährliche Güter der neuen Rechtslage angepasst und verbraucherfreundlicher gestaltet.

- > [STARTSEITE](#) > [MITARBEITER & MITGESTALTER](#) > [SICHERHEIT & ARBEITSSCHUTZ](#)
- > [GESETZLICHE UNFALLVERSICHERUNG IN DEUTSCHLAND](#)

GESETZLICHE UNFALLVERSICHERUNG IN DEUTSCHLAND

Alle Tarifkräfte unserer Hauptgesellschaft Deutsche Post AG sind in der 1995 gegründeten Unfallkasse Post Telekom (UK PT) unfallversichert. Der Versicherungsschutz umfasst die Behandlungskosten bei Arbeits- und Wegeunfällen sowie Rentenansprüche, die aus diesen Unfällen resultieren. Auch für die Beamten geltenden Regelungen zur Prävention und Unfallfürsorge sind auf die UK PT übertragen, die mit der Berufsgenossenschaft Verkehr zur BG Verkehrswirtschaft Post-Logistik Telekommunikation verschmelzen wird.

Die Leistungen und die Präventionsarbeit der Unfallversicherung werden sich für unsere Mitarbeiter nach der Fusion nicht verschlechtern. Die Steuerung der Präventionsarbeit der bisherigen UK PT übernimmt in der neuen Berufsgenossenschaft ein Präventionsfachausschuss in der Sparte „Post, Postbank, Telekom“.

- > [STARTSEITE](#) > [MITARBEITER & MITGESTALTER](#) > [SICHERHEIT & ARBEITSSCHUTZ](#)
- > [SOZIALBERATER UNTERSTÜTZEN IN KRISENSITUATIONEN](#)

SOZIALBERATER UNTERSTÜTZEN IN KRISENSITUATIONEN

Bei Konflikten am Arbeitsplatz und gesundheitlichen oder persönlichen Problemen haben unsere Mitarbeiter von Deutsche Post AG die Möglichkeit, sich an die betrieblichen Sozialberater zu wenden. Diese agieren im vertrauensgeschützten Raum. Sie sind im Unternehmen gut vernetzt und arbeiten darüber hinaus mit externen Fachstellen zusammen. Um die Einleitung von Behandlungs- oder Reha-Maßnahmen zu beschleunigen, stellen die Sozialberater in Absprache mit den Betroffenen den Kontakt zu Fachärzten, Fachkliniken, Beratungsstellen, Selbsthilfegruppen, sozialen Einrichtungen und Rehabilitationseinrichtungen her. Ziel der Arbeit unserer Sozialberater ist es, Mitarbeitern in Notsituationen zu helfen, sie über Behandlungsmöglichkeiten aufzuklären und auf dem Weg zur Gesundheit und Wiederherstellung der Arbeitsfähigkeit zu unterstützen. Die Sozialberater sind zusätzlich als betriebliche Notfallhelfer und als Suchthelfer qualifiziert.

> STARTSEITE > MITARBEITER & MITGESTALTER > GESUNDHEIT & WOHLBEFINDEN

GESUNDHEIT & WOHLBEFINDEN



Es ist unser Anspruch, mit motivierten, handlungsfähigen Mitarbeitern herausragende Leistungen für unsere Kunden zu erbringen. Daher lautet unser Ziel, die Gesundheit und das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter zu erhalten und zu verbessern. Unser Engagement für die Gesundheit unserer Beschäftigten dient dazu, dauerhaft ein Arbeitgeber erster Wahl zu sein und geht weit über gesetzliche Bestimmungen hinaus.

Wir schaffen ein gesundheitsförderliches Arbeitsumfeld und motivieren unsere Beschäftigten über zahlreiche Aktivitäten, einen gesunden Lebensstil zu pflegen und gesundheitsschädliche Faktoren zu meiden. Mit unserer Gesundheitsrichtlinie haben wir konzernweit einen Rahmen für ein systematisches Gesundheitsmanagement geschaffen.

Konzernweite Health, Safety & Well-being Strategie

Wir fördern das körperliche, mentale und soziale Wohlbefinden unserer Mitarbeiter



> [STARTSEITE](#) > [MITARBEITER & MITGESTALTER](#) > [GESUNDHEIT & WOHLBEFINDEN](#) > [KRANKENSTANDSSTATISTIK](#)

KRANKENSTAND KONZERNWEIT GESUNKEN

2013 lag der Krankenstand konzernweit bei 4,8 Prozent und ist damit gegenüber dem Vorjahr um 0,4 Prozentpunkte gesunken. In Deutschland lag der Krankenstand bei 8,4 Prozent und ist damit gegenüber dem Vorjahr um 1,0 Prozentpunkte gestiegen.

Die Hauptursachen dafür liegen in einem zunehmenden Alter der Beschäftigten und dem Anstieg chronischer Erkrankungen. Dieser Trend lässt sich in allen Industrieländern beobachten.

Krankenstand

	2011	2012	2013
Weltweit ^{2,3}	5,2 %	5,2 %	4,8 %
Deutschland ¹	7,6 %	7,4 %	8,4 %

¹ Alle Organisationseinheiten in Deutschland

² Im Jahresdurchschnitt

³ Der Krankenstand 2013 deckt 90,2 % aller Mitarbeiter ab (2012: 73,1 %, 2011: 72,7 %)

PWC GEPRÜFT

- > STARTSEITE > MITARBEITER & MITGESTALTER > GESUNDHEIT & WOHLBEFINDEN
- > **GESUNDHEIT, SICHERHEIT & WOHLBEFINDEN**

NEUE STRATEGIE FÜR GESUNDHEIT, SICHERHEIT & WOHLBEFINDEN



Angesichts des Anstiegs an chronischen Erkrankungen und der Herausforderungen des demografischen Wandels haben wir im Berichtsjahr eine neue, ganzheitliche Strategie für Gesundheit, Sicherheit und Wohlbefinden entwickelt.

Nach unserer Definition ist Gesundheit mehr als die Abwesenheit von Krankheit. Vielmehr schließt der Begriff Gesundheit sowohl physische als auch psychische und soziale Aspekte ein. Bei der Realisierung der neuen Strategie nutzen wir mehrere Hebel. Wir setzen etablierte Elemente unserer Präventionsarbeit fort und führen neue Instrumente ein.

- > STARTSEITE > MITARBEITER & MITGESTALTER > GESUNDHEIT & WOHLBEFINDEN
- > GESUNDHEIT, SICHERHEIT & WOHLBEFINDEN > **BEWÄHRTE INSTRUMENTE WERDEN FORTGEFÜHRT**

BEWÄHRTE INSTRUMENTE WERDEN FORTGEFÜHRT

Zu den bewährten Instrumenten zählen die Arbeitskreise „Gesundheit“ und lokale Gesundheitszirkel, über die wir nahezu alle Mitarbeiter in Deutschland direkt – und indirekt auch ihre Familien – erreichen. Die Arbeitskreise setzen sich aus Führungskräften, Arbeitnehmern, Betriebsärzten, Fachkräften für Arbeitssicherheit, Sozialberatern und weiteren Fachleuten zusammen. Gemeinsam mit den Mitarbeitern analysieren diese Experten die Arbeitsplatzbedingungen vor Ort und wählen nach Bedarf aus einem Gesundheitsförderkatalog die jeweils passenden Maßnahmen aus. Über die Arbeitskreise initiieren wir jedes Jahr bis zu 40.000 gesundheitsfördernde Maßnahmen in den verschiedensten Bereichen. Dazu zählen Verbesserungen in der Arbeitsergonomie, Ernährungsberatung, Trainings zur Stressbewältigung und Sportprogramme. Auch leisten wir Aufklärungsarbeit bei den Themen Nikotin- und Alkoholsucht.

Internationale Gesundheitskampagnen

Im internationalen Raum sind wir ebenfalls aktiv und erreichen über Gesundheitskampagnen und Best-Practice-Initiativen der Gesundheitsförderung einen Großteil unserer Mitarbeiter. Einen Schwerpunkt neben den Programmen zur Vermeidung chronischer Erkrankungen bilden im internationalen Raum unsere Initiativen zur Vermeidung, Erkennung und Bekämpfung von Infektionskrankheiten wie Malaria, Influenza und Dengue-Fieber. Zusätzlich leisten wir Aufklärungsarbeit im Themenfeld der Aids-Prävention.

Engagement in gesundheitspolitischen Arbeitsgruppen

Darüber hinaus engagieren wir uns in übergreifenden gesundheitspolitischen Arbeitsgruppen, unter anderem der „Global Business Coalition Health“ und im Vorstand der Deutschen Gesellschaft für Arbeitsmedizin und Umweltmedizin e. V. In Netzwerken wie „Enterprise for Health“ vergleichen wir uns kontinuierlich mit anderen Unternehmen auf dem Gebiet der Gesundheitsförderung. Auf internationalen Konferenzen zum Thema Gesundheitsmanagement diskutieren wir mit Politikern, Gesundheitsexperten und Wissenschaftlern unseren gesellschaftlichen Beitrag zum Erhalt und zur Förderung der Gesundheit der Menschen.

DPDHL Corporate Health Awards

Ein erfolgskritischer Punkt im Gesundheitsmanagement ist die Motivation unserer Mitarbeiter. Um das Thema Gesundheit in unseren Geschäftseinheiten zu verankern, zeichnen wir seit sechs Jahren beispielhafte Gesundheitsprojekte im Konzern mit den DPDHL Corporate Health Awards aus.

Eine Auszeichnung des Jahres 2013 ging an DHL Express Frankreich für ein ganzheitliches Gesundheitsprogramm. Es enthält Maßnahmen der Arbeitsplatzgestaltung, zur Integration von Behinderung betroffener Mitarbeiter ebenso wie Maßnahmen der individuellen Gesundheitsförderung. Beispielsweise bieten wir für Mitarbeiter eines Hubs zu Beginn des Arbeitstages ein Aufwärmtraining an. Ziel des Übungsprogramms ist es, das Körperbewusstsein der Mitarbeiter zu verbessern. Darüber hinaus veranstalten wir Workshops. Sie haben das Ziel, das Wissen der Mitarbeiter über Aspekte der gesunden Ernährung und des gesunden Schlafs zu vergrößern und das Wohlbefinden der Beschäftigten zu verbessern. Am Ende ihres Arbeitstages erhalten Fahrer auf Wunsch eine fünfzehnminütige Entspannungsmassage durch einen Physiotherapeuten. Der Erfolg des Projekts spiegelt sich in verbesserten Ergebnissen in der Mitarbeiterbefragung wider.

Ebenfalls prämiert wurde ein Gesundheitsprojekt in einem Tiefkühlager für Lebensmittel von DHL

Supply Chain Großbritannien. Die Mitarbeiter schützen sich mit dicker Arbeitsbekleidung vor den Minusgraden im Kühllager. Trotz umfangreicher Gesundheitsfördermaßnahmen blieb das Thema Rückenbeschwerden ein Problem. Die Anforderung: Angesichts des herausfordernden Arbeitsumfeldes reichten theoretische Hebe- und Tragen-Schulungen nicht aus. Die Lösung: Den Mitarbeitern wurde, wissenschaftlich begleitet, ein technisches Gerät zur Verfügung gestellt, das ihnen gesundheitlich ungünstige Körperhaltungen rückmeldete. Der Krankenstand konnte dank dieser Maßnahme nahezu halbiert werden.

In Brasilien ist die Geburtenrate hoch, aber viele Arbeiterinnen haben keinen Zugang zu Vorsorgeuntersuchungen für werdende Mütter. Zusammen mit Gesundheitsämtern entwickelten wir bei DHL Supply Chain Brasilien ein „Healthy Pregnancy Program“. Mitarbeiterinnen von DHL können sich während ihrer Schwangerschaft beraten lassen und ärztliche Untersuchungen wahrnehmen. Die Zahl der Schwangerschaftskomplikationen ging daraufhin zurück.

- > [STARTSEITE](#) > [MITARBEITER & MITGESTALTER](#) > [GESUNDHEIT & WOHLBEFINDEN](#)
- > [GESUNDHEIT, SICHERHEIT & WOHLBEFINDEN](#) > **NEUE INITIATIVEN GESTARTET**

NEUE INITIATIVEN GESTARTET

Bei dem Projekt „Fit für mich“ können rund 1.500 Brief- und Verbundzusteller an vier Pilotstandorten in Berlin-Wilmersdorf, Wolfsburg, Rheine und Brandenburg ihre Fitness mit professioneller Unterstützung verbessern. Aufgrund des großen Zuspruchs wird die Gesundheitsinitiative verlängert und auf weitere Standorte ausgeweitet.

Gemeinsam mit dem Bundesministerium für Arbeit und Soziales und der Rheinisch-Westfälischen Technischen Hochschule (RWTH) Aachen hat Deutsche Post DHL ein webbasiertes Training zur Förderung der psychischen Gesundheit entwickelt. Es vermittelt Wissen zu Themen wie Stress und Ressourcen-Management und sensibilisiert die Führungskräfte für das Thema mentale Gesundheit. Zusätzlich beinhaltet das Lernprogramm Vorschläge, wie Führungskräfte sich selbst und ihre Mitarbeiter vor stressbedingter Überlastung schützen können.

- > [STARTSEITE](#) > [MITARBEITER & MITGESTALTER](#) > [GESUNDHEIT & WOHLBEFINDEN](#)
- > **AUSGEZEICHNETES GESUNDHEITSMANAGEMENT**

AUSGEZEICHNETES GESUNDHEITSMANAGEMENT

Das Gesundheitsmanagement von Deutsche Post DHL ist vielfach ausgezeichnet. Auch 2013 konnten wir zwei wichtige Preise erringen: den vom Handelsblatt, TÜV SÜD und EuPD Research Sustainable Management gemeinsam vergebenen „Corporate Health Award 2013“ in der Branchenkategorie Verkehr/Handel/Logistik und den „Deutschen Unternehmenspreis Gesundheit“ des Europäischen Netzwerks für betriebliche Gesundheitsförderung (European Network for Workplace Health Promotion) und des BKK Dachverbands. Letztere Auszeichnung erhalten Unternehmen und Organisationen mit einem vorbildlichen Gesundheitsmanagement, die ihre Aktivitäten nicht nur auf die individuellen Verhaltensweisen ausrichten, sondern auch Maßnahmen zur Optimierung der betrieblichen Rahmenbedingungen erfolgreich umsetzen und das betriebliche Gesundheitsmanagement als Bestandteil der Unternehmensstrategie betrachten.

- > STARTSEITE > MITARBEITER & MITGESTALTER > GESUNDHEIT & WOHLBEFINDEN
- > **DEN KRANKENSTAND NICHT LOSGELÖST BETRACHTEN**

„DEN KRANKENSTAND NICHT LOSGELÖST BETRACHTEN“

Herr Dr. Tautz, Herr Dr. Minten, das Gesundheitsmanagement von Deutsche Post DHL setzt stark auf Prävention. Gleichwohl ist der Krankenstand 2013 im Vergleich zum Vorjahr in Ländern wie Deutschland gestiegen. Wie erklären Sie sich das?

Dr. Andreas Tautz: Das hat mit dem demografischen Wandel in den Industrienationen im Allgemeinen und in Deutschland im Besonderen zu tun. Beispielsweise ist mehr als die Hälfte unserer Beschäftigten in Deutschland älter als 46 Jahre. Aus den Gesundheitswissenschaften wissen wir, dass ab diesem Alter chronische Erkrankungen, etwa Herz-Kreislaufkrankheiten oder Erkrankungen des Bewegungsapparates, signifikant zunehmen. Aber auch in den Schwellenländern kommen absehbare Risiken auf uns zu. Durch die sogenannte Globalisierung ungesunder Lebensstile sehen wir eine rapide Zunahme von Zivilisationserkrankungen. Krankheitsbilder, die aus Übergewicht entstehen, werden etwa in China in der Zukunft ein großes Problem, das zeichnet sich bereits heute ab.

Dr. Helmut Minten: Der Krankenstand ist sicher eine sehr wichtige Kennzahl, aber er sollte niemals losgelöst betrachtet werden. Es geht um Arbeitsfähigkeit im Beruf und nicht um An- und Abwesenheit. Wir haben nichts davon, wenn Mitarbeiter krank zur Arbeit kommen.

Sie meinen damit die Situation, dass sich erkältete Mitarbeiter zur Arbeit schleppen und die ganze Abteilung anstecken?

Dr. Helmut Minten: Dies ist ein anschauliches Beispiel, aber es geht hier eher um nicht ansteckende Krankheiten, auch psychische Erkrankungen. Es passiert ja etwas vorher, ehe sich ein Mitarbeiter wegen Rückenschmerzen oder einer Depression krankmeldet. Dieser Mitarbeiter war vielleicht schon Monate oder Jahre zuvor in seiner Leistungsfähigkeit eingeschränkt. Ein großer Teil unserer Aktivitäten im Bereich Gesundheit, Sicherheit und Wohlbefinden zielt darauf ab, dass wir die Menschen – Beschäftigte und Führungskräfte – sensibilisieren, sich gesundheitsförderlich zu verhalten. Und zwar in allen Facetten, begonnen mit der Verhinderung von Krankheiten, deren Früherkennung und der Verhinderung einer Krankheitsverschlimmerung. Dazu ist es nötig, im Gesundheitsmanagement neue Wege zu gehen, insbesondere über Kooperationen mit dem Gesundheitssektor.

Dr. Andreas Tautz : Als People Business und entsprechend unserem Auftrag als Logistikunternehmen – „Wir verbinden Menschen und verbessern ihre Lebensqualität“ – ist es für uns unerlässlich, in die Gesundheit und Leistungsfähigkeit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu investieren. Gesundheitsförderung und Prävention sind in unserem Gesundheitsmanagement nachhaltig aufgesetzte Prozesse, die sich aus zwei sich gegenseitig bedingenden Komponenten zusammensetzt: der Förderung des individuellen Gesundheitsverhaltens einerseits und der Bereitstellung gesundheitsförderlicher Rahmenbedingungen andererseits. Beides decken wir unter dem Dach unseres Unternehmensleitbilds „Respekt und Resultate“ mit unserer Strategie für Gesundheit, Sicherheit & Wohlbefinden ab. Arbeit ist ein grundsätzlich gesundheitsförderlicher Faktor. Es geht nicht um kurzfristige orientierte Krankenstandsreduzierung, sondern um die nachhaltige Förderung von Gesundheit, Leistungsfähigkeit und damit Produktivität.

Wie sehen Sie die Aufgabenverteilung zwischen staatlichen und betrieblichen Gesundheitssystemen?

Dr. Andreas Tautz: Die staatlichen Gesundheitssysteme stoßen überall auf der Welt an ihre Belastungsgrenzen. Daher sind für Institutionen wie die Weltgesundheitsorganisation oder das Weltwirtschaftsforum die Unternehmen die gesamtgesellschaftlich entscheidende Plattform für Prävention und Gesundheitsförderung. Durch unsere Strategie für Gesundheit, Sicherheit und Wohlbefinden und unsere Präventionsarbeit leisten wir einen Wertbeitrag für das Unternehmen und für die Gesellschaft, also den vielzitierten Shared Value.

Dr. Andreas Tautz und Dr. Helmut Minten arbeiten im Bereich Gesundheitsmanagement von Deutsche Post DHL, Dr. Andreas Tautz ist Chief Medical Officer.

> STARTSEITE > MITARBEITER & MITGESTALTER > MITARBEITERDIALOG

OFFENER & VERTRAUENSVOLLER DIALOG



Mit unseren Mitarbeitern pflegen wir einen offenen Dialog, der auf Respekt, Ehrlichkeit und gegenseitigem Vertrauen beruht. Wir informieren unsere Mitarbeiter aller Hierarchieebenen regelmäßig und zeitnah über wesentliche Entwicklungen und organisatorische Veränderungen im Konzern. Informationen an unsere Mitarbeiter verbreiten wir unverzüglich per E-Mail, Intra- oder Extranet und anschließend zusätzlich über unsere Mitarbeiterzeitschriften. Da viele Mitarbeiter im Betrieb keinen PC-Arbeitsplatz haben, sind unsere Führungskräfte gehalten, ihre Mitarbeiter in geeigneter Form, etwa in Betriebssitzungen und Teambesprechungen, über neue Entwicklungen im Unternehmen zu informieren.

Ein wichtiges Element in unserem Mitarbeiterdialog und eine wichtige Steuerungsgröße im Konzern ist unsere Mitarbeiterbefragung, zu der wir jährlich aufrufen. Besonders wichtig sind unter den abgefragten Themenkomplexen das Mitarbeiterengagement und der Themenbereich „Aktive Führung“.

Im Dialog mit unseren Mitarbeitern bieten wir ihnen die Möglichkeit, ihr Arbeitsumfeld und die Arbeitsprozesse mitzugestalten und erhalten auf diese Weise ihre Motivation und Einsatzbereitschaft und fördern ihre Identifikation mit dem Unternehmen.

- > [STARTSEITE](#) > [MITARBEITER & MITGESTALTER](#) > [MITARBEITERDIALOG](#)
- > [KONZERNWEITE MITARBEITERBEFRAGUNG ALS STEUERUNGSELEMENT](#)

KONZERNWEITE MITARBEITERBEFRAGUNG ALS STEUERUNGSELEMENT

Unsere jährliche Mitarbeiterbefragung ist eine wichtige Steuerungsgröße innerhalb des Konzerns. Sie dient uns als wichtiger Seismograph, um Stimmungen innerhalb des Unternehmens aufzufangen, frühzeitig einen eventuellen Handlungsbedarf zu erkennen und die richtigen Veränderungsschritte einzuleiten.

Diese Mitarbeiterbefragung findet seit dem Jahr 2009 konzernweit im jährlichen Zyklus statt. Dabei werden alle Mitarbeiter eingeladen, ihre Meinung zu äußern. Der Fragebogen umfasst 40 Fragen in elf Themenclustern.

Unter den abgefragten Themenkomplexen ist das Mitarbeiterengagement die wichtigste Kennzahl. Sie gibt uns darüber Aufschluss, wie nahe wir unserem Ziel sind, Arbeitgeber erster Wahl zu werden. Die Ergebnisse im Themenbereich „Aktive Führung“ sind für unsere Führungskräfte bonusrelevant. Anhand der Beteiligungsquote überprüfen wir die Repräsentativität der Ergebnisse.

Um eine Vergleichbarkeit der Ergebnisse zu ermöglichen, wurde der Aufbau der Befragung seit 2009 nur geringfügig angepasst. Die Zustimmungsqoten zu den abgefragten Kriterien steigen in der Langzeitbetrachtung kontinuierlich an, auch im Berichtsjahr zeigte sich auf Konzernebene in fast allen Themenbereichen eine Verbesserung gegenüber dem Vorjahr. Damit bestätigen unsere Mitarbeiter die Zufriedenheit mit ihrem Unternehmen. Wir gleichen unsere Ergebnisse der Mitarbeiterbefragung regelmäßig mit externen Normen ab und sehen uns im Vergleich auf einem guten Niveau.

- > [STARTSEITE](#) > [MITARBEITER & MITGESTALTER](#) > [MITARBEITERDIALOG](#)
- > [ERGEBNISSE DER MITARBEITERBEFRAGUNG](#)

AUSGEWÄHLTE ZUSTIMMUNGSQUOTEN MITARBEITERBEFRAGUNG (EOS)

In der folgenden Übersicht stellen wir die wesentlichsten Kennzahlen mit den Zustimmungswerten dar.

Ausgewählte Zustimmungswerte der Mitarbeiterbefragung

KPI		2011	2012	2013
Mitarbeiterengagement	%	71	72	72
Aktive Führung ¹	%	67	69	70
Strategie	%	70	72	73
Kommunikation	%	67	69	70
EOS-Folgemaßnahmen	%	59	60	61
Beteiligungsquote	%	80	80	77

¹ bonusrelevant für Führungskräfte

PWC GEPRÜFT

Diskussion im Team

Die Ergebnisse der Mitarbeiterbefragung werden nicht nur auf globaler Ebene ausgewertet. Vielmehr stellen wir die Ergebnisse den Unternehmensbereichen, Geschäftseinheiten und sogar einzelnen Abteilungen zur Verfügung. Voraussetzung ist eine Mindestteilnehmerzahl von sieben Mitarbeitern pro Organisationseinheit. Damit gewährleisten wir die Anonymität der Teilnehmer.

Um Verbesserungsmöglichkeiten zu identifizieren, werden die Ergebnisse der Befragung im Team diskutiert. Dazu haben wir ein spezielles Workshop-Format entwickelt, mit dem unsere Teams konkrete Verbesserungsmaßnahmen in ihrem direkten Arbeitsumfeld entwickeln und umsetzen können. Die Umsetzung erfolgt auf Basis einer Selbstverpflichtung zwischen Teammitgliedern und Führungskräften.

- > [STARTSEITE](#) > [MITARBEITER & MITGESTALTER](#) > [MITARBEITERDIALOG](#)
- > [FRAGEN AN DEN VORSTANDSVORSITZENDEN](#)

FRAGEN AN DEN VORSTANDSVORSITZENDEN

Für unseren Vorstandsvorsitzenden Frank Appel ist der offene Dialog mit den Mitarbeitern ein besonderes Anliegen. Er sieht sich in einer Vorbildfunktion für alle Führungskräfte und beantwortet persönlich alle Fragen der Mitarbeiter, die über das konzernweite Intranet oder Extranet in der Rubrik „Fragen an Frank Appel“ beinahe täglich an ihn gerichtet werden.

Die Anfragen werden von Mitarbeitern aus allen Regionen und aus allen Hierarchieebenen gestellt und reichen von Themen wie Kinderbetreuung bis hin zur Strategie des Unternehmens. Allein im Berichtsjahr wurden rund 550 Anfragen gestellt und beantwortet.

- > [STARTSEITE](#) > [MITARBEITER & MITGESTALTER](#) > [MITARBEITERDIALOG](#)
- > [U-KURVE BEI DER UNTERNEHMENSZUGEHÖRIGKEIT](#)

U-KURVE BEI DER UNTERNEHMENSZUGEHÖRIGKEIT

Die jährliche Mitarbeiterbefragung deckt neben der allgemeinen Stimmungslage auch interessante Nebenaspekte auf.

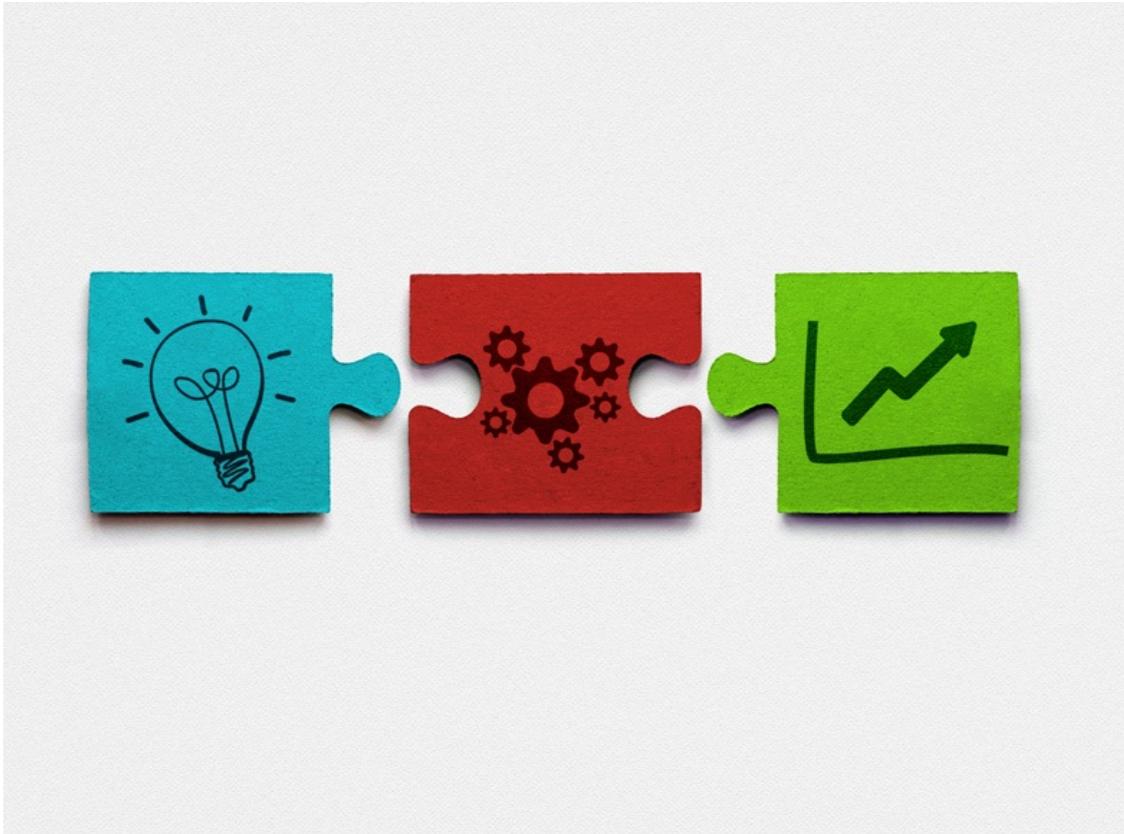
Beispielsweise sind die Zustimmungsqoten der Mitarbeiter in Asien und Lateinamerika besonders hoch. Die Personalfluktuationsstatistik weicht dort aber von den Ergebnissen der Mitarbeiterbefragung ab. In den Wachstumsregionen Asiens und Lateinamerikas sind die Mitarbeiter besonders wechselwillig. Dies gilt nicht nur für Deutsche Post DHL, sondern zeigt sich auch in Personalfluktuationsstatistiken anderer Unternehmen.

Die deutschen Kollegen beäugen und bewerten ihren Arbeitgeber im Vergleich zu anderen Ländern besonders kritisch. Führungskräfte sind sehr zufrieden mit ihrem Arbeitgeber und identifizieren sich stark mit dem Unternehmen.

Der Verlauf der Zufriedenheit in vielen sozialen Beziehungen folgt einer U-Kurve. Der anfängliche Reiz des Neuen weicht im Alltag der Gewöhnung und mit zunehmender Reife spielen Faktoren wie Beständigkeit und Verlässlichkeit eine größere Rolle. Dies spiegelt sich auch in unserer jährlichen Mitarbeiterbefragung wider. Sehr zufrieden sind Mitarbeiter, die neu im Unternehmen sind. In einer mittleren Phase der Betriebszugehörigkeit gehen die Zustimmungswerte zurück, um bei besonders lang gedienten Mitarbeitern wieder etwas anzusteigen.

> STARTSEITE > MITARBEITER & MITGESTALTER > IDEEN & INNOVATIONEN UNSERER MITARBEITER

IDEEN & INNOVATIONEN UNSERER MITARBEITER



Jedes Unternehmen braucht Innovationen, um sich weiterzuentwickeln. Am Anfang jeder Innovation steht eine Idee. Mit unserem Ideenmanagementsystem tragen wir die Ideen unserer Mitarbeiter zusammen und bieten ihnen eine Plattform zum Austausch. Schließlich sind es die Mitarbeiter, die unser Unternehmen am besten kennen. Wir ermuntern sie, bestehende Methoden und Arbeitsprozesse kritisch zu hinterfragen und vereinfachende, kostensparende und umweltschonendere Lösungen vorzuschlagen. Über unser Ideenmanagement bieten wir unseren kreativen Köpfen mit einem Prämiensystem sowohl finanzielle als auch nicht-monetäre Anreize wie Sachpreise, persönliches Lob und öffentliche Anerkennung.

Mit den umgesetzten Ideen verbessern wir unsere Leistung für den Kunden, motivieren unsere Mitarbeiter, verringern unsere Umweltauswirkungen und sparen Kosten. Damit hilft uns das Ideenmanagement, unsere Ziele der Konzernstrategie zu erreichen und erste Wahl als Anbieter, Arbeitgeber und Investment zu werden.

- > [STARTSEITE](#) > [MITARBEITER & MITGESTALTER](#) > [IDEEN & INNOVATIONEN UNSERER MITARBEITER](#)
- > [IDEENMANAGEMENT IN ZAHLEN](#)

INTERNATIONALISIERUNG SCHREITET VORAN

Auf unser Online-Ideenmanagement-Portal können Mitarbeiter in mittlerweile 37 Ländern zugreifen und das System in 19 Sprachen nutzen. Auf dem Portal können unsere Mitarbeiter nicht nur Ideen einreichen, sondern haben auch die Möglichkeit, sich länderübergreifend auszutauschen und gemeinsam an Ideen zu tüfteln. Mitarbeiter ohne Zugriff auf einen Computer am Arbeitsplatz können Ideen entweder über das Extranet einreichen, auf das sie über den privaten PC zugreifen können, oder sie nutzen dazu Meldekarten. Unser Ideenmanagementsystem berücksichtigt überdies kulturelle Besonderheiten und enthält Lösungen für Teamideen.

Durch geänderte Abläufe und Definitionen ist wie erwartet die Zahl der eingereichten Verbesserungsvorschläge zurückgegangen und zugleich die Qualität der Vorschläge deutlich gestiegen. Dies spiegelt sich in einer auf 85 Prozent gestiegenen Umsetzungsquote wider.

Ideenmanagement

		2011	2012	2013
Verbesserungsvorschläge	Stück	214.337	165.124	124.834 ¹
Angenommene Verbesserungsvorschläge	Stück	174.680	133.698	106.248
Umsetzungsquote	%	81,5 %	81,0 %	85,1 %

¹ Entschiedene Verbesserungsvorschläge gemäß angepasstem Reportingverfahren

PWC GEPRÜFT

Die folgenden Beispiele zeigen die enorme Bandbreite der umgesetzten Ideen.

- > [STARTSEITE](#) > [MITARBEITER & MITGESTALTER](#) > [IDEEN & INNOVATIONEN UNSERER MITARBEITER](#)
- > **PREISGEKRÖNTE IDEEN**

PREISGEKRÖNTE IDEEN

Clevere Softwareverteilung in Briefzentren

Roland Sperber und Marko Klingner, Mitarbeiter in der Instandhaltung Produktionstechnik Brief, führten in der Softwareverteilung die so genannte Peer-to-Peer (P2P)-Technologie ein. Sollten die 82 Briefzentren früher eine neue Software bekommen, erhielt jedes einzelne den Datensatz per CD. Mithilfe der P2P-Technologie werden die Daten jetzt automatisch verteilt. Die Softwareverteilung dauert damit nur noch zwei Tage statt zehn – und bringt enorme Einsparungen: mehrere Hunderttausend Euro im ersten Umsetzungsjahr.

Ein Kehrgerät nach dem Prinzip Scheibenwischer

Das Terminal Worms von DHL Freight wurde bis 2013 mit angemieteten Kehrmaschinen gereinigt. Der Erfolg war mäßig, die rotierenden Besen der Trockenkehrmaschinen wirbelten mehr Schmutz und Staub auf, als sie beseitigten. Außerdem waren die Geräte störanfällig. Der Lagerist für Sondergeschäfte Michael Probst hatte dies satt. Er übertrug das Prinzip „Scheibenwischer“ auf ein Hallenkehrgerät. Dazu konstruierte er einen stabilen Metallaufsatz für seinen Stapler, die „Wischerblätter“ sind herkömmliche Antirutschmatten, wie sie jeder Lkw zur Ladungssicherung mit sich führt. Derzeit wird konzernweit der Bedarf an diesen Kehraufsätzen ermittelt, außerdem wird nach einem Produktionsstandort für die Kehrgeräte gesucht.

Schadensberichte ohne Papierkram

Kateřina Zrcková, Mitarbeiterin bei DHL Express Tschechien, hatte eine Idee für die Optimierung von Abläufen bei der Verteilung von Schadensberichten. Eignet sich ein Transportschaden, müssen viele Stellen informiert werden: der Kundenservice, damit Absender und Empfänger über den bedauerlichen Vorfall informiert werden, die Versicherungsabteilung, damit der Schaden schnell reguliert wird und das Qualitätsmanagement, damit dieses den Schaden auswertet und Maßnahmen zur künftigen Vermeidung trifft. Die Schadensberichte sind Papierbelege, die Verteilung ist daher langwierig und mit Aufwand und Kosten verbunden. Anstatt nun ein neues System zur Digitalisierung der Belege einzuführen, erinnerte sich Kateřina Zrcková an eine bestehende Applikation, mit der Frachtbriefe digitalisiert und verteilt werden. Diese „Zweckentfremdung“ spart immens Zeit und Geld – und bedarf keines neuen IT-Systems. Angesichts der hohen Tragweite im internationalen Raum ist das Verbesserungsprojekt noch nicht abgeschlossen.

In den Niederlanden spricht der Ventilator mit der Heizung

Bei DHL Supply Chain Niederlande hatte Judith de Rooij, Mitarbeiterin am Standort Bergen op Zoom 1, die Idee, Heizungs- und Belüftungssysteme in den Logistikzentren über eine intelligente Steuerung miteinander zu verbinden. Dadurch lassen sich die Hochregallager bis auf 0,1 ° C genau temperieren. Pro Lagerhalle werden damit mehr als 10.000 Euro an Heizungskosten im Jahr eingespart, die CO₂-Einsparung beträgt 55 Tonnen je Lagerstandort.

- > [STARTSEITE](#) > [MITARBEITER & MITGESTALTER](#) > [IDEEN & INNOVATIONEN UNSERER MITARBEITER](#)
- > **TEAMIDEEN UND SOZIALE AKZEPTANZ**

TEAMIDEEN & SOZIALE AKZEPTANZ

Das Ideenmanagement von Deutsche Post DHL folgt einem ausgeklügelten Prozess. Umgesetzte Ideen werden beispielsweise über ein Prämiensystem honoriert: Der Ideengeber erhält zehn Prozent der eingesparten Summe, die das Unternehmen im ersten Jahr der Umsetzung erzielt. Allerdings werden Ideen oftmals im Team entwickelt. Um Streit über die Verteilung der Prämie zu vermeiden, geben die Teams bereits bei der Einreichung an, welcher Mitarbeiter welchen prozentualen Anteil an der Idee hatte.

Oftmals stößt eine Idee einen größeren Managementprozess an. Verbesserungsvorschläge müssen von Fachabteilungen auf ihre Umsetzbarkeit geprüft werden. Durch das Ideenmanagement beteiligen wir die Ideengeber an den Prüfprozessen und geben ihnen Feedback über den Status ihres Projekts.

Ebenso berücksichtigt das Ideenmanagement kulturelle Unterschiede. In den meisten Ländern diskutieren die Ideengeber ihren Verbesserungsvorschlag in einem ersten Schritt mit ihrem direkten Vorgesetzten. In anderen Ländern sind es sogenannte Ideenmanager, die als neutrale Instanz den Verbesserungsvorschlag entgegennehmen und ihn von der Fachseite prüfen lassen.

> STARTSEITE > GRUNDLAGEN & LEITLINIEN

✔ PWC geprüfte Seite

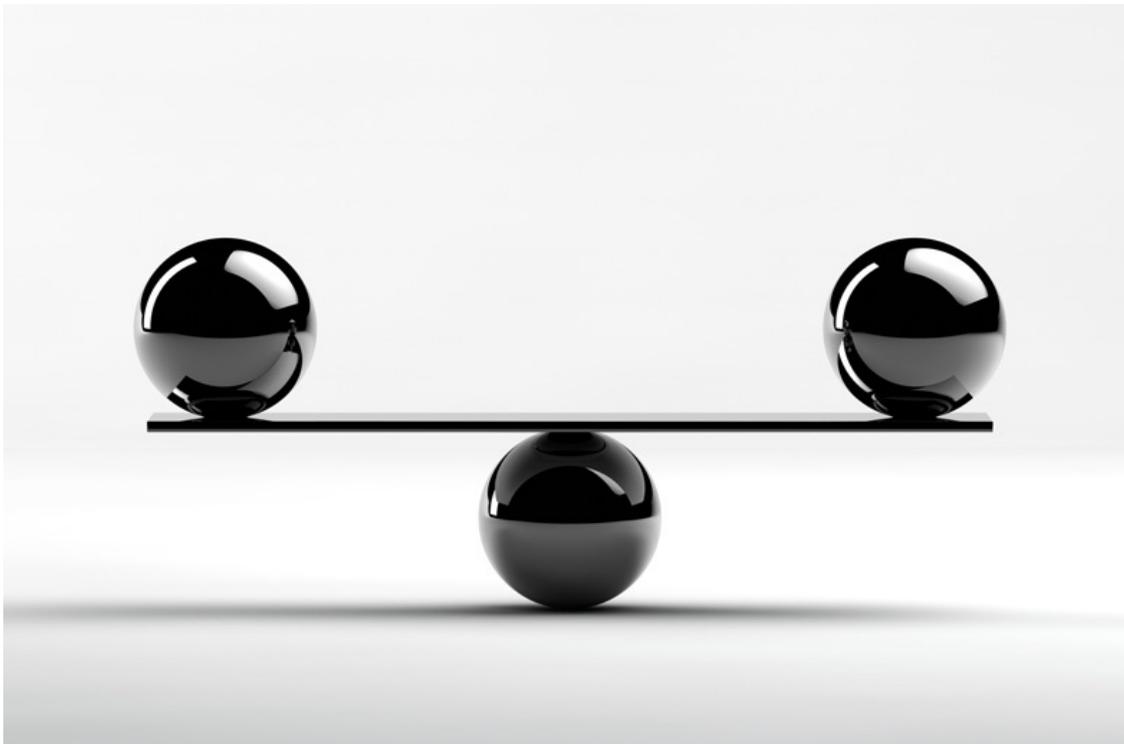


RESPONSIBLE BUSINESS: RISIKEN VERMEIDEN & CHANCEN NUTZEN

Verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln ist ein wichtiges Ziel unseres Konzerns. Unsere Konzernrichtlinien, insbesondere unser Verhaltenskodex (Code of Conduct), sind die Richtschnur für ethisch und ökologisch einwandfreies Handeln im Einklang mit geltenden Gesetzen und Normen. Die Richtlinien geben unseren Führungskräften und Mitarbeitern klare Orientierung und vermitteln ihnen unsere Wertmaßstäbe und Prinzipien.

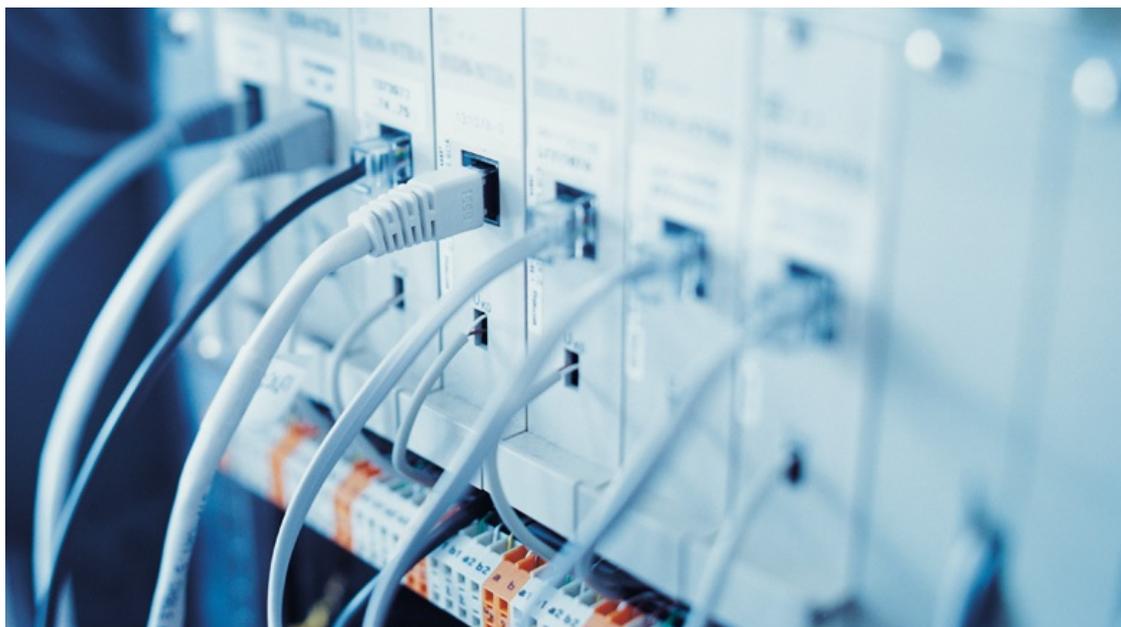
CHANCEN- & RISIKOMANAGEMENT: SZENARIENORIENTIERT & GANZHEITLICH

Als international tätiges Post- und Logistikunternehmen sind wir einer Reihe von Veränderungen ausgesetzt. Wir wollen die sich daraus ergebenden Chancen und Risiken früh erkennen sowie erforderliche Maßnahmen in den im Einzelnen betroffenen Bereichen rechtzeitig ergreifen, um so den Unternehmenswert nachhaltig zu steigern. Dieses Ziel erreichen wir mit einem konzernweiten Chancen- und Risikomanagement.



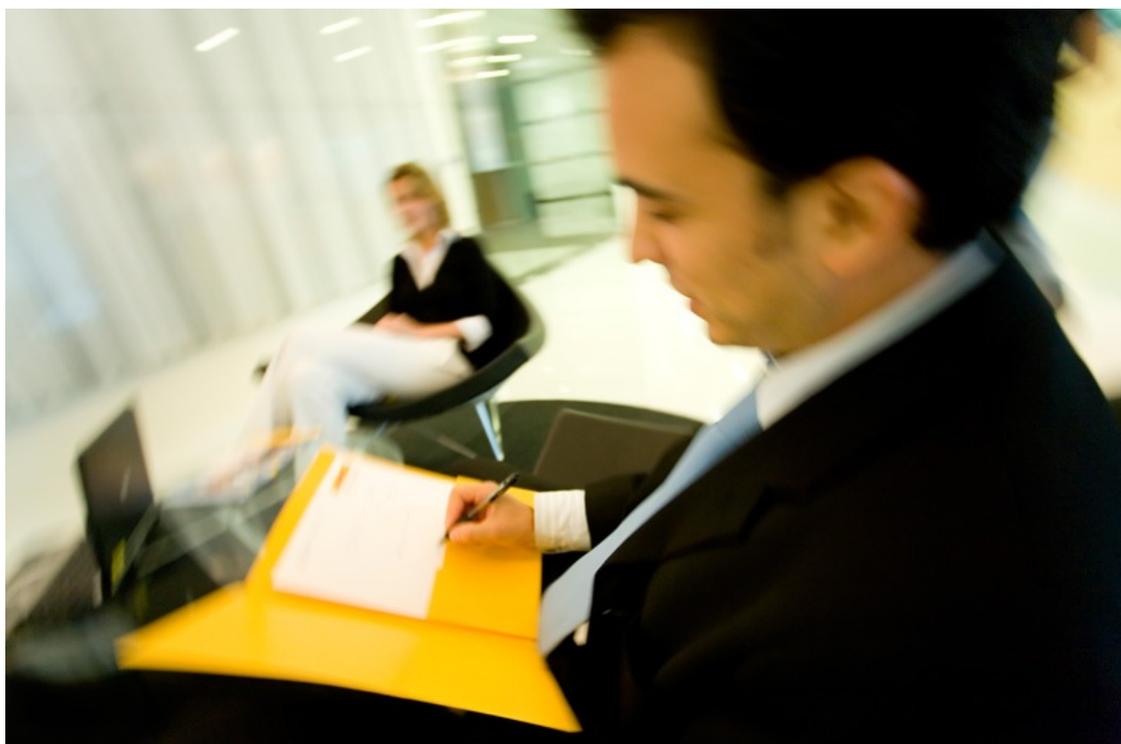
COMPLIANCE-MANAGEMENT: RECHTSKONFORM & WERTEORIENTIERT

In unserem Compliance-Management verfolgen wir einen werte- und zugleich risikoorientierten Ansatz. Compliance bei Deutsche Post DHL bedeutet, dass wir Rechtsvorschriften, Konzernrichtlinien (darunter insbesondere unseren Verhaltenskodex) und freiwillige messbare Selbstverpflichtungen, die der Konzern Dritten gegenüber abgibt, einhalten.



SYSTEMATISIERTER & INTERNATIONALER DATENSCHUTZ

Der Datenschutz ist uns ein Kernanliegen. Wie unsere 2013 durchgeführte Stakeholder-Befragung ergab, ist das Thema Datenschutz auch für unsere Anspruchsgruppen von außerordentlich hoher Bedeutung. Mit unserem Datenschutzmanagement werden wir diesen hohen Anforderungen unserer Stakeholder gerecht.



BESCHAFFUNG & LIEFERANTENMANAGEMENT: PREISBEWUSST & VERANTWORTUNGSVOLL EINKAUFEN

Wir denken über unsere Unternehmensgrenzen hinaus und fordern auch von unseren Lieferanten die Einhaltung unserer Umwelt- und Sozialstandards ein. Zugleich sind wir uns über die Folgewirkungen bewusst, die unsere Einkaufsentscheidungen auf der Seite unserer Lieferanten nach sich ziehen und streben eine partnerschaftliche Zusammenarbeit an.



MIT ARBEITNEHMER- VERTRETUNGEN ARBEITEN WIR OFFEN & KONSTRUKTIV ZUSAMMEN

Weltweit arbeiten wir mit unseren Mitarbeitern und ihren nach nationalen Gesetzen vertretungsberechtigten Repräsentanten auf vielfältige Art und Weise zusammen und führen mit ihnen einen konstruktiven Dialog. Damit tragen wir dazu bei, unsere beiden strategischen Ziele „bester Anbieter für unsere Kunden“ und „bester Arbeitgeber zu werden“ zu erreichen.

> STARTSEITE > GRUNDLAGEN & LEITLINIEN > RISIKEN VERMEIDEN & CHANCEN NUTZEN

✓ PWC geprüfte Seite

RISIKEN VERMEIDEN & CHANCEN NUTZEN



Verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln ist ein wichtiges Ziel unseres Konzerns. Unsere Konzernrichtlinien, insbesondere unser Verhaltenskodex (Code of Conduct), sind die Richtschnur für ethisch und ökologisch einwandfreies Handeln im Einklang mit geltenden Gesetzen und Normen. Die Richtlinien geben unseren Führungskräften und Mitarbeitern klare Orientierung und vermitteln ihnen unsere Wertmaßstäbe und Prinzipien.

Damit ermöglichen wir eine klare und zukunftsorientierte Steuerung des Unternehmens und tragen zur Minimierung von wirtschaftlichen, ökologischen und in sozialen Bereichen enthaltenen Risiken bei.

Die Umsetzung unserer Richtlinien steuern wir über definierte Managementprozesse und -systeme. Zugleich ist es unser Ziel, im Unternehmen ein Bewusstsein für gute Unternehmensführung zu schaffen und eine Kultur der Eigenverantwortung zu verankern.

Unsere wesentlichen Handlungsfelder für eine verantwortungsvolle Unternehmensführung sind daher Personalarbeit und Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Beziehungen, Gesundheitsmanagement und Sicherheit, Datenschutz, Beschaffung, Compliance, Umweltschutz und Corporate Citizenship. Der bislang informelle Austausch zwischen diesen Bereichen wurde in 2013 formalisiert und um divisionale Funktionen erweitert.

Das „Responsible Business Practice (RBP)“-Netzwerk hat die Aufgabe, den Austausch dieser übergreifenden Konzernfunktionen zu fördern und Lösungen für künftige Herausforderungen in diesen

Handlungsfeldern zu erarbeiten. So werden übergreifende CR-Themen in der RBP Working Group diskutiert und bei Bedarf dem RBP Council zur Entscheidung vorgestellt.

- > [STARTSEITE](#) > [GRUNDLAGEN & LEITLINIEN](#) > [UNSER VERHALTENSKODEX](#)
- > [GRUNDLAGE ALLER KONZERNRICHTLINIEN](#)

✓ PWC geprüfte Seite

GRUNDLAGE ALLER KONZERNRICHTLINIEN



Unser Verhaltenskodex enthält seit der letzten Überarbeitung in 2012 ein eigenes Kapitel, in dem wir uns ausdrücklich zur Achtung der Menschenrechte bekennen und Kinder- und Zwangsarbeit ablehnen. Darüber hinaus benennen wir darin die Vereinigungsfreiheit unserer Mitarbeiter. In der früheren Fassung hatten wir in diesem Zusammenhang auf die Einhaltung der Richtlinien der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) sowie des United Nation Global Compact verwiesen. Die Neufassung des Verhaltenskodex wurde im Berichtsjahr konzernweit kommuniziert. Der Kodex liegt in 21 Sprachversionen vor.

Unser Verhaltenskodex spiegelt unsere Verpflichtung zu verantwortungsbewusstem, ethisch einwandfreiem und rechtmäßigem Handeln wider. Mit seinen Regeln und Richtlinien gibt er allen Beschäftigten die für das tägliche Geschäft notwendige Orientierung und Handlungssicherheit. Unseren Kunden sowie Investoren zeigen wir damit, dass sie mit Deutsche Post DHL einen verlässlichen und integren Partner zur Seite haben.

Alle weiteren Konzernrichtlinien sowie regional gültige Richtlinien und Verhaltensanweisungen leiten sich aus unserem Verhaltenskodex ab.

Wesentliche Grundsätze und Konzernrichtlinien

Grundsätze	<ul style="list-style-type: none"> • Allgemeine Erklärung der Menschenrechte • UN Global Compact • Kernarbeitsnormen der internationalen Arbeitsorganisation • OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen
Konzernrichtlinien	<ul style="list-style-type: none"> • Verhaltenskodex (Code of Conduct) • Verhaltenskodex für Lieferanten • Antikorruptionsrichtlinie, Standards für Geschäftsethik, Wettbewerbsrichtlinie • Investitionsrichtlinie • Einkaufsrichtlinie, Umweltschutzrichtlinie, Papierrichtlinie • Datenschutzrichtlinie für internationale Datenübermittlungen • Gesundheitsrichtlinie • Kodex für die Sicherheit im Straßenverkehr • Entsprechungserklärung zum Corporate Governance Kodex

PWC GEPRÜFT

Unser Verhaltenskodex ist für unser Unternehmen von übergeordneter Bedeutung und als dauerhaft gültiges Regelwerk angelegt. Gleichwohl wird regelmäßig geprüft, inwieweit der Kodex den gesellschaftlichen Anforderungen und rechtlichen Rahmenbedingungen entspricht.

Stakeholder-Sicht & neuen Anforderungen begegnen

An der weiteren Ausgestaltung des Verhaltenskodex und der Verankerung der darin festgeschriebenen Werte im Konzern wirkt das Integrity Board mit. Das Gremium ist sowohl mit Führungskräften des Konzerns, darunter mit Angela Titzrath und Larry Rosen zwei Mitglieder des Konzernvorstands, als auch namhaften externen Persönlichkeiten besetzt. Sie beraten, wie wir im Vergleich mit anderen Unternehmen und vor dem Hintergrund geänderter politischer, gesellschaftlicher oder rechtlicher Anforderungen unsere Strategie sowie Prozesse gestalten können, und geben Empfehlungen ab.

> [STARTSEITE](#) > [GRUNDLAGEN & LEITLINIEN](#) > [UNSER VERHALTENSKODEX](#) > [SCHULUNG INTENSIVIERT](#)

✓ PWC geprüfte Seite

SCHULUNG INTENSIVIERT



Unsere Mitarbeiter können sich in Online-Seminaren mit den Inhalten des Verhaltenskodex vertraut machen. Diese Seminare stehen den Mitarbeitern in 21 Sprachversionen zur Verfügung. Die Schulungsunterlagen wurden im Berichtsjahr aufgrund der im Jahr 2012 erfolgten inhaltlichen Anpassung des Verhaltenskodex überarbeitet. Die aktualisierten Online-Seminare werden wir im Jahr 2014 konzernweit über unsere E-Learning-Plattform mylearningworld.net bereitstellen. Außerdem haben wir im Berichtsjahr einen verkürzten und vereinfachten Verhaltenskodex entwickelt. Diese Kurzversion dient ausschließlich zu Schulungszwecken; verbindlich ist allein die Vollversion.

> STARTSEITE > GRUNDLAGEN & LEITLINIEN > CHANCEN- & RISIKOMANAGEMENT

✓ PWC geprüfte Seite

SZENARIENORIENTIERT & GANZHEITLICH



Als international tätiges Post- und Logistikunternehmen sind wir einer Reihe von Veränderungen ausgesetzt. Wir wollen die sich daraus ergebenden Chancen und Risiken früh erkennen sowie erforderliche Maßnahmen in den im Einzelnen betroffenen Bereichen rechtzeitig ergreifen, um so den Unternehmenswert nachhaltig zu steigern. Dieses Ziel verfolgen wir mit einem konzernweiten Chancen- und Risikomanagement.

Quartalsweise schätzen unsere Führungskräfte die Auswirkungen künftiger Szenarien ein, bewerten die Chancen und Risiken für ihre Bereiche und stellen geplante sowie bereits ergriffene Maßnahmen dar. Die Abfrage und Freigabe erfolgt hierarchisch, sodass das Management unterschiedlicher Ebenen in den Ablauf eingebunden ist. Neu erkannte Chancen und Risiken können jederzeit auch ad hoc gemeldet werden.

Unser Chancen- und Risikomanagementsystem erfasst zum Beispiel Chancen und Risiken im Umweltmanagement, aus Rechtsverfahren oder im Personalbereich. Die Früherkennung und Auswertung möglicher Chancen und Risiken erfolgt über einheitliche Berichtsstandards. Die dabei eingesetzte IT-Anwendung entwickeln wir stetig weiter. Bei den Standardauswertungen nutzen wir darüber hinaus die Monte-Carlo-Simulation zur Chancen- und Risikoaggregation. Chancen und Risiken stellen wir im Geschäftsbericht 2013 dar.

Für das Erkennen nicht finanzieller Chancen und Risiken haben wir im Berichtsjahr das neue Responsible-Business-Practice-Netzwerk geschaffen. Darin entwickeln wir für übergreifende Themenfelder wie Personal, Datenschutz, Sicherheit & Gesundheit Sicherheit, Beschaffung, Compliance, Umwelt und Gesellschaft geeignete Maßnahmen, konkretisieren bei Bedarf Konzernrichtlinien und leiten Steuerungsgrößen ab.

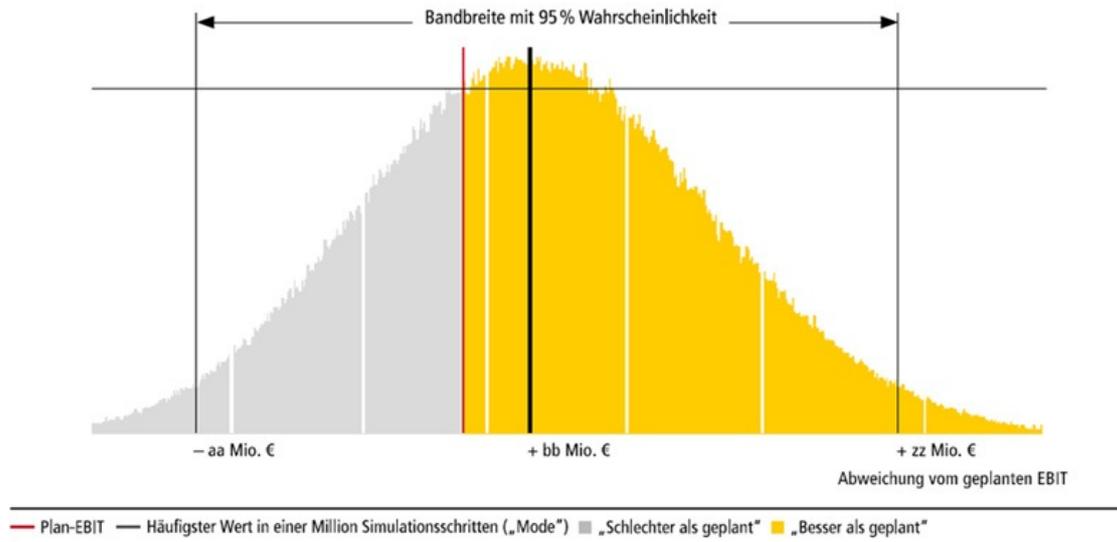
- > STARTSEITE > GRUNDLAGEN & LEITLINIEN > CHANCEN- & RISIKOMANAGEMENT
- > BEWERTUNG VON CHANCEN & RISIKEN

✓ PWC geprüfte Seite

BEWERTUNG VON CHANCEN & RISIKEN

Standardsimulation der Eintrittswahrscheinlichkeit von Risiken (Monte-Carlo-Simulation)

Häufigkeit des Eintritts
in einer Mio. Simulationsschritten (Häufigkeitsdichte)



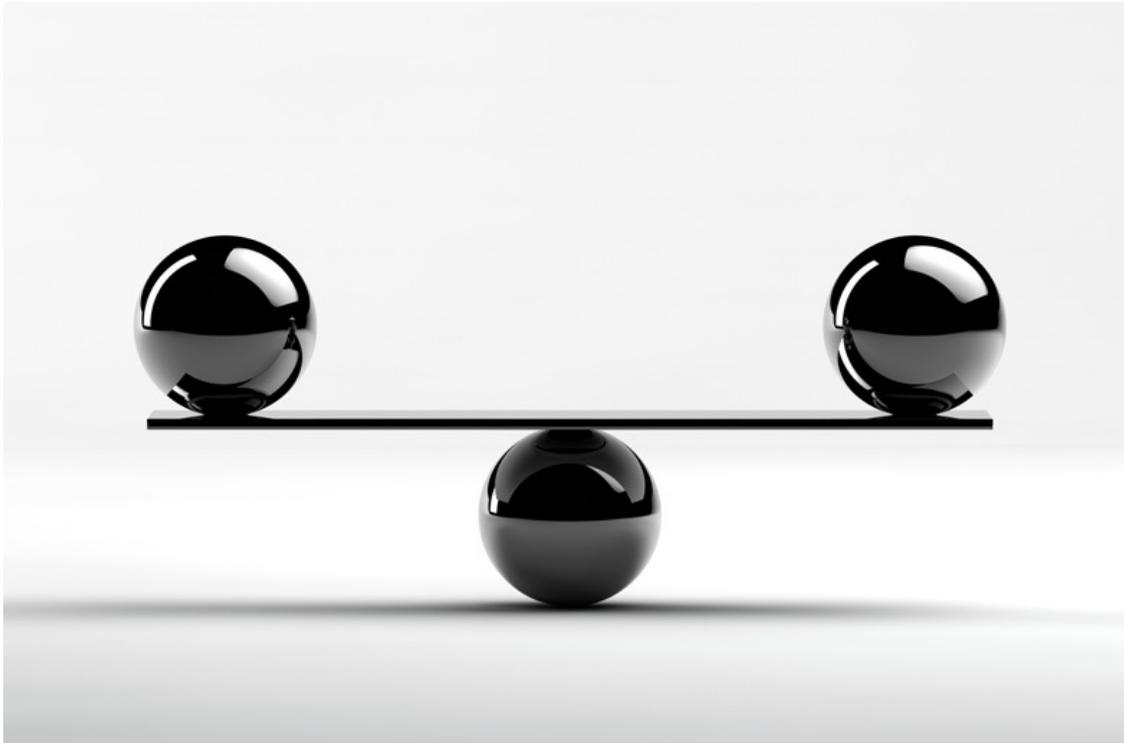
PWC GEPRÜFT

Die Monte-Carlo-Simulation berücksichtigt die Eintrittswahrscheinlichkeit der zugrunde liegenden Chancen und Risiken und basiert auf dem Gesetz der großen Zahlen. Aus den Verteilungsfunktionen der einzelnen Chancen und Risiken werden eine Million mal zufällig ausgewählte Szenarien – je Chance oder Risiko eins – miteinander kombiniert. Die Ergebnisgrafik zeigt die Häufigkeitsdichte der daraus resultierenden Gesamtergebnisse. Folgende Grafik zeigt beispielhaft ein Simulationsergebnis:

> STARTSEITE > GRUNDLAGEN & LEITLINIEN > COMPLIANCE-MANAGEMENT

✓ PWC geprüfte Seite

COMPLIANCE-MANAGEMENT: RECHTSKONFORM & WERTEORIENTIERT



In unserem Compliance-Management verfolgen wir einen werte- und zugleich risikoorientierten Ansatz. Compliance bei Deutsche Post DHL bedeutet, dass wir Rechtsvorschriften, Konzernrichtlinien (darunter insbesondere unseren Verhaltenskodex) und freiwillige messbare Selbstverpflichtungen, die der Konzern Dritten gegenüber abgibt, einhalten.

Compliance-Ziele

Unser Compliance-Management dient in seiner werteorientierten Ausrichtung dazu, dass wir uns richtig verhalten und unser Handlungsauftrag gesellschaftlich legitimiert ist. In der risikoorientierten Ausrichtung wollen wir durch das Compliance-Management finanzielle Nachteile und Reputationsschäden vermeiden, schützen Organmitglieder, Führungskräfte und Mitarbeiter vor persönlicher Haftung und vermeiden Wettbewerbsnachteile. Wir sind davon überzeugt, dass strikte Compliance einen umfassenden Beitrag für den geschäftlichen Erfolg unseres Unternehmens leistet.

Das Compliance-Management ist im Konzern weltweit verankert. Damit gelten die Compliance-Anforderungen auch für unsere Tochtergesellschaften, sofern es sich dabei um Mehrheits- oder kontrollierte Beteiligungen handelt. Darüber hinaus gelten unsere Compliance-Anforderungen für Geschäftspartner wie Lieferanten, Subunternehmer und andere Beauftragte.

Die besondere Bedeutung der Korruptionsprävention ist in der Konzern-Antikorruptionsrichtlinie festgeschrieben, die im Jahr 2009 eingeführt wurde. Damit erhalten unsere Mitarbeiter Handlungsvorgaben, die Situationen vermeiden, welche die Integrität des Verhaltens von Deutsche Post DHL infrage stellen können. Des Weiteren beinhaltet diese Richtlinie Regeln zur Überprüfung

unserer Geschäftspartner – einschließlich Subunternehmern, Joint-Venture-Partnern, Agenten und Beratern – sowie Regeln für Spenden des Konzerns und Zuwendungen an politische Parteien oder Regierungen.

- > [STARTSEITE](#) > [GRUNDLAGEN & LEITLINIEN](#) > [COMPLIANCE-MANAGEMENT](#)
- > [COMPLIANCE MIT SYSTEM MANAGEN](#)

 PWC geprüfte Seite

COMPLIANCE MIT SYSTEM MANAGEN

Für das Compliance-Management-System bei Deutsche Post DHL ist der Chief Compliance Officer verantwortlich, der direkt an den Finanzvorstand berichtet. Der Chief Compliance Officer wird in seinen Aufgaben vom Global Compliance Office unterstützt, das konzernweit Standards für das Compliance-Management entwickelt und die entsprechenden Aktivitäten der Unternehmensbereiche unterstützt. In jedem der vier operativen Unternehmensbereiche gibt es einen Compliance Officer, der lokal auf weitere Ressourcen zurückgreifen kann und regelmäßig an den divisionalen Konzernvorstand berichtet. Diese Inhalte fließen in den Bericht des Chief Compliance Officer an den Gesamtvorstand sowie an den Finanz- und Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats ein.

- > STARTSEITE > GRUNDLAGEN & LEITLINIEN > COMPLIANCE-MANAGEMENT
- > COMPLIANCE MIT SYSTEM MANAGEN > COMPLIANCE-PROGRAMM

✓ PWC geprüfte Seite

COMPLIANCE-PROGRAMM

Die Elemente des Compliance-Management-Systems



Zu den vordringlichsten Tätigkeitsbereichen im Compliance-Management zählt der Prozess zur Identifizierung möglicher Compliance-Risiken. Auf Grundlage der identifizierten Risiken werden Grundsätze und Maßnahmen erarbeitet und eingeführt, die risikominimierend wirken und damit der Prävention von Compliance-Verstößen dienen. Wesentliche Bausteine des Compliance-Programms sind die Bewertung von Geschäftspartnern im Hinblick auf Compliance, das Meldewesen für potenzielle Verstöße gegen Gesetze und Richtlinien, das Management von Richtlinien sowie die Entwicklung und Implementierung von Trainings- und Kommunikationsmaßnahmen.

Die Konzern-Antikorruptionsrichtlinie beinhaltet Regeln zur Überprüfung unserer Geschäftspartner, welche die Prozesse des Konzerneinkaufs entsprechend ergänzen.

- > [STARTSEITE](#) > [GRUNDLAGEN & LEITLINIEN](#) > [COMPLIANCE-MANAGEMENT](#)
- > [COMPLIANCE MIT SYSTEM MANAGEN](#) > **COMPLIANCE-KOMMUNIKATION UND KONTROLLE**

 PWC geprüfte Seite

COMPLIANCE-KOMMUNIKATION UND KONTROLLE

Mitarbeiter sowie Geschäftspartner werden über das Compliance-Programm informiert. Die Weitergabe von relevanten Informationen sowie das Sicherstellen, dass das Compliance-Programm – und damit die Aufgaben im Compliance-Management-System – verstanden werden, stehen bei der Compliance-Kommunikation im Vordergrund.

Prozesse und Richtlinien, die adäquat auf die relevanten Anforderungen von Deutsche Post DHL eingehen, sind vorhanden, werden sachgerecht kommuniziert und sind für alle betroffenen Mitarbeiter ohne Weiteres verfügbar. Interne Kontrollen berücksichtigen typische Prinzipien (Aufgabentrennung, Vieraugenprinzip, Grundsatz der erforderlichen Kenntnisaufnahme) und sind in bestehende Prozesse, Arbeitsabläufe und Systeme integriert.

Zielgruppen für Schulungen werden definiert und permanent überprüft. Adäquate Schulungsmaßnahmen werden durchgeführt.

Prüfungen, Überwachungen, Verbesserungen

Die Struktur der Compliance-Organisation sowie des Compliance-Programms ist auf die Anforderungen und Bedürfnisse des Konzerns abgestimmt. Zusätzliche Maßnahmen, um Compliance-Risiken zu vermeiden, werden aus den Ergebnissen der Compliance-Risikoanalyse sowie Compliance-Audits abgeleitet. Zudem werden Erkenntnisse aus gemeldeten Verstößen genutzt, um das Compliance-System laufend zu verbessern und weiterzuentwickeln sowie die Integrität und Nachhaltigkeit des Compliance-Programms zu gewährleisten.

Kontrolle durch Konzernrevision

Die Management-Prozesse innerhalb der Compliance-Organisation werden regelmäßig von der Konzernrevision geprüft.

Diese führt zudem jährlich rund 280 Regel-Audits in den operativen Unternehmensbereichen und teilweise bei Lieferanten durch. Zum Prüfkatalog gehören auch Compliance-Themen. Die Prüfungsergebnisse werden dokumentiert und dem Gesamtvorstand regelmäßig berichtet. Selbstverständlich werden sie auch dazu genutzt, um das Compliance-System laufend zu verbessern und weiterzuentwickeln und unsere Richtlinien bei Bedarf zu konkretisieren.

> STARTSEITE > GRUNDLAGEN & LEITLINIEN > COMPLIANCE-MANAGEMENT > MELDESYSTEME BEI VERSTÖSSEN

✓ PWC geprüfte Seite

VERSTÖSSE JEDERZEIT & VERTRAULICH MELDEN



Über unser konzernweites Compliance-Portal können sich die Mitarbeiter jederzeit über die zuständigen Ansprechpartner in der Compliance-Organisation informieren oder die Compliance-Hotline kontaktieren und direkt über das Portal Verstöße melden. Außerdem können sie dort die neuesten Informationen abrufen, die Richtlinien und dazu erstellte Informationsunterlagen einsehen.

Im Jahr 2013 haben wir das Meldewesen der Compliance-Hotline verbessert und ein einheitliches Serviceniveau geschaffen. Seit dem Jahr 2013 bieten wir einen mehrsprachigen Compliance-Hotline-Service an, der von einem externen Dienstleister zur Verfügung gestellt wird. Die Nutzung ist sowohl telefonisch als auch über ein webbasiertes System möglich. Dieser Service ist in circa 150 Ländern rund um die Uhr verfügbar. Compliance-Verstöße können unter Angabe des Namens oder, soweit rechtlich zulässig, anonym gemeldet werden. Die Meldungen werden professionell und vertraulich behandelt.

Gemeldete Verstöße werden entsprechend des Gegenstands und je nach Situation bearbeitet und aufgeklärt. Der Chief Compliance Officer nimmt relevante Verstöße in seinen Bericht an den Vorstand sowie an den Finanz- und Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats auf.

- > [STARTSEITE](#) > [GRUNDLAGEN & LEITLINIEN](#) > [COMPLIANCE-MANAGEMENT](#) > [MELDESYSTEME BEI VERSTÖSSEN](#)
- > [SCHULUNG ZUR ANTIKORRUPTIONSRICHTLINIE](#)

 PWC geprüfte Seite

SCHULUNGEN ZUR NEUEN ANTIKORRUPTIONSRICHTLINIE

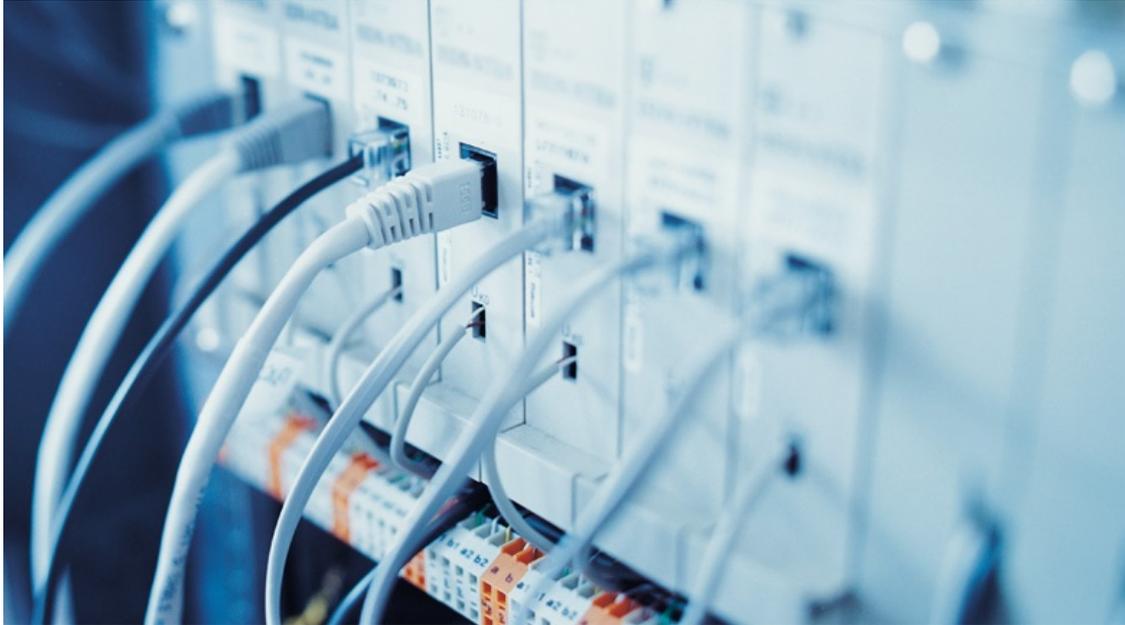
Im Jahr 2012 haben wir die Antikorruptionsrichtlinie überarbeitet und in der Neufassung den Kriterienkatalog erweitert, mit dem wir die Integrität potenzieller Geschäftspartner prüfen. Außerdem wurde ein verpflichtendes Prüfungsverfahren in die Richtlinie aufgenommen. Ausführlich berichten wir über die Due Diligence unserer Lieferanten im Kapitel [Einkauf und Lieferantenmanagement](#).

Darüber hinaus wurden die Online-Trainings für die Bereiche Korruptionsbekämpfung und Competitive Compliance überarbeitet. Die Schulungsunterlagen stehen den Mitarbeitern in 20 Sprachversionen zur Verfügung. 2012 haben wir ein Compliance-Portal im Intranet für die Mitarbeiter eingerichtet. Hier finden die Mitarbeiter alle relevanten Informationen zum Thema Compliance.

> [STARTSEITE](#) > [GRUNDLAGEN & LEITLINIEN](#) > [DATENSCHUTZ](#)

✓ PWC geprüfte Seite

SYSTEMATISIERTER & INTERNATIONALER DATENSCHUTZ



Der Datenschutz ist uns ein Kernanliegen. Wie unsere 2013 durchgeführte [Stakeholderbefragung](#) ergab, ist das Thema Datenschutz auch für unsere Anspruchsgruppen von außerordentlich hoher Bedeutung. Mit unserem Datenschutzmanagement wollen wir diesen hohen Anforderungen unserer Stakeholder gerecht werden.

Im Konzern speichern und bearbeiten wir eine Fülle von Daten. Darunter befinden sich personenbezogene Daten von Kunden, Mitarbeitern, Investoren und Geschäftspartnern. Beim Schutz dieser Daten spielen nicht nur [Compliance-Aspekte](#) eine Rolle, über die wir das Risiko rechtlicher Sanktionen vermindern und Reputationsverluste vermeiden. Vielmehr sind hohe Datenschutzstandards ein Teil des Markenkerns und des Wertschöpfungsansatzes von Deutsche Post DHL.

Als weltweit tätiges Unternehmen stehen wir vor der Notwendigkeit, unseren Geschäftseinheiten im Ausland den Austausch von bestimmten Daten zu ermöglichen. Die Entwicklung und Kontrolle international gültiger Datenschutzrichtlinien und -standards sind daher entscheidende Faktoren unserer Datenschutzpolitik.

In Deutschland ist die Wahrung des Post- und Briefgeheimnisses durch Artikel 10 des Grundgesetzes der Bundesrepublik Deutschland ein garantiertes Grundrecht und damit integraler Bestandteil unseres Auftrags im Unternehmensbereich BRIEF. Bei bestimmten Produkten und Dienstleistungen, etwa der [E-Post](#) oder Digitalisierungsdiensten, ist der Datenschutz ein integriertes Leistungsmerkmal.

> [STARTSEITE](#) > [GRUNDLAGEN & LEITLINIEN](#) > [DATENSCHUTZ](#) > [KONZERNWEITE DATENSCHUTZRICHTLINIE](#)

 PWC geprüfte Seite

KONZERNWEITE DATENSCHUTZRICHTLINIE

Das in uns gesetzte Vertrauen unserer Kunden, Mitarbeiter und Geschäftspartner gilt es zu bewahren und zu steigern. Mit der Konzerndatenschutzrichtlinie, in der wir die Grundsätze unserer Datenschutzpolitik sowie Kontrollmechanismen definiert haben, können wir gegenüber Kunden, Geschäftspartnern und Aufsichtsbehörden darstellen, welche datenschutzrechtlichen Standards weltweit im Konzern gelten. Zugleich unterstützen wir mit der Richtlinie unsere Führungskräfte und Mitarbeiter, die geltenden gesetzlichen Regelungen einzuhalten.

Die Datenschutzrichtlinie ist bereits im Jahr 2011 von den Datenschutz-Aufsichtsbehörden der Mitgliedsstaaten der Europäischen Union in einem offiziellen Anerkennungsverfahren geprüft und genehmigt worden. Damit ist es uns möglich, personenbezogene Daten auf einer abgesicherten und anerkannten Grundlage datenschutzkonform ins Ausland zu übermitteln.

> STARTSEITE > GRUNDLAGEN & LEITLINIEN > DATENSCHUTZ > **SCHULUNGSANGEBOT AUSGEBAUT**

 PWC geprüfte Seite

SCHULUNGSANGEBOT AUSGEBAUT

Um die Belange des Datenschutzes in die Managementprozesse der lokalen Geschäftseinheiten zu integrieren, unterstützen wir die Mitarbeiter und Führungskräfte auf vielfache Weise. Ein Handbuch zur Konzerndatenschutzrichtlinie gibt den Führungskräften detaillierte Erläuterungen zu den einzelnen Vorschriften und eine Übersicht über die wichtigsten Handlungsfelder bei der Wahrnehmung ihrer Verantwortung. In unserem webbasierten Trainingsportal „mylearningworld.net“ steht für Führungskräfte ein Online-Training zur Richtlinie bereit, in dem Regelungsumfang und -ziele behandelt werden.

In der Vergangenheit waren die Trainings freiwillig, zukünftig werden diese Schulungen für Führungskräfte verpflichtend. Außerdem wurden 2013 weitere Sprachversionen des webbasierten Datenschutztrainings entwickelt.

Überdies bieten wir Online-Trainings zu weiteren Datenschutzthemen an, etwa zum Personaldatenschutz und Kundendatenschutz. Diese Trainings und Schulungen richten sich nicht allein an Führungskräfte, sondern können von allen Mitarbeitern wahrgenommen werden.

> [STARTSEITE](#) > [GRUNDLAGEN & LEITLINIEN](#) > [DATENSCHUTZ](#) > [KONTROLLPROZESSE FÜR INTERNATIONALE IT](#)

✓ PWC geprüfte Seite

STANDARDISIERTE KONTROLLPROZESSE FÜR INTERNATIONALE IT-APPLIKATIONEN



Im Berichtsjahr haben wir die Prozesse zur Kontrolle des Datenschutzes bei globalen IT-Anwendungen verbessert. Dafür wurde ein einheitliches Template entwickelt, mit dem wir global eingesetzte IT-Applikationen erfassen und dokumentieren. Die „Data Protection Registry“ dient als Grundlage für unsere datenschutzrechtlichen Bewertungen auf der Basis geltenden Landesrechts im Rahmen der Folgenabschätzung, dem „Privacy Impact Assessment“. Derzeit testen wir den neu gestalteten Kontrollprozess in verschiedenen Bereichen.

- > STARTSEITE > GRUNDLAGEN & LEITLINIEN > DATENSCHUTZ > KONTROLLPROZESSE FÜR INTERNATIONALE IT
- > EIN WELTWEIT EINHEITLICHES DATENSCHUTZGESETZ GIBT ES NICHT

„EIN WELTWEIT EINHEITLICHES DATENSCHUTZGESETZ GIBT ES NICHT“

Frau Krader, welches Datenschutzverständnis hat Deutsche Post DHL?

Gabriela Krader: Schon aus der Tradition heraus ein sehr hohes. Wir sind das Postunternehmen für Deutschland, die Wahrung des Post- und Briefgeheimnisses ist im Grundgesetz der Bundesrepublik Deutschland festgeschrieben. Beim Thema Datenschutz sind wir seit jeher hochgradig sensibilisiert. Das gilt nicht nur für unsere klassischen Briefdienstleistungen, sondern ebenso für unsere digitalen Angebote wie die E-Post. Auch international verfolgen wir hohe Standards. Als multinationales Unternehmen sind wir im internationalen Datenverkehr besonders gefordert.

Worin besteht die Herausforderung?

Gabriela Krader: Eine Schwierigkeit besteht in der Erfüllung der zum Teil sehr unterschiedlichen gesetzlichen Vorgaben in aller Welt. Ein weltweit einheitliches Datenschutzgesetz gibt es nicht. Allein in Deutschland gibt es etliche Gesetze und Verordnungen, Aussagen, Vorgaben und Vorschriften zum Datenschutz. In den USA, so heißt es oft, würde der Datenschutz laxer als in Deutschland gehandhabt. Dem ist aber ganz und gar nicht so. Vielmehr ist der Ansatz dort nur anders, der Datenschutz ist dort stark sektorspezifisch ausgerichtet. Hinzu kommt, dass sich die Gesetzeslage in vielen Ländern ändert und die Rechtsprechung und Aufsichtsbehörden in den Ländern ständig neue Anforderungen stellen.

Wie kommen Sie mit dieser Flut an Einzelschriften und den Veränderungen zurecht?

Gabriela Krader: Zur Unterstützung unserer Geschäftsbereiche setzen wir zunächst einmal auf umfangreiche und frühzeitige Beratung. Damit der Beratungsbedarf erkannt wird, führen wir laufend Initiativen zur Awareness-Steigerung für Datenschutzfragen durch. Und wo es sein muss, kontrollieren wir natürlich auch die Einhaltung von Vorgaben und gehen Beschwerden oder Anfragen intensiv nach.

Das klingt nach viel Arbeit ...

Gabriela Krader: Das stimmt, aber wir haben in vielen Bereichen standardisierte Prozesse entwickelt. Das macht die Prüfung einfacher und verlässlicher.

Wie setzen Sie Ihre Standards in den Ländern um?

Gabriela Krader: Unsere Konzerndatenschutzrichtlinie bildet den wesentlichen Rahmen für alle erforderlichen Maßnahmen. Über den zurzeit laufenden Prozess, von den Geschäftsführungen unserer Konzerngesellschaften eine aktive Erklärung zur Einhaltung der Richtlinie einzuholen, steigern wir die Aufmerksamkeit für den Datenschutz und etablieren klare Verantwortlichkeiten. Gleichzeitig können wir mithilfe der Richtlinie gegenüber Kunden, Geschäftspartnern und Aufsichtsbehörden darstellen, welche datenschutzrechtlichen Standards weltweit bei uns gelten.

Gabriela Krader ist die Konzerndatenschutzbeauftragte.

> [STARTSEITE](#) > [GRUNDLAGEN & LEITLINIEN](#) > [BESCHAFFUNG & LIEFERANTENMANAGEMENT](#)

✓ PWC geprüfte Seite

BESCHAFFUNG & LIEFERANTENMANAGEMENT: PREISBEWUSST & VERANTWORTUNGSVOLL EINKAUFEN



Wir denken über unsere Unternehmensgrenzen hinaus und fordern auch von unseren Lieferanten die Einhaltung unserer Umwelt- und Sozialstandards ein. Zugleich sind wir uns über die Folgewirkungen bewusst, die unsere Einkaufsentscheidungen auf der Seite unserer Lieferanten nach sich ziehen und streben eine partnerschaftliche Zusammenarbeit an.

Operativ unterstützt der Konzerneinkauf die Unternehmensbereiche dabei, im Einklang mit unseren Konzernrichtlinien Güter und Dienstleistungen von hoher Qualität zu beschaffen, die Ausgaben zu senken, Investitionen kosteneffizient zu tätigen und dabei Umweltaspekte zu berücksichtigen.

- > [STARTSEITE](#) > [GRUNDLAGEN & LEITLINIEN](#) > [BESCHAFFUNG & LIEFERANTENMANAGEMENT](#)
- > **[EINHEITLICHE REGELUNGEN FÜR DEN KONZERN](#)**

✓ PWC geprüfte Seite

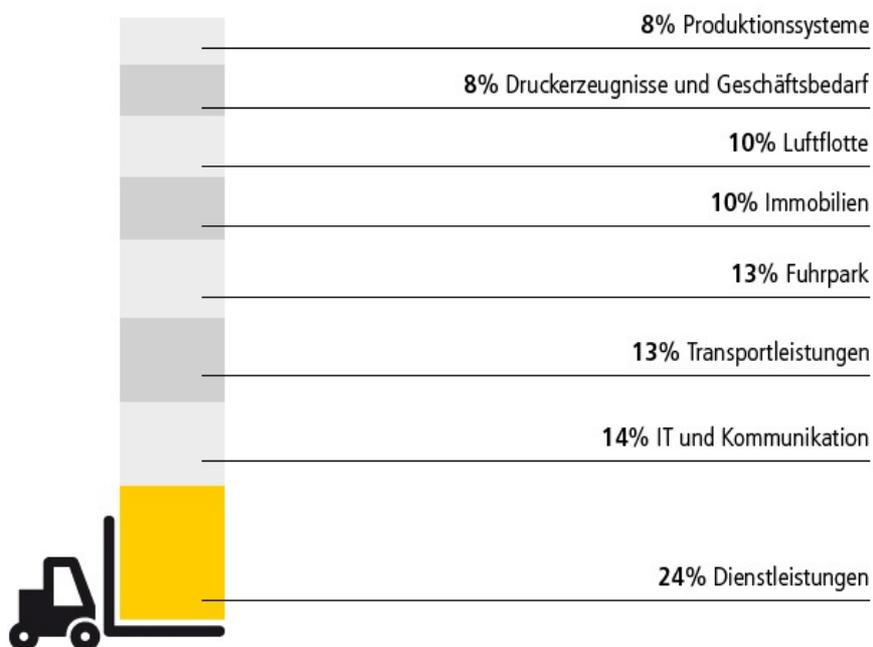
EINHEITLICHE REGELUNGEN FÜR DEN KONZERN

Der Konzerneinkauf wird zentral gesteuert. Unabhängig davon, an welcher Stelle im Konzern der Bestellvorgang ausgelöst wird, gelten konzernweit identische Regelungen.

Transportdienstleistungen kaufen wir sowohl zentral wie auch dezentral ein, wobei auf den dezentralen Einkauf rund 90 Prozent unseres eingekauften Transportvolumens entfallen. Dabei werden verstärkt Transportdienstleister mit Umwelt- und Sozialstandards berücksichtigt.

Beschaffungsausgaben 2013

Volumen: 9,4 Mrd. €



PWC GEPRÜFT

- > [STARTSEITE](#) > [GRUNDLAGEN & LEITLINIEN](#) > [BESCHAFFUNG & LIEFERANTENMANAGEMENT](#)
- > **VERHALTENSKODEX FÜR LIEFERANTEN**

 PWC geprüfte Seite

VERHALTENSKODEX FÜR LIEFERANTEN

Ein wesentlicher Bestandteil der Verträge mit unseren Lieferanten ist der Verhaltenskodex für Lieferanten. Im Kodex sind die ethischen und ökologischen Standards des Konzerns festgelegt. Explizit umfasst dies unter anderem ein Verbot von Kinder- und Zwangsarbeit sowie die Wahrung der allgemeinen Menschenrechte. Außerdem verpflichtet sich der Lieferant dazu, geltende Umwelt-, Arbeits- und Gesundheitsschutzbestimmungen, die in international gültigen Antikorruptionsstandards aus dem „Global Compact“ der Vereinten Nationen und in lokalen Antikorruptions- und Bestechungsgesetzen festgelegt sind, einzuhalten sowie jegliche Diskriminierung aufgrund von Rasse, Religion, Behinderung, Alter, sexueller Orientierung oder Geschlecht zu unterlassen.

Treten Zweifel daran auf, dass ein Lieferant die Bestimmungen des Kodex einhält, gehen wir dem nach und führen eine Einzelprüfung durch. Unabhängig von Verdachtsmomenten werden auf Stichprobenbasis ausgewählte Lieferanten überprüft. Die Auswahl richtet sich nach der wirtschaftlichen Bedeutung des Lieferanten und einer Risikoeinschätzung.

Neue Regelungen in der Prüfung von Lieferanten

Unsere Lieferanten wählen wir in einem mehrstufigen Ausschreibungsverfahren aus. Darin berücksichtigen wir kaufmännische und qualitative Kriterien ebenso wie ökologische und ethische Aspekte.

Im Berichtsjahr haben wir eine neue Direktive für die Prüfung neuer Lieferanten und die Überprüfung bestehender Geschäftsbeziehungen entwickelt und umgesetzt. Je nach Intensität und Volumen der geplanten oder bereits realisierten Zusammenarbeit hat der Lieferant darin nach einem standardisierten Verfahren verschiedene Angaben darüber zu machen, auf welche Weise seine Leistung zustande kommt. Damit vergrößern wir die Transparenz über unsere Lieferanten und können Risiken schneller identifizieren.

Außerdem haben wir in Zusammenarbeit mit der Konzernsicherheit Expertenworkshops für unsere Einkäufer entwickelt und erfolgreich pilotiert. Ziel der Workshops ist es, die Einkäufer wiederholt dafür zu sensibilisieren, Standards einzuhalten und Konfliktsituationen richtliniengerecht zu bewältigen. Mit dem weltweiten Rollout der Workshops wird im Lauf des Jahres 2014 begonnen.

Verlässlicher Partner unserer Lieferanten

Unsere Lieferanten verstehen wir nicht allein als Zulieferer der Güter unseres Bedarfs oder als Transportdienstleister, sondern auch als Ideenpool für Verbesserungen in unserem Unternehmen. Wir streben daher den engen Austausch mit unseren Lieferanten an und respektieren ihre Leistungen. Haben Lieferanten Schwierigkeiten, unsere Anforderungen zu erfüllen, zeigen wir ihnen Wege und Maßnahmen auf, wie sie ihre Standards verbessern können.

Besonders eng arbeiten wir mit Lieferanten zusammen, die über besondere Kompetenzen verfügen, die für unser derzeitiges oder zukünftiges Geschäft von hoher Bedeutung sind. Dazu zählen unter anderem Innovationsträger aus dem Bereich grüner Technologien und IT. Mit diesen Partnern tauschen wir uns regelmäßig über ihre und unsere Entwicklungen aus und arbeiten in gemeinsamen Projekten zu Innovationen und neuen Geschäftsmodellen zusammen. Um die strategische Bedeutung unserer Partner schneller zu erkennen, haben wir im Berichtsjahr einige Bewertungsverfahren für unsere Lieferanten verbessert.

- > [STARTSEITE](#) > [GRUNDLAGEN & LEITLINIEN](#) > [BESCHAFFUNG & LIEFERANTENMANAGEMENT](#)
- > [UMWELTSCHUTZ IM EINKAUF](#)

 PWC geprüfte Seite

UMWELTSCHUTZ FÄNGT BEIM EINKAUF AN

Umweltaspekte spielen beim Einkauf von Produkten und Dienstleistungen eine große Rolle. So ist in der Konzerninvestitionsrichtlinie festgelegt, dass wir bei der Ersatzbeschaffung grundsätzlich kein Produkt mehr nachkaufen, wenn es nicht energieeffizienter ist als sein Vorgängermodell, oder zumindest andere Umweltvorteile aufweist. Dies gilt insbesondere für unsere Flugzeug- und Fahrzeugflotten. Ausnahmen sind nur in sehr begrenztem Ausmaß möglich und müssen bei jeder Investitionsentscheidung transparent gemacht und von den für die Entscheidung zuständigen Gremien genehmigt werden.

In der [Konzernpapierrichtlinie](#) bekennen wir uns zu den Grundsätzen der nachhaltigen Forstwirtschaft. Die Konzernpapierrichtlinie regelt, dass bei der Beschaffung von Papier sowie beim Einkauf von Dienstleistungen zur Beschaffung von Papier grundsätzlich Recyclingpapier ausgewählt werden muss.

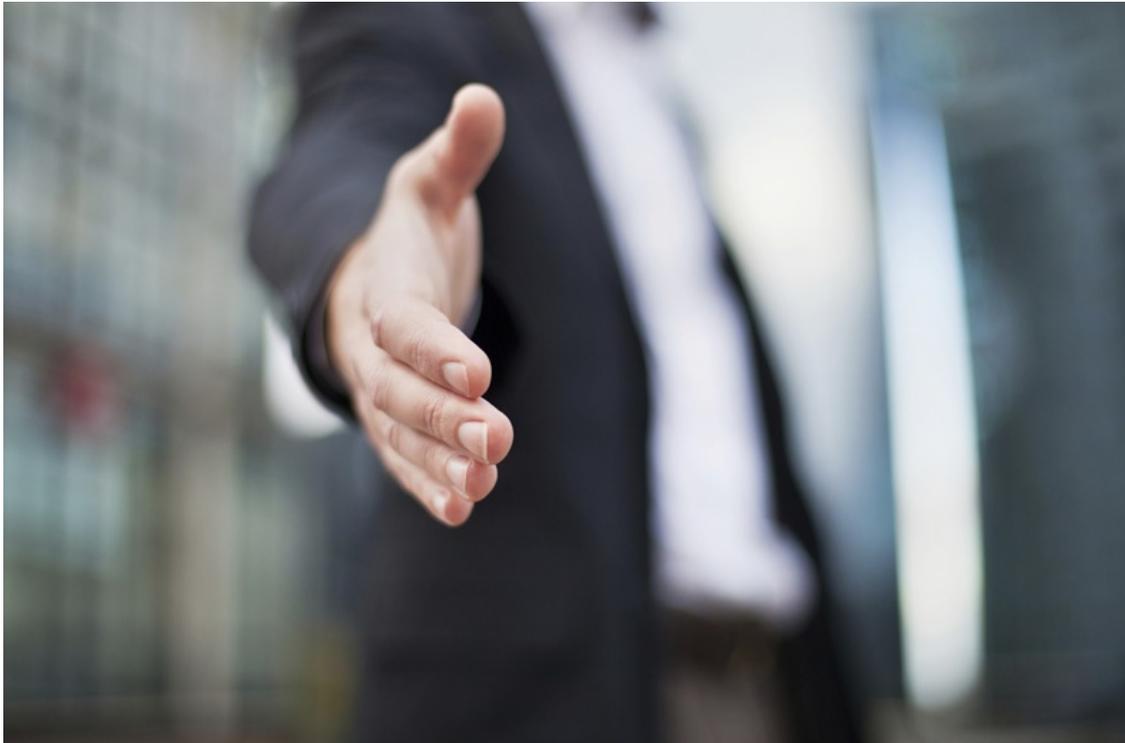
Nachhaltigkeits- und Innovationsprojekte 2013

Im Jahr 2013 war der Konzerneinkauf an mehreren Nachhaltigkeits- und Innovationsprojekten beteiligt. Dazu zählt insbesondere die Umstellung weiterer Geschäftseinheiten in den USA, Frankreich, Spanien, Portugal, Ungarn und Polen von „grauem Strom“ aus nicht erneuerbaren Quellen auf „grünen Strom“ aus regenerativen Quellen. Die Herausforderung für den Einkauf bestand hierbei vor allem darin, den grünen Strom in Ländern mit wenig Erfahrung mit grünem Strom in der geforderten Qualität entsprechend der Konzernumweltrichtlinien und der nötigen Menge zu beschaffen. Überdies begleitete der Einkauf maßgeblich die Erneuerung unserer Flugzeug- und Straßenverkehrsflotten. Außerdem hat der Einkauf die Unternehmensbereiche beim Kauf von Fahrzeugen mit alternativen Antrieben unterstützt und die Entwicklung des [StreetScooters](#), eines elektrisch betriebenen Zustellfahrzeugs, begleitet. In Zusammenarbeit mit unserem Immobilienbereich war der Einkauf bei mehreren Vorhaben beteiligt, mit denen wir den Energieverbrauch durch Heizung und Beleuchtung verringern wollen, u. a. beim Test der sogenannten [Smartmeter](#).

> STARTSEITE > GRUNDLAGEN & LEITLINIEN > **ARBEITNEHMERVERTRETER**

✓ PWC geprüfte Seite

MIT ARBEITNEHMERVERTRETUNGEN ARBEITEN WIR OFFEN & KONSTRUKTIV ZUSAMMEN



Weltweit arbeiten wir mit unseren Mitarbeitern und ihren nach nationalen Gesetzen vertretungsberechtigten Repräsentanten auf vielfältige Art und Weise zusammen und führen mit ihnen einen konstruktiven Dialog. Damit tragen wir dazu bei, unsere beiden strategischen Ziele zu erreichen, „Anbieter erster Wahl“ für unsere Kunden und „Arbeitgeber erster Wahl“ zu werden.

Die Mehrzahl unserer Beschäftigten weltweit wird durch Gremien, wie zum Beispiel durch Arbeitnehmerschüsse, Betriebsräte, oder Gewerkschaften vertreten, oder unterfällt Tarifverträgen. In Deutschland, wo wir 42 Prozent unserer Mitarbeiter beschäftigen, arbeiten wir in allen Bereichen, in denen sich Betriebsräte gebildet haben, mit den Arbeitnehmervertretungen zusammen. Auch unser Aufsichtsrat ist zur Hälfte mit gewählten Arbeitnehmervertretern besetzt. Auf globaler Ebene tauschen wir uns mit den internationalen Gewerkschaftsbündnissen UNI Global Union (UNI) und International Transport Workers' Federation (ITF) aus.

- > STARTSEITE > GRUNDLAGEN & LEITLINIEN > ARBEITNEHMERVERTRETER
- > **ARBEITGEBER-ARBEITNEHMERBEZIEHUNGEN & MENSCHENRECHTE**

 PWC geprüfte Seite

ARBEITGEBER-ARBEITNEHMERBEZIEHUNGEN & MENSCHENRECHTE

Unser Verhaltenskodex als wichtigste Konzernrichtlinie beinhaltet seit der letzten Revision im Jahr 2012 ein eigenes Kapitel, in dem wir uns zur Achtung der Menschenrechte bekennen und die Vereinigungsfreiheit benennen.

Zitat aus dem Verhaltenskodex Deutsche Post DHL

„Jeder unserer Beschäftigten hat die freie Entscheidung, ohne Bedrohung und Einschüchterung einer Gewerkschaft/Arbeitnehmervertretung seiner Wahl beizutreten oder dies nicht zu tun. Wir erkennen an und respektieren das Recht, im Rahmen der geltenden Gesetze Tarifverhandlungen zu führen.“

Um sicherzustellen, dass unser Verhaltenskodex von unseren Konzerngesellschaften weltweit umgesetzt wird, haben wir im Jahr 2013 verschiedene Maßnahmen ergriffen. Insbesondere wurde ein Prozess zur Begutachtung entwickelt, den wir in vier Schwellenländern im Rahmen eines Pilotprojektes umgesetzt haben. Lokale Richtlinien und Prozesse wurden dabei betrachtet und Interviews mit Führungskräften und Mitarbeitern in den verschiedenen Divisionen des Konzerns geführt. Dies diente dazu, die Führungskräfte für Arbeitnehmer-Arbeitgeberbeziehungen und die Achtung der Menschenrechte zu sensibilisieren. Die Steuerung dieses Prozesses erfolgt auf zentraler Ebene. Die konkreten Maßnahmenpläne wurden auf lokaler Ebene entwickelt. Für das Jahr 2014 planen wir, das Pilotverfahren auf sechs weitere Länder in Wachstumsmärkten auszuweiten.

Darüber hinaus haben wir im Berichtsjahr das Industrial Relations-Forum geschaffen, das sich unter anderem aus Senior Experten der Divisionen für Arbeitnehmer-Arbeitgeberbeziehungen zusammensetzt. Die Teilnehmer teilen ihre Erfahrungen, bewährte Arbeitsmethoden und -prozesse miteinander und fördern Trainings und Kommunikation. Dieses Forum wird weiterhin die Arbeitnehmer-Arbeitgeberbeziehungen und Menschenrechte im Konzern mitgestalten und vorantreiben.

Zusätzlich haben wir ein Training für Führungskräfte eingeführt, das deren Verständnis für Arbeitnehmer-Arbeitgeberbeziehungen und Menschenrechtsfragen sowie ihre Rolle und Verantwortlichkeit als Führungskraft vertiefen soll. In einem nächsten Schritt führen wir als zusätzliches Schulungsinstrument ein E-Learning-Modul ein.

- > [STARTSEITE](#) > [GRUNDLAGEN & LEITLINIEN](#) > [ARBEITNEHMERVERTRETER](#)
- > **WELTWEITER AUSTAUSCH MIT SOZIALPARTNERN**

 PWC geprüfte Seite

WELTWEITER AUSTAUSCH MIT SOZIALPARTNERN

International arbeiten wir in unseren Geschäftseinheiten mit den Arbeitnehmervertretern und Gewerkschaften gemäß der nationalen Gesetze und Gepflogenheiten zusammen.

Globaler Dialog mit internationalen Gewerkschaftsbündnissen

Die internationalen Gewerkschaftsbündnisse UNI Global Union (UNI) und International Transport Workers' Federation (ITF) haben Ende 2012 eine OECD-Beschwerde bei der deutschen Nationalen Kontaktstelle mit der Begründung eingelegt, dass unser Verhalten gegen die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen verstoße. Nach einer ausführlichen Stellungnahme unsererseits zu diesen Vorwürfen lehnte die Nationale Kontaktstelle drei von vier Themen, die in der Beschwerde enthalten waren, ab und schränkte den Umfang auf fünf von 14 Ländern (Türkei, Indonesien, Kolumbien, Vietnam und Indien) ein. Nach anschließenden Mediationsgesprächen haben sich die beteiligten Parteien im Januar 2014 auf eine „Gemeinsame Erklärung“ verständigt, in der sich keine Feststellung findet, dass Deutsche Post DHL die OECD Richtlinien für multinationale Unternehmen verletzt hat. Die Erklärung sieht auch vor, dass wir den Dialog mit Repräsentanten von UNI und ITF fortsetzen.

In der Türkei sind die Meinungsverschiedenheiten zwischen unserer Tochtergesellschaft DHL Supply Chain und der türkischen Gewerkschaft TÜMTIS über die Anerkennung der Gewerkschaft beigelegt. Im November 2013 sind die Tarifvertragsverhandlungen mit TÜMTIS in konstruktiver Atmosphäre aufgenommen worden.

- > [STARTSEITE](#) > [GRUNDLAGEN & LEITLINIEN](#) > [ARBEITNEHMERVERTRETETER](#)
- > [AUSTAUSCH MIT SOZIALPARTNERN IN EUROPA](#)

✓ PWC geprüfte Seite

AUSTAUSCH MIT SOZIALPARTNERN AUF EUROPÄISCHER EBENE



Im europäischen Wirtschaftsraum führen wir den Dialog im Rahmen unseres Deutsche Post DHL Forums. Darüber hinaus beteiligen wir uns aktiv am „Europäischen Ausschuss für Sozialen Dialog Post“, in dem wir unter der Federführung der Europäischen Kommission mit Vertretern der Postunternehmen und der nationalen Gewerkschaften aus den 28 EU-Mitgliedstaaten aktuelle soziale Themen aus dem Postsektor diskutieren.

- > STARTSEITE > GRUNDLAGEN & LEITLINIEN > ARBEITNEHMERVERTRETER
- > AUSTAUSCH MIT SOZIALPARTNERN IN EUROPA > **ZEHN JAHRE DEUTSCHE POST DHL FORUM & DIALOG IN EUROPA**

 PWC geprüfte Seite

ZEHN JAHRE DEUTSCHE POST DHL FORUM & DIALOG IN EUROPA

Das Deutsche Post DHL Forum ist ein gemeinsames Gremium von Arbeitnehmervertretern (Europäischer Betriebsrat – EBR) und Managementvertretern (Europäisches Management Forum – EMF) aus 30 europäischen Ländern. Aus jedem dieser Länder wird – je nach Anzahl der Beschäftigten im jeweiligen Land – mindestens ein Arbeitnehmervertreter in den EBR entsandt. Den Vorsitz im Deutsche Post DHL Forum übernehmen paritätisch je ein Mitglied von EBR und EMF. Nach den turnusmäßigen Wahlen und Benennungen der EBR-Mitglieder trat das Deutsche Post DHL Forum im November 2012 zu seiner konstituierenden Sitzung für seine dritte Amtszeit zusammen. Im Jahr 2013 tagten das Forum und seine Ausschüsse über 30-mal.

Das Deutsche Post DHL Forum ist in Angelegenheiten zuständig, die den Konzern insgesamt oder mindestens zwei Betriebe oder zwei Unternehmen in verschiedenen Mitgliedstaaten Europas betreffen. Darüber hinaus wird das Forum auf gemeinsamen Antrag seiner beiden Vorsitzenden über Maßnahmen informiert, die fundamentale Auswirkungen auf Arbeitnehmer in einem der 30 europäischen Länder sowie strategische Bedeutung für das europäische Geschäft haben.

Die globalen Gewerkschaftsbündnisse UNI Global Union (UNI) und European Transport Workers' Federation (ETF) sind berechtigt, jeweils einen Repräsentanten zu den regelmäßigen Treffen des Deutsche Post DHL Forums zu entsenden. Damit wird die direkte und offene Kommunikation zum Nutzen sowohl des Konzerns als auch der Beschäftigten über Länder- und Sprachgrenzen hinweg gefördert.

Im November 2013 konnte das Deutsche Post DHL Forum auf zehn Jahre seines Bestehens zurückblicken. Mitglieder der Arbeitnehmervertreter aus dem Europäischen Betriebsrat und Vertreter des Europäischen Management Forums erinnerten beim Jahrestag an die Gründungs- und Startphase des wichtigen gemeinsamen Gremiums und unterstrichen dessen Bedeutung für die Entwicklung des Unternehmens. Herausragende Themen, die in den vergangenen zehn Jahren im Deutsche Post DHL Forum erörtert wurden, waren die Integration von Exel nach der Übernahme im Jahr 2005 und die Verlagerung des europäischen Luftfrachtdrehkreuzes von Brüssel nach Leipzig.

Der Europäische Betriebsrat und die zentrale Leitung unterstreichen ihre Bereitschaft zum offenen Dialog. Beide betonen, dass wirtschaftliche und soziale Aspekte in Übereinstimmung mit dem Unternehmensleitbild gemeinsam die Grundlage für eine zukunftsorientierte Unternehmenspolitik bilden. Sie erkennen ihre unterschiedlichen Rollen an, arbeiten aber konstruktiv zusammen.

- > [STARTSEITE](#) > [GRUNDLAGEN & LEITLINIEN](#) > [ARBEITNEHMERVERTRETER](#)
- > [AUSTAUSCH MIT SOZIALPARTNERN IN EUROPA](#) > [UMWELTSCHUTZ & DEMOGRAFISCHER WANDEL IN EUROPA](#)

 PWC geprüfte Seite

UMWELTSCHUTZ & DEMOGRAFISCHER WANDEL IN EUROPA

Im Jahr 2013 unterzeichneten die Sozialpartner im „Europäischen Ausschuss für Sozialen Dialog Post“ die „CSR Joint Conclusions on Environment“. An dieser Umwelterklärung haben wir gemeinsam mit unseren europäischen Sozialpartnern gearbeitet und unser Wissen in der umweltfreundlichen Gestaltung von Logistikprozessen im Postbereich eingebracht. Die Unterzeichnung erfolgte vor hochrangigen Vertretern der Europäischen Kommission, des Arbeitgeberverbands PostEurop und des Gewerkschaftsbündnisses UNI (UNI Europa Post & Logistics).

Ab 2014 wird sich der „Europäische Ausschuss für Sozialen Dialog Post“ in einem Projekt mit dem Thema „Demografische Herausforderungen im Postsektor“ beschäftigen. Das Projekt wird von der Europäischen Kommission gefördert. In Zusammenarbeit mit unseren europäischen Sozialpartnern werden wir unsere Erfahrungen mit den Maßnahmen zur Gestaltung des demografischen Wandels und insbesondere mit unserem Altersteilzeitmodell (Generationenvertrag) in das Projekt einbringen.

> STARTSEITE > GESCHÄFT & UMWELT



UMWELTSCHUTZ MIT GOGREEN

23 Prozent der globalen energiebezogenen Treibhausgasemissionen entstehen in der Transportindustrie, zu der auch die Logistik zählt. Durch unsere Aktivitäten als weltweit größter Logistikdienstleister stehen wir deshalb in einer besonderen Verantwortung, die negativen Auswirkungen unseres Geschäfts auf die Umwelt zu reduzieren. Auch unsere Stakeholder, darunter unsere Kunden, erwarten von uns in zunehmendem Maße, dass wir dieser Verantwortung gerecht werden.



CO₂-EFFIZIENZ: EMISSIONSDATEN BERECHNEN & STEUERN

Transparenz ist eine Grundvoraussetzung, um Emissionen zu steuern und die CO₂-Effizienz unseres Unternehmens zu verbessern. Emissionsdaten müssen verfügbar und verlässlich sein und Trends und Entwicklungen unseres Unternehmens widerspiegeln.



EFFIZIENZ STEIGERN & ALTERNATIVE TECHNOLOGIEN FÖRDERN

Grüne Strategien und Technologien spielen eine wichtige Rolle, um unser Effizienzziel zu erreichen. Zwei Prinzipien sind dabei von übergeordneter Bedeutung: Vorrangig wenden wir das Prinzip „Burn Less“ an.



SHARED VALUE DURCH GOGREEN-PRODUKTE & SERVICES

Unser Geschäftserfolg hängt davon ab, dass wir unsere Kunden genau die Produkte und Services anbieten, die sie brauchen – zu konkurrenzfähigen Preisen und mit gleichbleibend hoher Qualität und Zuverlässigkeit.



SUBUNTERNEHMER MANAGEN & UNTERSTÜTZEN

Mit der Ermittlung unserer Scope-3-Emissionen nehmen wir auch unsere Transportpartner (Subunternehmer) in die Pflicht. Das ist umso wichtiger, als rund 80 Prozent unserer Treibhausgasemissionen durch eben solche Vertragspartner verursacht werden.



WEITERE UMWELTFAKTOREN: LÄRM & ABFALL VERMEIDEN,

NATÜRLICHE RESSOURCEN SCHONEN

Unser konzernweites Umweltmanagement beschränkt sich nicht allein auf CO₂- und andere Treibhausgasemissionen. Wir beschäftigen uns auch mit weiteren schädlichen Umweltfaktoren und versuchen, geeignete Gegenmaßnahmen zu entwickeln. Zu diesen Faktoren zählen im Bereich der Luftbelastung etwa lokal begrenzt wirksame Luftschadstoffe wie Stickoxide, Schwefeldioxid und Feinstaub. Nicht zuletzt zählt zu den schädlichen Emissionen auch immer mehr die Belastung durch Lärm.



INNOVATIONEN & INNOVATIONS- MANAGEMENT

Shared Value bedeutet für uns, Geschäftsmodelle zu entwickeln, die zugleich unserem Unternehmen und der Gesellschaft nutzen. Technische Innovationen sind dabei die entscheidenden Schlüsselfaktoren. Unsere Tätigkeiten in der Erforschung und Entwicklung neuer Technologien bündeln wir in der Geschäftseinheit DHL Customer Solutions & Innovation (CSI). Zusammen mit weiteren Konzerneinheiten entwickelt CSI innovative Konzepte von der ersten Idee bis zur Marktreife.

> STARTSEITE > GESCHÄFT & UMWELT > UMWELTSCHUTZ MIT GOGREEN

SHARED VALUE SCHAFFEN DURCH UNSER UMWELTSCHUTZPROGRAMM



23 Prozent der globalen energiebezogenen Treibhausgasemissionen entstehen in der Transportindustrie, zu der auch die Logistik zählt. Durch unsere Aktivitäten als weltweit größter Logistikdienstleister stehen wir deshalb in einer besonderen Verantwortung, die negativen Auswirkungen unseres Geschäfts auf die Umwelt zu reduzieren. Auch unsere Stakeholder, darunter unsere Kunden, erwarten von uns in zunehmendem Maße, dass wir dieser Verantwortung gerecht werden.

Unser konzernweites Umweltschutzprogramm GoGreen ist Ausdruck dieser Verantwortung. Der Schwerpunkt liegt dabei in der Vermeidung, Reduktion und, bei unseren Kunden, wenn nötig auch in der Kompensation von Treibhausgasemissionen. Dabei stehen an erster Stelle die CO₂-Emissionen, die für die Logistik in Summe den größten negativen Einfluss auf die Umwelt haben.

Den Ausstoß an Treibhausgasen messen wir zunächst mit standardisierten Verfahren, die wir stetig weiterentwickeln. So identifizieren wir Potenziale für Effizienzsteigerungen und können im nächsten Schritt die nötigen Maßnahmen umsetzen, um unsere CO₂-Effizienz zu verbessern.

Unsere Maßnahmen sind dabei so vielfältig wie unser Geschäft. Wir setzen auf die Entwicklung und den Einsatz innovativer Technologien in unseren Flotten und an unseren Standorten und auf den Umstieg auf alternative Kraftstoffe. Wir optimieren unsere Netze und Routen mit Blick auf ihre CO₂-Effizienz und schärfen das Umweltbewusstsein unserer Mitarbeiter.

Bei allen Maßnahmen stehen jedoch stets zwei Prinzipien im Vordergrund: Wir setzen zuerst dort an, wo die größten Effizienzverbesserungen möglich sind. Und wir arbeiten vorrangig daran, unseren Energie- oder Kraftstoffverbrauch zu reduzieren – nur wo das nicht möglich ist, setzen wir auf alternative Kraftstoffe und Energiequellen.

Bei allen unseren Umweltschutzaktivitäten spielt der Wertschöpfungsansatz des „Shared Value“ eine bedeutende Rolle. Shared Value bedeutet, dass wir unsere Marktposition stärken, indem wir soziale und Umweltschutzthemen in unserem täglichen Kerngeschäft berücksichtigen. Unsere vielfältigen Maßnahmen zur CO₂-Effizienzsteigerung und unsere umweltfreundlichen *GOGREEN*-Produkte sind also nicht nur gut für die Umwelt und die Gesellschaft, sondern schaffen auch einen Mehrwert für unsere Kunden und uns.

Neben den Treibhausgasemissionen erfasst unser Umweltschutzprogramm auch weitere Umweltfaktoren. Dazu zählen etwa der Verbrauch natürlicher Ressourcen wie Wasser, lokale Luftschadstoff- und Lärmemissionen. Auch hier arbeiten wir kontinuierlich daran, die negativen Umweltauswirkungen unserer Arbeit zu reduzieren.

> STARTSEITE > GESCHÄFT & UMWELT > UMWELTSCHUTZ MIT GOGREEN > UNSER KLIMASCHUTZZIEL

AMBITIONIERT & REALISTISCH: UNSER KLIMASCHUTZZIEL

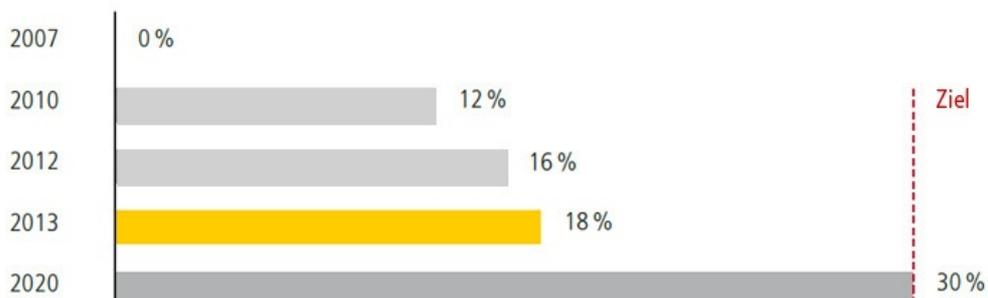
Wir haben uns ein ehrgeiziges Klimaschutzziel gesetzt: Wir wollen unsere CO₂-Effizienz bis zum Jahr 2020 um 30 Prozent gegenüber dem Wert von 2007 steigern. Dieses Ziel gilt nicht nur für die Emissionen, die unmittelbar durch unsere eigene Tätigkeit entstehen – etwa bei der Beförderung von Briefen und Paketen, im Bereich Fracht, bei Dienstreisen und im Betrieb unserer Lagerflächen, sondern auch für die Treibhausgasemissionen unserer Transportsubunternehmer.

Um unser Ziel bis 2020 zu erreichen, müssen wir die relativen Treibhausgasemissionen, also die Emissionen je transportierter Einheit reduzieren. Dabei haben für uns diejenigen Maßnahmen Priorität, die das größte Potenzial zur Steigerung unserer CO₂-Effizienz bieten.

Wir transportieren Güter in der Luft, zu Wasser, auf der Schiene und auf der Straße. Die verschiedenen Transportmodi haben unterschiedlich großen Anteil an unseren gesamten Treibhausgasemissionen. Den größten Anteil machen unsere Lufttransporte aus – sie bieten damit auch das größte Potenzial zur Effizienzverbesserung. Deshalb investieren wir in die Modernisierung unserer Flotte und arbeiten kontinuierlich an der Optimierung unserer Routen und der Auslastung unserer Kapazitäten, um unsere Lufttransporte CO₂-effizienter zu machen.

CO₂-Effizienz-Index

Durchschnittliche Effizienzsteigerung gegenüber 2007



PWC GEPRÜFT

Unserem Klimaschutzziel sind wir in den vergangenen Jahren immer näher gekommen. Das erste Etappenziel, eine Steigerung der Effizienz um 10 Prozent, haben wir bereits im Jahr 2010 erreicht – zwei Jahre früher als geplant. Im Jahr 2012 hatten wir unsere CO₂-Effizienz gegenüber 2007 bereits um 16 Prozent verbessert – mehr als die Hälfte des Weges war geschafft. Im Berichtsjahr hatten wir bereits 18 Prozent erreicht.

> STARTSEITE > GESCHÄFT & UMWELT > UMWELTSCHUTZ MIT GOGREEN > STRATEGISCHE AUSRICHTUNG

STRATEGISCHE AUSRICHTUNG



Unser Umweltschutzprogramm ist ein wichtiger Teil unserer strategischen Ausrichtung als Konzern. Auch unsere Stakeholder messen dem Umwelt- und Klimaschutz eine hohe Bedeutung bei und fordern von unserem Unternehmen nachhaltiges, ökologisches Arbeiten. Dies bestätigt unsere im Berichtsjahr erstmals erarbeitete Materialitätsanalyse.

Die große Bedeutung, die unsere Kunden dem Thema Klimaschutz beimessen, können wir auch am Erfolg unserer grünen Produkte ablesen: Der Anteil an klimaneutralen GOGREEN-Sendungen bei Briefen, Paketen und Expresssendungen steigt seit ihrer Einführung im Jahr 2006 kontinuierlich. Zwischen 2006 und 2013 konnten wir für unsere Kunden insgesamt 649.730 Tonnen CO₂ kompensieren.

EINHEITLICH & FLEXIBEL: UNSER UMWELTMANAGEMENT

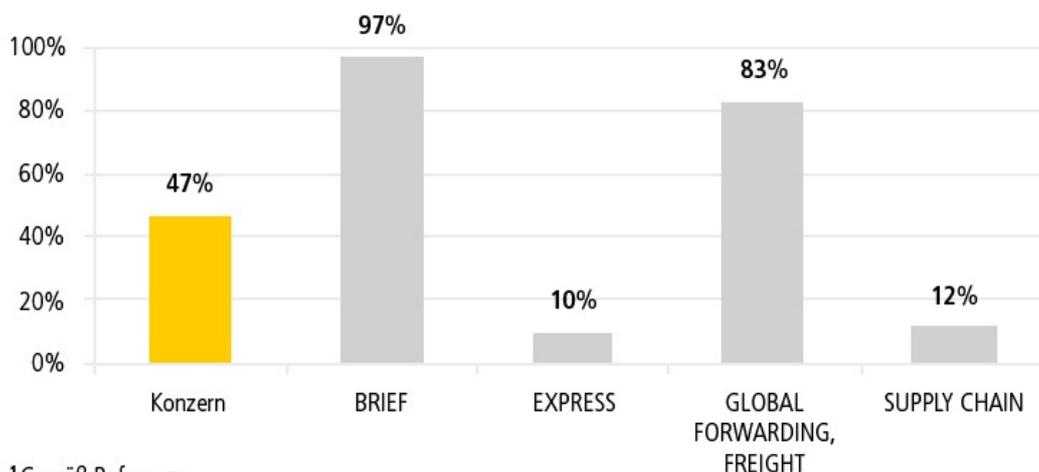
Unser konzernweites Umweltmanagementprogramm soll gewährleisten, dass umwelt- und klimafreundliches Handeln zum integralen Bestandteil unserer täglichen Arbeit wird – ganz gleich, ob es um den bewussten Umgang unserer Mitarbeiter mit natürlichen Ressourcen geht, um die Entwicklung neuer, nachhaltiger Produkte oder zum Beispiel um die umweltschonende Entsorgung oder Wiederverwertung von Abfällen, die an unseren Standorten entstehen.

Dafür haben wir einen Sechs-Stufen-Prozess definiert, der sicherstellt, dass wir für unser Umweltmanagementprogramm weltweit einheitlich standardisierte Rahmenbedingungen setzen. Zugleich bietet dieser Prozess die nötige Flexibilität, unseren Ansatz auf jede Region und jeden Unternehmensbereich anzupassen und die jeweils optimalen Maßnahmen abzuleiten.

Grundlage unseres Umweltmanagements ist die internationale Umweltmanagementnorm ISO 14001, die Anforderungen an Umweltmanagementsysteme festlegt. Dieses Zertifizierungsverfahren führen wir an bestimmten, strategisch relevanten Standorten und an Standorten mit standardisierten Prozessen durch. Die ISO 14001 verlangt unter anderem einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess, durch den die jeweils definierten Umweltschutzziele einer Organisation erreicht werden sollen. Dieser kontinuierliche Verbesserungsprozess beruht auf der vierstufigen Methode „Planen – Ausführen – Kontrollieren – Optimieren“ (Plan-Do-Check-Act, PDCA). Sie ist als Teil unseres Sechs-Stufen-Prozesses in unserem konzernweiten Umweltmanagement verankert.

Ende 2013 waren 5.670 von rund 12.000 Standorten (rund 47 Prozent) nach ISO 14001 zertifiziert. Der Rückgang um sieben Prozent im Vergleich zum Vorjahr ist hauptsächlich auf die Weiterentwicklung und Präzisierung unseres Zählverfahrens im Unternehmensbereich EXPRESS zurückzuführen. Zudem richten wir uns bei der Auswahl der Standorte nach dem jeweils zugrunde liegenden Geschäftsmodell und dessen Erfordernissen, sodass zwischen den Unternehmensbereichen größere Unterschiede im Anteil der zertifizierten Standorte entstehen. So liegt die Zertifizierungsquote im Bereich BRIEF aufgrund weitgehend einheitlicher Prozesse an den Standorten bei fast 100 Prozent. Im Bereich von SUPPLY CHAIN hingegen liegt sie aufgrund der unterschiedlichen Geschäftsmodelle und der ausdifferenzierten Kundenstruktur derzeit bei zwölf Prozent.

Standorte nach ISO 14001 zertifiziert 2013¹



PWC GEPRÜFT

> STARTSEITE > GESCHÄFT & UMWELT > EMISSIONSDATEN BERECHNEN & STEUERN

CO₂-EFFIZIENZ: EMISSIONSDATEN BERECHNEN & STEUERN



Transparenz ist eine Grundvoraussetzung, um Emissionen zu steuern und die CO₂-Effizienz unseres Unternehmens zu verbessern. Emissionsdaten müssen verfügbar und verlässlich sein und Trends und Entwicklungen unseres Unternehmens widerspiegeln.

Grundlagen unserer Berechnung

Wir berechnen unsere Treibhausgasemissionen auf der Grundlage allgemein anerkannter internationaler Standards. Dabei halten wir uns an die Vorgaben des „Greenhouse Gas Protocol (GHG)“, des „Corporate Accounting and Reporting Standard“ und des „Corporate Value Chain (Scope 3) Accounting and Reporting Standard“. Wir ermitteln unsere Daten außerdem in Übereinstimmung mit den Anforderungen des europäischen Emissionshandelssystems EU-ETS sowie den Vorgaben der [DIN EN 16258](#) und der [ISO 14064](#).

> [STARTSEITE](#) > [GESCHÄFT & UMWELT](#) > [EMISSIONSDATEN BERECHNEN & STEUERN](#) > [EMISSIONEN ERMITTELN](#)

EMISSIONEN ERMITTELN



Wir ermitteln unsere Emissionen nach den Scopes und Kategorien des GHG Protocol. Da eingekaufte Transportdienstleistungen einschließlich Geschäftsreisen bei der aktiven Wahrnehmung unserer Unternehmensverantwortung die größte Rolle spielen, werden diese Emissionen separat betrachtet und eingehender analysiert. Die Emissionen werden in drei Hauptkategorien eingeteilt:

- Scope 1: direkte Emissionen, die durch Verbrennung von Kraftstoffen in eigenen Anlagen entstehen
- Scope 2: indirekte Emissionen, die aus der Erzeugung eingekaufter Energie entstehen
- Scope 3:
 - Transport: indirekte Emissionen, die aus der Transportleistung unserer Subunternehmer und aus Geschäftsreisen entstehen
 - andere indirekte Emissionen: indirekte Emissionen, die beispielsweise aus der Herstellung von Produkten und Dienstleistungen, Anlagegütern, aus dem Pendelverkehr von Mitarbeitern entstehen oder Emissionen aus der Herstellung von Kraftstoffen und Energie.

> [STARTSEITE](#) > [GESCHÄFT & UMWELT](#) > [EMISSIONSDATEN BERECHNEN & STEUERN](#) > **DEN ÜBERBLICK BEHALTEN**

DEN ÜBERBLICK BEHALTEN

Der „Corporate Value Chain (Scope 3) Accounting and Reporting Standard“ des GHG Protocol bietet eine Reihe von Instrumenten, mit denen sich Unternehmen einen Überblick über die Emissionen in ihren Wertschöpfungsketten verschaffen sowie Schwerpunkt- und Handlungsbereiche ermitteln können. Der überwiegende Teil unserer Emissionen stammt aus Transport- und Distributionsleistungen unserer Subunternehmer.

Im vergangenen Jahr wurde die DIN EN 16258 zur Berechnung von Emissionen aus Transportdienstleistungen offiziell veröffentlicht. Der neue Standard enthält branchenspezifische Regeln für die Emissionsberechnung, Emissionsfaktoren und Vorschläge für branchenspezifische Datenquellen. Die erste offizielle Emissionsberechnungsnorm für die Logistikbranche ist ein positiver Schritt hin zu einer verbesserten und transparenteren Emissionsberechnung und sorgt zudem für eine grundlegende Vergleichbarkeit innerhalb der Branche.

- > [STARTSEITE](#) > [GESCHÄFT & UMWELT](#) > [EMISSIONSDATEN BERECHNEN & STEUERN](#)
- > [ERWEITERUNG VON CO₂ AUF CO₂-ÄQUIVALENTE](#)

ERWEITERUNG VON CO₂ AUF CO₂-ÄQUIVALENTE



Bis zum Vorjahr lag der Fokus unserer Berechnungen auf CO₂-Emissionen als wichtigster Einflussgröße auf den Klimawandel. Auf der Grundlage der DIN EN 16258 haben wir den Umfang der CO₂-Bilanzierung erweitert und berücksichtigen nun auch alle anderen im Kyoto-Protokoll festgelegten Treibhausgase, wie Methan (CH₄) oder Distickstoffmonoxid (Lachgas, N₂O). Abhängig von deren Auswirkung auf den Klimawandel rechnen wir die Mengen dieser anderen Treibhausgase in die häufig verwendeten CO₂-Äquivalente (CO₂e) um. Die Erweiterung auf CO₂e wurde bereits 2012 eingeführt, im Berichtsjahr wurde die Berechnung automatisiert. Um den Empfehlungen der DIN 16258 gerecht zu werden und die Vergleichbarkeit sicherzustellen, haben wir die Daten aus dem Vorjahr neu berechnet.

Der Umstieg von CO₂ auf CO₂-Äquivalente erhöht die Gesamtmenge unserer Emissionen der Scopes 1 und 2 um weniger als 0,1 Mio. Tonnen CO₂e. Dies entspricht einem Anteil von etwa einem Prozent.

- > [STARTSEITE](#) > [GESCHÄFT & UMWELT](#) > [EMISSIONSDATEN BERECHNEN & STEuern](#)
- > **DER FOKUS LIEGT AUF VOLLSTÄNDIGKEIT**

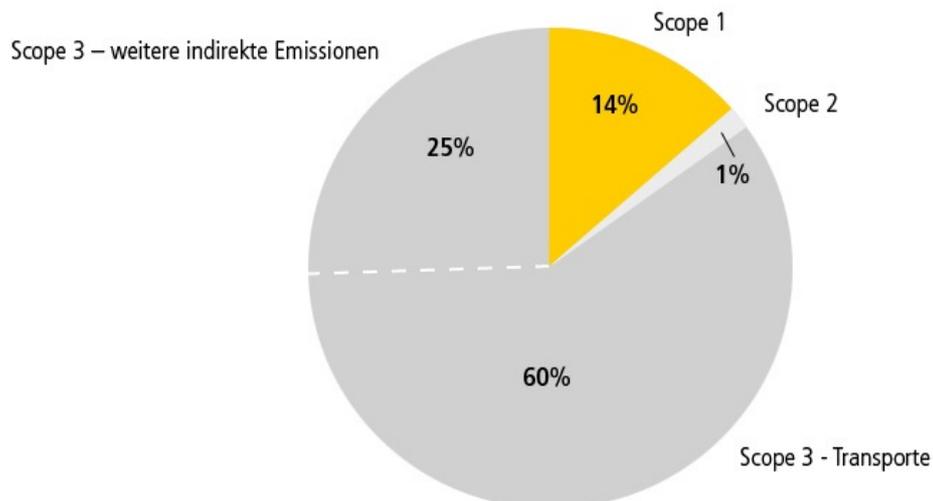
EMISSIONSBILANZ & WERTSCHÖPFUNGSKETTE

Auch andere Emissionskategorien wirken sich deutlich auf die Emissionsbilanz unserer Wertschöpfungskette aus. Wir betrachten insbesondere Emissionen aus folgenden Quellen:

- Erworbene Produkte und Dienstleistungen: Emissionen aus der Erzeugung erworbener Produkte und Dienstleistungen mit Ausnahme von Energie- oder Transportdienstleistungen.
- Anlagegüter: Emissionen aus der Herstellung und dem Transport von Anlagegütern.
- Energie- und Kraftstoffvorketten: Emissionen, die bei der Förderung, Herstellung und dem Transport von Kraftstoffen entstehen.
- Eingekaufte Transportdienstleistungen (Upstream): unsere wichtigste Kategorie, die alle fremd vergebenen Transporte beinhaltet. Wir berichten die Emissionen dieser Kategorie bereits seit 2007.
- Geschäftsreisen: Emissionen, die durch Geschäftsreisen unserer Mitarbeiter entstehen. Die Emissionen dieser Kategorie berichten wir ebenfalls bereits seit 2007.
- Pendelverkehre: Emissionen, die aus Pendlerverkehren unserer Mitarbeiter entstehen.

Mit 22,34 Mio. Tonnen CO₂e machen eingekaufte Transportdienstleistungen den größten Anteil unserer Scope-3-Bilanz aus. Emissionen aus anderen Kategorien sind in der Datentabelle zu Scope 3 berücksichtigt.

CO₂e-Emissionen Gesamt 2013 nach Scopes



PWC GEPRÜFT

Die Daten der Scopes 1 und 2 berechnen wir über das interne Finanzsystem anhand monatlich erhobener Energiedaten und anhand des Kraftstoffverbrauchs sowie von Daten aus Flugberichten (Flight Log Data). Für die Umrechnung des Kraftstoffverbrauchs in Emissionen werden Emissionsfaktoren herangezogen, die von anerkannten Quellen wie der DIN EN 16258 oder der Internationalen Energieagentur (IEA) veröffentlicht werden.

Für die Berechnung der Scope-3-Emissionen aus Transportdienstleistungen wenden wir detaillierte Berechnungsmethoden an, die auf eigenen Betriebsdaten basieren und entsprechende Emissionsfaktoren für die unterschiedlichen Transportmodi berücksichtigen. Die Modellrechnungen basieren auf international anerkannten Branchenstandards für die Berechnung von Emissionen, wie NTM (für Lufttransporte), dem Handbuch für Emissionsfaktoren des Straßenverkehrs (HBEFA) und Daten der Clean Cargo Working Group (CCWG, für Seetransporte).

Andere indirekte Emissionen, die zum Beispiel aus der Erzeugung von erworbenen Produkten und Dienstleistungen sowie Anlagegütern entstehen, werden auf der Grundlage ökologischer Input-Output-Modelle (EEIO) ermittelt. Emissionen aus Pendelverkehren basieren auf extrapolierten nationalen Statistiken über das Pendlerverhalten, Emissionen aus Kraftstoff- und Energievorketten werden auf der Grundlage unseres tatsächlichen Kraftstoffverbrauchs ermittelt.

CO₂e-Emissionen 2013 in Scope 3 nach GHG-Kategorien (in Mio Tonnen)

Kategorie		Berücksichtigte und nicht berücksichtigte Aktivitäten	Berechnungsmethode	PwC geprüft
1. Erworbene Produkte und Dienstleistungen	2,6	Diese Kategorie beinhaltet Emissionen aus der Herstellung von erworbenen Produkten und Dienstleistungen, die nicht in den Kategorien 2-8 berichtet werden.	Emissionen in dieser Kategorie wurden mit Daten zu Ausgaben und ökologischen Input-Output-Modellen (EEIO) berechnet.	✓
2. Anlagegüter	0,6	Diese Kategorie beinhaltet Emissionen aus der Herstellung von Anlagegütern mit Zugang im Berichtsjahr.	Emissionen wurden für alle Bilanzzugänge mit Hilfe von ökologischen Input-Output-Modellen (EEIO) berechnet.	✓
3. Energie- und Kraftstoffvorketten	1,1	Diese Kategorie beinhaltet Emissionen aus der Extraktion, Verarbeitung und dem Transport von eingekauften Energie- und Kraftstoffmengen, welche in Scopes 1 und 2 berichtet werden, sowie Leitungsverluste aus der Erzeugung von Strom, Fernwärme und Fernkälte.	Emissionen wurden aus lokal erfassten Primärdaten zu Treibstoff- und Energienutzung und Emissionsfaktoren der IPCC Richtlinien, der Internationalen Energieagentur (IEA), der DIN EN 16258 sowie dem DEFRA Berichtsleitfaden berechnet.	✓
4. Eingekaufte Transportdienstleistungen (Upstream)	27,0			
eingekaufte Transportdienstleistungen	22,3	Diese Kategorie beinhaltet Emissionen aus eingekauften Transportdienstleistungen für unser gesamtes Geschäft, die nicht bereits in Scopes 1 und 2 enthalten sind.	Emissionen wurden mit Betriebsdaten aus operativen und Business Intelligence Systemen sowie Emissionsfaktoren für Lufttransporte (NTM), Seetransporte (Clean Cargo Working Group) und Straßentransporte (Handbuch für Emissionsfaktoren des Straßenverkehrs) berechnet	✓
Energie- und Kraftstoffvorketten der eingekauften Transportdienstleistungen	4,7	Zusätzlich zu dieser Minimalforderung dieser Kategorie berichten wir auch Emissionen aus Energie- und Kraftstoffvorketten für eingekaufte Transportdienstleistungen, um die Vorgaben der DIN EN 16258 zu erfüllen und	Da Transportdienstleister in der Regel keine Informationen über verwendete Treibstoffarten zur Verfügung stellen, wurden die Emissionen für die wahrscheinlichste	✓

		das sonst bestehende Ungleichgewicht zwischen eigenen und fremdvergebenen Transporten auszugleichen.	Kraftstoffart (Lufttransporte: Kerosin; Straßentransporte: Diesel; Seetransporte: Schweröl) mit Hilfe der Faktoren der DIN EN 16258 berechnet.	
5. Produktionsabfälle	nicht berichtet	Diese Kategorie wird derzeit nicht berichtet, da Daten in ausreichender Qualität und Abdeckung nicht verfügbar sind und nur eine begrenzte quantitative- und Managementrelevanz zu erwarten sind.		
6. Geschäftsreisen	0,04	Diese Kategorie beinhaltet Emissionen aus Geschäftsreisen per Flugzeug. Emissionen aus Geschäftsreisen mit Firmenwagen sind bereits in Scopes 1 und 2 enthalten. Derzeit sind Emissionen aus Geschäftsreisen per Bus, Zug, Privat- oder Mietwagen nicht enthalten, da Daten in ausreichender Qualität und Abdeckung nicht verfügbar sind.	Wegen eingeschränkter Datenverfügbarkeit für 2013 wurden die durch unsere Vertragsreisebüros ermittelten Daten der Vorjahre extrapoliert.	✓
7. Pendelverkehre	0,5	Diese Kategorie beinhaltet Emissionen aus Pendelverkehren unserer Mitarbeiter in Fahrzeugen, die nicht bereits in Scopes 1 und 2 enthalten sind.	Emissionen aus Pendel-verkehren wurden anhand von Personaldaten und einer nationalen Statistik ermittelt.	✓
8. Leasing (Upstream)	nicht anwendbar	Diese Kategorie ist nicht auf unser Geschäftsmodell anwendbar, da Emissionen aus dem Betrieb von geleasteten Anlagen bereits in Scopes 1 und 2 enthalten sind.		
9. Nicht eingekaufte Transporte zur Nutzung unserer Dienstleistungen (Downstream)	nicht berichtet	Diese Kategorie wird derzeit nicht berichtet. Eingekaufte Transportdienstleistungen sind bereits in Kategorie 4 enthalten. Nicht eingekaufte/beauftragte Transporte wurden abgeschätzt und werden aufgrund begrenzter quantitativer- und		

		Management-relevanz derzeit nicht berichtet.
10. Verarbeitung verkaufter Waren und Zwischenprodukte	nicht anwendbar	Diese Kategorie ist nicht auf unser Geschäftsmodell anwendbar, da wir keine Produkte zur weiteren Verarbeitung herstellen.
11. Nutzung verkaufter Waren	nicht anwendbar	Diese Kategorie ist nicht auf unser Geschäftsmodell als Dienstleister anwendbar.
12. Entsorgung und Verwertung verkaufter Waren	nicht berichtet	Diese Kategorie wird derzeit nicht berichtet, da Daten in ausreichender Qualität und Abdeckung nicht verfügbar sind und nur eine begrenzte quantitative- und Managementrelevanz zu erwarten sind.
13. Vermietung, Verpachtung und Leasing an Dritte	nicht berichtet	Diese Kategorie wird derzeit nicht berichtet. Emissionen aus dieser Kategorie wurden abgeschätzt und werden aufgrund begrenzter quantitativer- und Management-relevanz derzeit nicht berichtet.
14. Franchising	nicht berichtet	Diese Kategorie wird derzeit nicht berichtet. Emissionen aus dieser Kategorie wurden abgeschätzt und werden aufgrund begrenzter quantitativer- und Management-relevanz derzeit nicht berichtet.
15. Finanzanlagen	nicht anwendbar	Diese Kategorie ist nicht auf unser Geschäftsmodell anwendbar

- > [STARTSEITE](#) > [GESCHÄFT & UMWELT](#) > [EMISSIONSDATEN BERECHNEN & STEUERN](#)
- > **ABSOLUTE EMISSIONEN IN SUMME ZURÜCKGEGANGEN**

✓ PWC geprüfte Seite

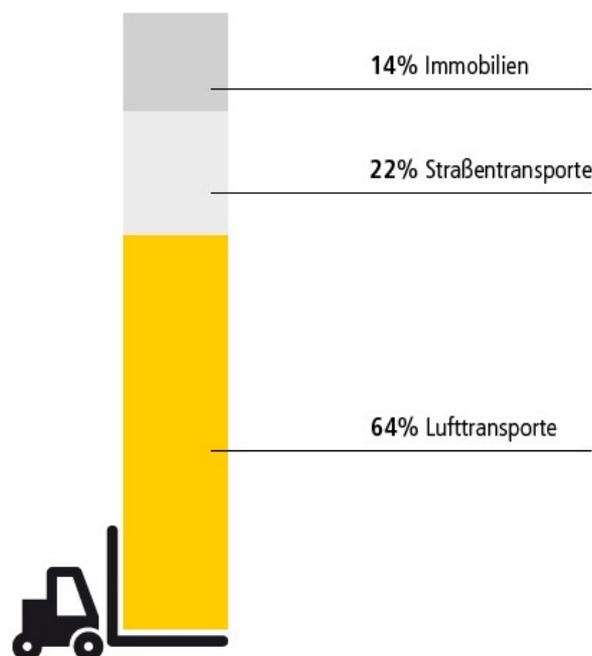
ABSOLUTE EMISSIONEN IN SUMME ZURÜCKGEGANGEN

Die Gesamtmenge unserer Emissionen sank im Berichtsjahr um 0,88 Mio. Tonnen CO₂e auf 28,00 Mio. Tonnen CO₂e (Vorjahr angepasst: 28,88 Mio. Tonnen CO₂e).

In den Scopes 1 und 2 beliefen sich unsere Emissionen im Berichtsjahr insgesamt auf 5,61 Mio. Tonnen CO₂e (Vorjahr angepasst: 5,44 Mio. Tonnen CO₂e). Der Anstieg dieser Emissionen resultiert vor allem aus der stärkeren Bedienung der Nachfrage durch die eigenen, im Scope 1 abgebildeten Flugzeuge. Hierin spiegelt sich die überdurchschnittliche Entwicklung des Unternehmensbereichs EXPRESS wider. Gleichzeitig haben wir 0,5 Mio. Tonnen CO₂e durch die Nutzung von Strom aus regenerativen Quellen vermieden.

CO₂e-Emissionen Scopes 1 und 2 2013 nach Kategorien

Gesamt: 5,6 Mio. Tonnen

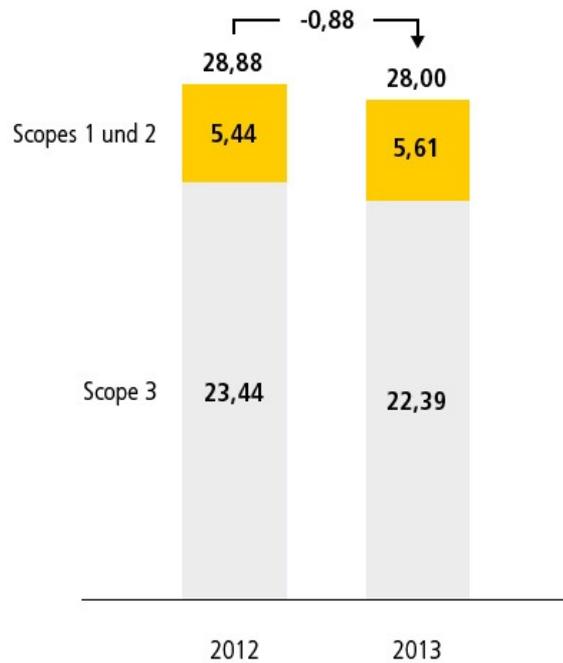


PWC GEPRÜFT

Die Scope-3-Emissionen aus eingekauften Transportdienstleistungen betragen 22,34 Mio. Tonnen CO₂e im Jahr 2013 (Vorjahr angepasst: 23,40 Mio. Tonnen CO₂e). Zusätzlich enthalten unsere Scope-3-Emissionen außerdem 0,04 Mio. Tonnen CO₂e aus der Durchführung von Geschäftsreisen (Vorjahr angepasst: 0,05 Mio. Tonnen CO₂e).

Der absolute Emissionsrückgang resultiert zum Großteil aus sinkenden Sendungsmengen im Luft- und Seefrachtgeschäft. Darüber hinaus konnten wir trotz fortgesetzten operativen Wachstums im Expressgeschäft Emissionssenkungen durch Optimierungen unseres Luftnetzwerks erzielen.

Entwicklung CO₂e-Emissionen



PWC GEPRÜFT

CO₂e-Emissionen nach Scopes und Division 2013

	Summe	Scope 1	Scope 2	Scope 3
Konzern¹	28,00	5,12	0,49	22,39
BRIEF	1,24	0,35	0,05	0,84
EXPRESS	8,88	3,90	0,15	4,82
GLOBAL FORWARDING, FREIGHT	16,02	0,16	0,05	15,80
SUPPLY CHAIN	2,23	0,68	0,20	1,36

¹Nach Konsolidierung von internen Leistungsbeziehungen in Scope 3, einschließlich Corporate Center/Anderes

PWC GEPRÜFT

- > [STARTSEITE](#) > [GESCHÄFT & UMWELT](#) > [EMISSIONSDATEN BERECHNEN & STEuern](#)
 > [WIR VERFOLGEN UNSER KLIMASCHUTZZIEL WEITER](#)

 PWC geprüfte Seite

WIR VERFOLGEN UNSER ZIEL WEITER: 30 PROZENT EFFIZIENZSTEIGERUNG BIS 2020

Mit der Einführung unseres Klimaschutzprogramms GoGreen im Jahr 2008 haben wir uns als erstes globales Logistikunternehmen ein quantifiziertes Effizienzziel gesetzt: Wir wollen die CO₂-Effizienz unserer eigenen operativen Tätigkeiten sowie die Effizienz fremd vergebener Transporte bis 2020 um 30 Prozent gegenüber dem Niveau von 2007 verbessern.

Entwicklung der CO₂-Effizienz

Effizienz-Indexpunkte	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Konzern	100	98	93	88	86	84	82
BRIEF ¹	100	83	85	82	76	76	75
EXPRESS ²	100	92	80	74	72	70	66
GLOBAL FORWARDING, FREIGHT ³	100	100	98	93	93	93	92
SUPPLY CHAIN ⁴	100	103	105	90	81	74	77

¹ Hauptbezugsgröße: CO₂e je Liter (physisches Volumen)

² Hauptbezugsgröße: CO₂e je Tonnen-km oder Tonnen abgefertigter Sendungen

³ Hauptbezugsgröße: CO₂e je Tonnen-km oder TEU (20-Fuß-Standardcontainer)-km

⁴ Veränderte Hauptbezugsgröße: Statt CO₂ nach Umsatz und Inflationsausgleich messen wir nun CO₂e je Quadratmeter Lagerfläche und CO₂e nach Umsatz für Transportdienstleistungen nach Inflationsausgleich

PWC GEPRÜFT

Im Berichtsjahr haben wir unsere CO₂-Effizienz um zwei Punkte verbessert. Im Vergleich zum Referenzjahr 2007 bedeutet dies eine Steigerung um 18 Prozent. Damit sind wir auf einem sehr guten Weg, unser 30-Prozent-Ziel im Jahr 2020 zu erreichen.

Die wichtigsten Effizientreiber waren dabei Verbesserungen in den Netzwerken von EXPRESS und im Seefrachtgeschäft des Unternehmensbereichs GLOBAL FORWARDING, FREIGHT. Im Bereich BRIEF wurden Effizienzverbesserungen hauptsächlich durch Optimierungen bei den Luft- und Landtransporten von Global Mail und den Umstieg auf grünen Strom in den USA erzielt. Die Effizienz im deutschen Brief- und Paketgeschäft ist besonders durch die Zunahme der Transporte im Paketgeschäft, die Verkürzung der Zustelldauer und die lange Heizperiode des letzten Winters gesunken.

Im Bereich EXPRESS konnten wir durch eine kontinuierliche Erneuerung unserer Flugzeugflotte, einen hohen Nutzungsgrad unseres eigenen Netzwerks, die zunehmende Nutzung erneuerbarer Energien und die Trennung von Geschäftsaktivitäten mit ineffizienten Straßentransporten eine signifikante Verbesserung unserer CO₂-Effizienz erreichen.

Trotz anhaltender Effizienzverluste im Luftfrachtsektor konnten wir den Carbon Efficiency Index von GLOBAL FORWARDING, FREIGHT verbessern, da das Seefrachtgeschäft diese Effizienzverluste durch hohe Effizienzsteigerungen überkompensiert. Diese Steigerungen resultieren aus Maßnahmen zur

Senkung des Treibstoffverbrauchs (Slow Steaming) und dem Einsatz neuerer Schiffe.

Bei SUPPLY CHAIN verschlechterte sich die CO₂-Effizienz durch den Emissionsanstieg im Transportgeschäft, obwohl wir durch die zunehmende Nutzung erneuerbarer Energien kontinuierliche Verbesserungen im Bereich der Lagerlogistik erzielen konnten.

> STARTSEITE > GESCHÄFT & UMWELT > EFFIZIENZ STEIGERN & ALTERNATIVE TECHNOLOGIEN FÖRDERN

EFFIZIENZ STEIGERN & ALTERNATIVE TECHNOLOGIEN FÖRDERN



Ressourcen schonen & grüne Energien nutzen

Grüne Strategien und Technologien spielen eine wichtige Rolle, um unser Effizienzziel zu erreichen. Zwei Prinzipien sind dabei von übergeordneter Bedeutung: Vorrangig wenden wir das Prinzip „Burn Less“ an. Darunter verstehen wir, dass wir den Energiebedarf und damit den Ressourcenverbrauch wo irgend möglich reduzieren wollen, ohne die Energiequelle zu ändern. Das zweite Prinzip „Burn Clean“ bedeutet, dass wir bei gleichem Energiebedarf auf umweltfreundlichere Energiequellen und Kraftstoffe setzen, mit denen wir die negativen Auswirkungen auf die Umwelt reduzieren.

Biokraftstoffe bieten beispielsweise großes Potenzial zur Steigerung der CO₂-Effizienz unserer Transporte – auf der Straße wie in der Luft. Wir haben uns verpflichtet, nur nachhaltig produzierte Biokraftstoffe einzusetzen. Das bedeutet vor allem, dass wir keine Biokraftstoffe einsetzen, die negative Auswirkungen auf die Nahrungsmittelproduktion im Herkunftsland haben, weil entsprechende Anbauflächen der Produktion von Biokraftstoffen geopfert wurden. Um dies sicherzustellen, haben wir seit 2010 eine Konzernrichtlinie zur Verwendung von flüssigen Biokraftstoffen. Diese Richtlinie legt fest, dass konzernweit ausschließlich nachhaltige Biokraftstoffe verwendet werden dürfen. Nationale gesetzliche Beimischquoten werden von dieser Richtlinie nicht berührt.

Klimaschutz: Maßnahmen von Deutsche Post DHL zur Effizienzverbesserung

	Burn less > Energiebedarfe reduzieren	Burn clean > Alternative Energieträger nutzen
Fahrzeuge 	<ul style="list-style-type: none"> > Aerodynamik optimieren > Motoren modifizieren > Telematiksysteme ausweiten > Hybridantriebe nutzen 	<ul style="list-style-type: none"> > Alternative Kraftstoffe einsetzen > Elektrofahrzeuge mit grünem Strom betreiben
Gebäude 	<ul style="list-style-type: none"> > Energieeffiziente Beleuchtungsmittel verwenden > Energiesparende Beleuchtungssteuerungen installieren > Heizungs- und Klimaanlage modernisieren 	<ul style="list-style-type: none"> > Strom aus regenerativen Energien (grünen Strom) nutzen > Biogasversorgung einführen
Flugzeuge 	<ul style="list-style-type: none"> > Flugzeugflotte modernisieren 	<ul style="list-style-type: none"> > Alternative Kraftstoffe einsetzen (derzeit noch nicht möglich, aber Partizipation an Initiativen zur Erforschung, etwa aireg e.V.)

- > [STARTSEITE](#) > [GESCHÄFT & UMWELT](#) > [EFFIZIENZ STEIGERN & ALTERNATIVE TECHNOLOGIEN FÖRDERN](#)
- > [PASSGENAUE LÖSUNGEN](#)

PASSGENAUE LÖSUNGEN



Die direkt von uns verursachten Treibhausgasemissionen entstehen im Transport in der Luft und auf der Straße sowie durch den Betrieb unserer Gebäude. In jedem dieser Bereiche arbeiten wir mit passgenauen Lösungen, um unsere CO₂-Effizienz zu erhöhen.

Beim besonders emissionsintensiven Verkehrsträger Flugzeug verbessern wir unsere CO₂-Effizienz durch die kontinuierliche Modernisierung unserer Flotte, die Optimierung der Routen sowie die Auslastung unserer Lufttransportkapazitäten und arbeiten in Initiativen mit, die sich mit der Erforschung und Entwicklung alternativer Flugkraftstoffe befassen. Im Bereich der Landverkehre wählen wir jeweils die Maßnahmen, die für die unterschiedlichen Fahrzeug- und Einsatzarten die besten Optimierungsmöglichkeiten bieten: So setzen wir auf Kurzstrecken zunehmend auf alternative Antriebe, während bei Transporten über weite Strecken unser Fokus stärker auf Aerodynamik und Modifizierung der Antriebstechnik der Fahrzeuge und auf der Optimierung unserer Routen und Netzwerke liegt. Um den Energieverbrauch in unseren Gebäuden zu senken, differenzieren wir zwischen eigenen und angemieteten Immobilien, unterschiedlichen Nutzungsarten und -laufzeiten und wählen die für den jeweiligen Standort passenden Maßnahmen wie etwa den Einsatz energiesparender Leuchtmittel oder eine Optimierung der Heizungs- und Klimatisierungstechnik.

Dabei gehen wir bei allen Maßnahmen nach festgelegten Prioritäten vor: Die Projekte mit dem höchsten Emissions- und Kosten-Einsparpotenzial haben Vorrang vor kleineren Maßnahmen und werden zuerst in Angriff genommen.

Passgenaue Lösungen zu finden, heißt auch, das jeweils am besten geeignete Instrument zu wählen. Grüne Technologie ist ein wichtiger Bestandteil unseres Umweltschutzprogramms, aber nicht der einzige. Um unsere Auswirkungen auf die Umwelt zu reduzieren und unsere Effizienz zu erhöhen, setzen wir deshalb auf eine Kombination aus innovativer Technologie, intelligenter Steuerung unserer Prozesse und umweltbewusstem Verhalten unserer Mitarbeiter.

- > [STARTSEITE](#) > [GESCHÄFT & UMWELT](#) > [EFFIZIENZ STEIGERN & ALTERNATIVE TECHNOLOGIEN FÖRDERN](#)
- > [PASSGENAUE LÖSUNGEN](#) > [GRÜNES LOGISTIKCENTER AM FLUGHAFEN BRÜSSEL](#)

GRÜNES LOGISTIKCENTER AM FLUGHAFEN BRÜSSEL

Ein gutes Beispiel für grüne Investitionen ist das neue Logistikzentrum von DHL Global Forwarding Belgien: Das neue Terminal im Frachtbereich des Flughafens Brüssel (Brucargo) bietet 23.000 Quadratmeter Flächen für Lagerlogistik, davon 1.750 Quadratmeter temperaturgeführter Lagerbereich, und entspricht höchsten Sicherheitsstandards. Bei der Planung wurden aber auch Umweltschutzbelange umfassend mit einbezogen. So bietet das Logistikzentrum, das Anfang des Berichtsjahrs in Betrieb genommen wurde, ein System zur Wasserrückgewinnung und eine energieeffiziente, sensorgestützte T5-Beleuchtung. Außerdem ist geplant, auf dem Dach des Gebäudes Solarmodule zu installieren.

- > [STARTSEITE](#) > [GESCHÄFT & UMWELT](#) > [EFFIZIENZ STEIGERN & ALTERNATIVE TECHNOLOGIEN FÖRDERN](#)
- > [VERURSACHER IDENTIFIZIEREN & LÖSUNGEN ENTWICKELN](#)

VERURSACHER IDENTIFIZIEREN & LÖSUNGEN ENTWICKELN

Als Logistikdienstleister haben wir in unserem Geschäft einen hohen Energiebedarf. Ein Großteil der dabei produzierten Treibhausgasemissionen entsteht im Transport von Waren – im Lufttransport, auf der Straße und in der Seefracht, durch unsere eigenen Transportmittel wie durch die unserer Subunternehmer. Unsere wichtigste Priorität bei der Steigerung unserer CO₂-Effizienz sind daher Maßnahmen im Bereich unserer verschiedenen Verkehrsträger.

Kraftstoffverbrauch für Transporte

		2011	2012	2013 ¹
Kraftstoffverbrauch Lufttransport (Kerosin)	Mio. kg	1.019,1	1.059,0	1.131,8
Flüssigkraftstoffverbrauch Straßentransport gesamt	Mio. Liter	476,4	472,3	476,8
Davon Benzin	Mio. Liter	37,4	37	33,9
Biodiesel	Mio. Liter	1,5	1,8	0,7
Bioethanol	Mio. Liter	1,2	0,3	0,3
Diesel	Mio. Liter	435,3	432,3	441,1
Flüssiggas (LPG)	Mio. kg	1,0	0,9	0,7
Gasförmiger Kraftstoffverbrauch Straßentransport gesamt	Mio. kg	1,4	2,2	3,2
Davon Biogas	Mio. kg	0,2	0,4	0,4
Erdgas (CNG)	Mio. kg	1,2	1,8	2,9

¹ Berechnungsgrundlage Din EN 16258 Standard

PWC GEPRÜFT

- > STARTSEITE > GESCHÄFT & UMWELT > EFFIZIENZ STEIGERN & ALTERNATIVE TECHNOLOGIEN FÖRDERN
- > VERURSACHER IDENTIFIZIEREN & LÖSUNGEN ENTWICKELN > **LUFTRANSPORT**

LUFTRANSPORT

Unsere eigenen Lufttransportaktivitäten sind die Grundlage für den Erfolg unseres Unternehmensbereichs EXPRESS. Das Expressgeschäft ist für die weltweite Wirtschaft von immenser Bedeutung und wird Jahr für Jahr wichtiger. Ob es um die zeitkritische Lieferung von Ersatzteilen geht oder um den Transport lebenswichtiger und leicht verderblicher Medikamente – das Expressgeschäft in der Luft ist überall da unverzichtbar, wo es besonders schnell gehen muss.

Wir sind ein führender Anbieter internationaler Expressdienstleistungen. Wir verfügen über eine Flottenkapazität von mehr als 250 Flugzeugen, darunter 170 dedizierte Düsenflugzeuge und mehr als 80 kleinere Zubringermaschinen. Mit dieser Flotte bedienen wir mehr als 500 Flughäfen über 20 regionale Hubs und die drei globalen Drehkreuze in Leipzig, Cincinnati und Hong Kong. Über Partnerschaften mit Drittanbietern haben wir zudem die Möglichkeit, unsere Kapazitäten nach Bedarf anzupassen. Lufttransporte sind ein zentraler Bereich unserer Geschäftstätigkeit – sie sind aber zugleich sehr emissionsintensiv. Im Jahr 2013 hatte unsere Flugzeugflotte einen Anteil von 64 Prozent an unseren konzernweiten Treibhausgasemissionen in den Scopes 1 und 2. Dank signifikanter Investitionen in die Modernisierung unserer Flugzeugflotte konnten wir unsere CO₂-Effizienz im Bereich der Lufttransporte im Berichtsjahr weiter verbessern.

Ökologische Luftflottenmodernisierung

Im Berichtsjahr haben wir den Ausbau und die Modernisierung unserer Flugzeugflotte fortgesetzt. Dadurch wird unsere Flotte nicht nur wirtschaftlicher, sondern auch emissionsärmer – sowohl was den Ausstoß von Treibhausgasen angeht als auch die Lärmbelastung durch den Flugverkehr.

2013 haben wir ein bedeutendes Projekt abgeschlossen, bei dem wir 18 Frachtmaschinen vom Typ Airbus A300-600 in Betrieb genommen haben. Die Maschinen kommen hauptsächlich innerhalb unseres regionalen Netzes in Europa zum Einsatz. Sie bieten nicht nur höhere Ladekapazitäten als die bisherigen Flugzeuge vom Typ A300-B4, sie haben auch einen niedrigeren Treibstoffverbrauch und leisten damit einen Beitrag zur Steigerung unserer CO₂-Effizienz in der Luftfahrt.

Alternative Flugkraftstoffe

Großes Potenzial für die Erhöhung unserer CO₂-Effizienz in der Luftfahrt liegt neben der technischen Modernisierung unserer Flotte in der Nutzung alternativer Kraftstoffe. Die Luftfahrtbranche hat sich verpflichtet, ab dem Jahr 2020 ein CO₂-neutrales Wachstum und bis zum Jahr 2050 eine Halbierung der CO₂-Emissionen im Vergleich zum Jahr 2005 zu erreichen. Für die Umsetzung dieses Ziels sind alternative Kraftstoffe von großer Bedeutung. Doch solche Kraftstoffe sind bislang noch nicht in ausreichenden Mengen verfügbar.

Um die Forschung in diesem Bereich voranzubringen, haben wir die Wissenschafts- und Forschungsplattform „Aviation Initiative for Renewable Energy in Germany e.V.“ (aireg e.V.) mitgegründet. Im Rahmen unserer Mitarbeit bei aireg e.V. sind wir in der Erforschung und Entwicklung alternativer Flugkraftstoffe entlang der gesamten Wertschöpfungskette engagiert. Die Initiative aireg e.V. hat sich dem Etappenziel verschrieben, bis zum Jahr 2025 eine 10-prozentige Beimischung von alternativen Flugkraftstoffen in Deutschland sicherzustellen. Gemeinsam mit unseren Partnern bei aireg e.V. werden wir in verschiedenen Projekten die Emissionen aus alternativen Flugkraftstoffen genauer betrachten.

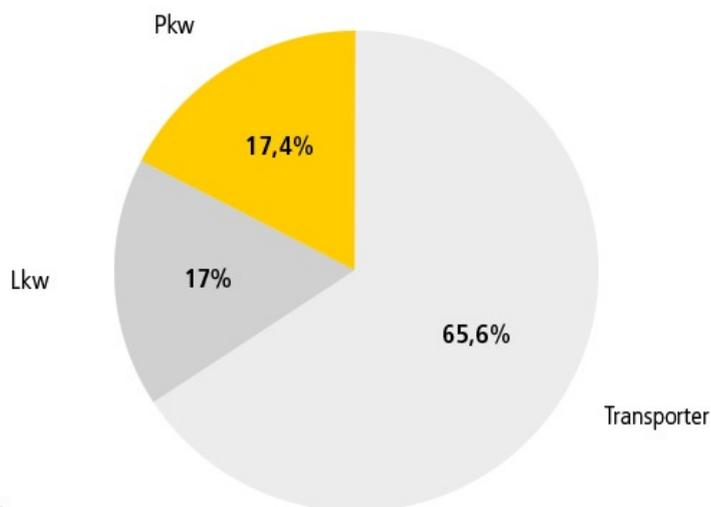
- > STARTSEITE > GESCHÄFT & UMWELT > EFFIZIENZ STEIGERN & ALTERNATIVE TECHNOLOGIEN FÖRDERN
- > VERURSACHER IDENTIFIZIEREN & LÖSUNGEN ENTWICKELN > **LANDVERKEHRE**

LANDVERKEHRE

Für Überlandtransporte, im Regionalverkehr und auf den letzten Kilometern der Zustellung setzen wir auf Lkws und kleinere Lieferfahrzeuge zur Verteilung von Gütern. Unser Fuhrpark besteht aus über 89.000 Fahrzeugen. Darunter sind kleine Nutzfahrzeuge wie die Zustellfahrzeuge im Brief- und Paketbereich, leichte Lkw im Regionalverkehr und schwere Lkw auf langen Strecken. Durch das Wachstum unseres Geschäfts wächst auch unser Fuhrpark kontinuierlich. Bei der Neuanschaffung von Fahrzeugen achten wir auf möglichst klimaschonende Antriebstechnologie. Dies entspricht auch unserer Konzerninvestitionsrichtlinie, die fest schreibt, dass neu beschaffte Assets wie Fahrzeuge stets klimaschonender sein müssen als die Assets, die sie ersetzen. Alleine im Berichtsjahr haben wir unsere Flotte um rund 4.000 umweltfreundliche Fahrzeuge erweitert. Insgesamt besteht unsere grüne Flotte derzeit aus 10.500 Fahrzeugen (Vorjahr: 8.500 Fahrzeuge). Um unser Klimaziel zu erreichen, werden wir unsere grüne Flotte kontinuierlich erweitern.

Straßentransport: Fahrzeuge nach Typen¹

 Gesamt: > 89.000 Fahrzeuge



¹ Gemäß Befragung

PWC GEPRÜFT

Straßenflotte: Fahrzeuge mit alternativen Antrieben¹

	2011	2012	2013 ²
Elektroantrieb/Brennstoffzelle	131	149	304
Hybridantrieb	112	197	303
Flüssige Biokraftstoffe	12	6	1.009
Erdgas (CNG)/Biogas	761	852	797
Flüssiggas (LPG)	179	279	251
Ethanol/Bio-Ethanol	379	302	226
Dual Fuel	23	49	161
Gesamt	1.597	1.834	3.051

¹ Gemäß Befragung

² Hierin enthalten sind 1.046 Fahrzeuge von Subunternehmern

PWC GEPRÜFT

Neben alternativen Antrieben nutzen wir auch weitere technische Effizienzmaßnahmen, um unsere gesamte Fahrzeugflotte effizienter zu machen.

Straßenflotte: Weitere technische Effizienzmaßnahmen¹

	2013 ²
Erweiterte Aerodynamik	1.562
Eco-Chiptuning & Geschwindigkeitsbegrenzer	3.352
Additive	57
Telematiksysteme	5.566

¹ Gemäß Befragung: Technische Effizienzmaßnahmen können an allen Fahrzeugarten unserer Straßenflotte durchgeführt werden. Ein Fahrzeug kann durch mehrere Maßnahmen optimiert worden sein.

² Hierin enthalten sind auch Maßnahmen, die an Fahrzeugen von Subunternehmern durchgeführt wurden (Anteil: < 0,01%)

PWC GEPRÜFT

Priorität Langstreckenverkehre

Ein großer Teil unserer Treibhausgasemissionen im Straßenverkehr entsteht durch schwere Lkw, die auf langen Strecken unterwegs sind. Wollen wir unsere CO₂-Effizienz bei den Landverkehren verbessern, müssen wir mit unseren Effizienzmaßnahmen folglich vorrangig bei den Langstreckentransporten ansetzen. Unsere wichtigsten Instrumente sind die technische

Modernisierung und Modifizierung der Fahrzeuge und der Einsatz alternativer, emissionsarmer Antriebe und Kraftstoffe. So haben wir in Großbritannien unsere Flotte an schweren Lkw um 100 Dual-Fuel-Fahrzeuge erweitert sowie in Schweden gemeinsam mit unseren Transportpartnern den Betrieb von 1.000 Fahrzeugen auf nachhaltig gewonnene Biokraftstoffe der zweiten Generation umgestellt. Außerdem arbeiten wir ständig an einer Optimierung der Aerodynamik unserer Fahrzeuge, um den Verbrauch auch auf langen Strecken zu senken.

Einen anderen wichtigen Beitrag leistet eine ökologische Fahrweise unserer Mitarbeiter. Deshalb investieren wir kontinuierlich in Schulungen für unsere Fahrer, in denen sie Kraftstoff sparendes Fahren lernen.

Leichte Lkw: Mehr Effizienz im Regionalverkehr

Unsere Fahrzeuge der Kategorie leichte Lkw kommen überwiegend im Regionalverkehr zum Einsatz. Auch bei diesen Fahrzeugen verbessern wir die CO₂-Effizienz hauptsächlich durch technische Optimierung.

Außerdem sehen wir große Potenziale in alternativen Antriebstechnologien. Gemeinsam mit Herstellern und Lieferanten entwickeln wir Lkw-Modelle, die mit alternativen Kraftstoffen oder hybrid betrieben werden und unseren Ansprüchen im Bereich der regionalen Verkehre gerecht werden. In diesem Rahmen wurde der 2012 erprobte Range-Extender-Lkw im Berichtsjahr in den Regelbetrieb übernommen. Zusätzlich transferierten wir in Zusammenarbeit mit Transportpartnern die im schweren Lkw-Bereich erfolgreich eingesetzten Dual-Fuel-LPG-Systeme erstmals auch auf Fahrzeuge des leichten Lkw-Segments.

Zustellung und Mittelstrecken: Alternative Antriebe als Zukunftsthema



Den weitaus größten Teil unserer Fahrzeugflotte machen kleine Nutzfahrzeuge (Transporter) aus, die überwiegend in der Zustellung zum Einsatz kommen. Auch wenn sie im Verhältnis zu ihrer großen Zahl vergleichsweise wenig zu unseren Treibhausgasemissionen beitragen, sind sie für unsere

Umweltschutzstrategie äußerst wichtig: Zustellfahrzeuge kommen meist in innerstädtischen Gebieten zum Einsatz. Durch umweltfreundlichere Zustellfahrzeuge reduzieren wir die Emissionen in den innerstädtischen Gebieten und verbessern damit nicht nur die Luftqualität, sondern auch die Lebensqualität in den Städten. Im Zuge der stetig zunehmenden Urbanisierung wird dieses Thema immer bedeutender.

Auch deshalb ist es uns wichtig, die Emissionen bei den kleinen Zustellfahrzeugen zu reduzieren. Wir setzen daher bei diesen Fahrzeugen ebenfalls verstärkt auf grüne Technologie und investieren dabei unter anderem in die Erprobung und Weiterentwicklung der Elektromobilität. Elektrofahrzeuge sind für den Stop-and-go-Betrieb in der Zustellung besonders gut geeignet. Mit unserem Pilotprojekt CO₂-freie Zustellung in Bonn haben wir im Berichtsjahr einen Meilenstein auf dem Weg zur nachhaltigen, emissionsfreien Zustellung erreicht. Die Ergebnisse aus dem Langzeitversuch sollen als Blaupause für den Ausbau der elektromobilen Zustellung in anderen Städten und Regionen dienen. Mit dem StreetScooter haben wir außerdem ein innovatives Elektro-Zustellfahrzeug entwickelt, das sowohl ökologisch als auch ergonomisch ist. Wie alle Fahrzeuge unserer Elektro-Flotte wird auch der StreetScooter, der im Rahmen des Bonner Pilotprojekts bereits im Testeinsatz ist, mit Strom aus regenerativen Quellen gespeist. Wir entwickeln außerdem Maßnahmen, mit denen wir in den Städten zum Teil auf die automobilen Zustellung verzichten können. In den Niederlanden haben wir deshalb ein Projekt entwickelt, bei dem Kurierfahrten in Städten vom Auto auf Fahrräder und E-Bikes verlagert werden.

Auch im Bereich der Mittelstreckentransporte wollen wir unsere Emissionen weiter verringern. Für diese Fahrzeuge ist neben dem Einsatz von alternativen Kraftstoffen die Unterstützung eines ökologischen Fahrverhaltens eine der effizientesten Alternativen. So haben wir im globalen Expressgeschäft in großem Umfang in den Einsatz von Telematiksystemen investiert, die unsere Fahrer in der Anwendung einer umweltschonenden Fahrweise unterstützen. Im Berichtsjahr konnten wir 672 Zustellfahrzeuge mit Telematiksystemen in Betrieb nehmen.

- > [STARTSEITE](#) > [GESCHÄFT & UMWELT](#) > [EFFIZIENZ STEIGERN & ALTERNATIVE TECHNOLOGIEN FÖRDERN](#)
- > [VERURSACHER IDENTIFIZIEREN & LÖSUNGEN ENTWICKELN](#) > [LANDVERKEHRE](#) > **DUAL FUEL UK**

DUAL FUEL UK: EINE GUTE MISCHUNG

Der Schwerlastverkehr, insbesondere auf Langstrecken, ist auch in Großbritannien für den größten Teil der Treibhausgasemissionen im Straßenverkehr verantwortlich. Doch die im Kurz- und Mittelstreckenbereich attraktiven Hybrid- oder Elektrofahrzeuge sind für die langen Transporte nicht geeignet, da sie weder die nötigen Transportkapazitäten noch die erforderliche Reichweite bieten. Deshalb haben wir uns für eine Alternative entschieden, die den Ansprüchen der schweren Lkw auf Langstreckentransporten gerecht wird – und zugleich umweltfreundlicher ist als der konventionelle Dieselmotor: den Dual-Fuel-Antrieb.

2013 hat DHL Supply Chain UK in Großbritannien 100 dieser Dual-Fuel-Lastwagen in Betrieb genommen. Dabei handelt es sich um Lkw bis 44 Tonnen zulässigem Gesamtgewicht, die mit einem Kraftstoffgemisch aus Gas und Diesel betrieben werden. Damit haben wir unsere Flotte an umweltfreundlichen Nutzfahrzeugen in Großbritannien auf insgesamt 127 Stück erweitert. Dank der Zweistoffmotoren liegt der CO₂-Ausstoß bei den neuen Lkw um bis zu 14 Prozent niedriger als bei unseren konventionellen schweren Lkw.

Für das Betanken der Dual-Fuel-Fahrzeuge wurde auf dem Gelände von DHL Supply Chain UK in Bawtry bei Sheffield eine Gas-Tankstelle für Liquified Natural Gas (LNG) errichtet.

Der Umstieg auf die neuen Fahrzeuge hat neben den erwünschten ökologischen Folgen einen weiteren Vorteil: Durch den geringeren Verbrauch an Diesel sinken auch die Kosten.

- > STARTSEITE > GESCHÄFT & UMWELT > EFFIZIENZ STEIGERN & ALTERNATIVE TECHNOLOGIEN FÖRDERN
- > VERURSACHER IDENTIFIZIEREN & LÖSUNGEN ENTWICKELN > LANDVERKEHRE > **CO₂-FREIE ZUSTELLUNG IN BONN**

CO₂-FREIE ZUSTELLUNG IN BONN

Im Mai 2013 hat Deutsche Post DHL ein Pilotprojekt zur CO₂-freien Zustellung in Bonn gestartet. Im ersten Schritt wurde dafür im Laufe des Jahres die Elektrofahrzeugflotte in Bonn und Umgebung auf 79 Fahrzeuge ausgebaut, darunter Kleintransporter, Transporter bis 5,2 Tonnen und Paketzustellfahrzeuge der Hersteller Iveco, Renault und Mercedes. Außerdem sind 20 StreetScooter im Einsatz. Der StreetScooter ist eine Gemeinschaftsentwicklung von Deutsche Post DHL und der StreetScooter GmbH, einem Spin-off der Rheinisch-Westfälischen Technischen Hochschule (RWTH) Aachen.

Schon jetzt ist in Bonn eine der größten zusammenhängenden Elektro-Nutzfahrzeugflotten der Welt unterwegs. Der Langzeitversuch soll grundsätzliche Fragen zur Elektromobilität im Großflotteneinsatz beantworten: Wie verhalten sich Batterien und Motoren im Stop-and-go der Zustellfahrten? Wie wirkt sich das Laden der Akkus auf die Stromnetze aus? Welche Kosteneffekte resultieren aus dem Einsatz von Elektrofahrzeugen? Erfüllen die Fahrzeuge und die Ladetechnik die Erwartungen, wird die Elektroflotte in zwei weiteren Projektphasen erweitert: 2014 kommen rund 40 neue Fahrzeuge hinzu, sodass die Zustellung in ganz Bonn sowie drei umliegenden Zustellgebieten mit Elektrofahrzeugen erledigt wird.

2015 wird der Fuhrpark um rund 20 weitere Elektrofahrzeuge erweitert – und alle verbliebenen Dieselfahrzeuge im Testgebiet ausgemustert. In der Endausbaustufe sollen dann 141 Elektrofahrzeuge unterwegs sein. Damit werden über 500 Tonnen CO₂e pro Jahr eingespart. Gelingt der Bonner Versuch, dann rückt auch die elektromobile Zustellung in anderen Städten und Regionen in greifbare Nähe.

- > STARTSEITE > GESCHÄFT & UMWELT > EFFIZIENZ STEIGERN & ALTERNATIVE TECHNOLOGIEN FÖRDERN
- > VERURSACHER IDENTIFIZIEREN & LÖSUNGEN ENTWICKELN > LANDVERKEHRE > **KURIERFAHRRÄDER**

KURIERFAHRRÄDER ERSETZEN TRANSPORTER

Die Niederlande sind eine Fahrradfahrernation. Deshalb ist es nicht verwunderlich, dass DHL Express Niederlande mit einem Projekt zur umweltfreundlichen Kurierzustellung eine europaweite Vorreiterrolle einnimmt. In dem Projekt, das Anfang 2012 als Pilotversuch begonnen wurde und 2013 in den regulären Betrieb gegangen ist, werden innerstädtische Kurierfahrten nicht mehr mit dem Kleintransporter, sondern per Fahrrad abgewickelt. Dadurch lassen sich in der Kurierzustellung erhebliche Mengen Treibhausgasemissionen einsparen – und die Zusteller sind auf dem Rad in den überfüllten Innenstädten häufig schneller unterwegs als mit dem Auto. Durch den Umstieg auf das Fahrrad ergeben sich außerdem Kosteneinsparungen.

Mit dem Fahrradkurierdienst werden Dokumente und Päckchen transportiert. Neben einem Citybike mit Kuriertasche wurden für das Projekt zwei weitere Modelle entwickelt: ein spezielles Transportfahrrad aus Aluminium, das „Parcycle“, und eine E-Bike-Version dieses leichten Zweirads. Die Parcycles sind mit speziell angefertigten, abschließbaren Aluminiumboxen ausgerüstet, die ein Volumen von 160 Litern bieten. Da die Transportkapazitäten dennoch kleiner sind als bei einem Kleintransporter, wurde ein System entwickelt, um während der Tour neue Sendungen zuladen zu können. Damit steigt das mögliche Transportvolumen auf über 300 Liter pro Tour. Derzeit arbeitet DHL Express Niederlande außerdem an einer „Wechslerbox“, die es ermöglichen soll, schnell und einfach eine leere gegen eine volle Transportbox auszutauschen.

Derzeit werden in den Niederlanden 33 Touren auf Fahrrädern und E-Bikes durchgeführt. In 15 größeren Städten, darunter Amsterdam, Den Haag, Rotterdam und Utrecht sind Kuriere mit dem Fahrrad unterwegs. Das niederländische Modell dient auch als Vorbild für andere Länder: 2013 wurden in Athen und Luxemburg Fahrradkuriertouren eingerichtet, auch Österreich nimmt inzwischen an dem Projekt teil. Pilotversuche in Kroatien und im belgischen Antwerpen befinden sich derzeit in Planung, im britischen Leeds ist bereits ein Pilotprojekt angelaufen.

- > STARTSEITE > GESCHÄFT & UMWELT > EFFIZIENZ STEIGERN & ALTERNATIVE TECHNOLOGIEN FÖRDERN
- > VERURSACHER IDENTIFIZIEREN & LÖSUNGEN ENTWICKELN > LANDVERKEHRE > **STREETSCOOTER**

UNSER ZUSTELLFahrZEUG DER ZUKUNFT: STREETSCOOTER



Mit dem StreetScooter ist Deutsche Post DHL in die Fahrzeugentwicklung eingestiegen. Ziel war es, ein möglichst umweltfreundliches und zugleich ergonomisches Zustellfahrzeug zu entwerfen. Dafür haben wir uns mit der Rheinisch-Westfälischen Technischen Hochschule (RWTH) Aachen zusammengetan.

Der StreetScooter ist ein elektrisch betriebener Kleintransporter, der speziell für den Zustellverkehr entwickelt wurde, bei dem täglich bis zu 200 Stopp- und Anfahrvorgänge anfallen. Bei der Entwicklung wurden die Bedürfnisse von Zustellerinnen und Zustellern abgefragt und berücksichtigt. Ein Ergebnis aus diesem Feedback ist der ergonomische Fahrersitz, der es dem Zusteller ermöglicht, schnell und einfach aus- und einzusteigen. Der StreetScooter erreicht eine Spitzengeschwindigkeit von 85 km/h und hat im Zustellbetrieb eine Reichweite von rund 80 Kilometern. Dabei ist der StreetScooter, der ausschließlich mit Strom aus erneuerbaren Quellen betankt wird, nicht nur klimaneutral, weil frei von CO₂-Emissionen, sondern auch deutlich leiser.

Im Berichtsjahr wurden 50 Vorserienfahrzeuge an verschiedenen Zustellstützpunkten in Deutschland in Betrieb genommen. Der bedeutendste Testlauf findet dabei in Bonn im Rahmen des Pilotprojekts „CO₂-freie Zustellung in Bonn“ statt.

- > STARTSEITE > GESCHÄFT & UMWELT > EFFIZIENZ STEIGERN & ALTERNATIVE TECHNOLOGIEN FÖRDERN
> IMMOBILIEN & GRÜNER STROM

IMMOBILIEN & GRÜNER STROM



Deutsche Post DHL unterhält rund 12.000 Standorte, davon befinden sich rund fünf Prozent in Konzerneigentum, die übrigen 95 Prozent sind angemietet. Die Nutzungsarten und Gebäudetypen sind höchst unterschiedlich: Die Bandbreite reicht von reinen Bürogebäuden über Brief- und Paketzentren bis hin zu Logistiklagern. Entsprechend anspruchsvoll ist das Ermitteln von Verbrauchs- und Emissionsdaten. Um möglichst präzise Verbrauchsdaten zu erhalten, setzen wir auf intelligente Messgeräte.

So vielfältig wie unsere Gebäude- und Nutzungsarten sind auch die Maßnahmen, mit denen die Gebäude energieeffizienter und damit emissionsärmer gemacht werden sollen. Dafür werden alle relevanten Optimierungsmöglichkeiten umfassend analysiert – von der Beheizung und Klimatisierung von Gebäuden über ihre Isolierung und Beleuchtung bis hin zur Möglichkeit einer Installation von Photovoltaikanlagen.

Im Jahr 2013 haben wir unsere konzernweiten Effizienzstandards für Neubauten, Neuanmietungen und Sanierungen ausgeweitet. Diese Standards gelten unter anderem für die Gesamtgestaltung und den Bau sowie für die Innenausstattung.

So haben wir beispielsweise Vorgaben für den Einbau von energiesparenden und damit umweltfreundlichen LED- oder T5-Leuchtmitteln erweitert. Der Einsatz intelligenter Steuerungstechnik, der Einbau von Sensoren und Dimmern, aber auch eine Kampagne, die Mitarbeiter für energiesparendes Verhalten am Arbeitsplatz sensibilisieren soll, sind weitere Bestandteile unserer Bemühungen, Einsparpotenziale bei der Beleuchtung unserer Gebäude zu realisieren.

Im Berichtsjahr haben wir durch die Nutzung von Strom aus nachhaltigen Quellen unsere absoluten Treibhausgasemissionen in unseren Gebäuden und Einrichtungen um sechs Prozent gegenüber dem Vorjahr reduziert. Der entsprechende Energieverbrauch hat absolut zugenommen, teilweise bedingt durch das Wachstum unseres Portfolios und die zunehmenden Volumina an unseren Standorten.

Zu unserem konzernweiten Energieverbrauch zählt außerdem der Strom für den Betrieb unserer

Elektrofahrzeuge.

Energienutzung in Gebäuden und Anlagen (einschließlich Elektrofahrzeugen)

		2011	2012	2013 ¹
Gesamt	Mio. kWh	3.317	3.127	3.394
100% Ökostrom (einschließlich Elektrofahrzeugen)	Mio. kWh	719	745	1.057
Konventioneller Strom	Mio. kWh	1.118	992	768
Erdgas	Mio. kWh	905	864	953
Heizöl ²	Mio. kWh	229	242	248
Fernwärme	Mio. kWh	182	185	202
Fernkühlung	Mio. kWh	9	8	8
Flüssiggas (LPG)	Mio. kWh	156	91	159
Biogas	Mio. kg	0,2	0,4	0,4

¹ Berechnungsgrundlage DIN EN 16258 Standard

² Enthält Mengen von Benzin und Diesel für Notstromversorgung

PWC GEPRÜFT

Natürliche Ressourcen nutzen: 58 Prozent grüner Strom weltweit

Entwicklung Anteil an grünem Strom



PWC GEPRÜFT

Wo immer dies möglich und wirtschaftlich vertretbar ist, nutzen wir Strom aus erneuerbaren Energien. Seit 2013 nutzen auch unsere Geschäftseinheiten in Frankreich, Polen, Portugal, Spanien, Ungarn und den USA Strom aus Wind- und Wasserkraft, Solarenergie und Biomasse.

Dank dieser Umstellung haben wir den Anteil an grünem Strom im Berichtsjahr konzernweit von rund 43 Prozent deutlich auf rund 58 Prozent ausgebaut. Wie im Bericht zur Unternehmensverantwortung 2012 bereits dargestellt, konnte das Ziel, den Anteil an grünem Strom bereits im Jahr 2012 auf 60 Prozent zu erhöhen, nicht erreicht werden. Insbesondere in unserem Wachstumsmarkt Asien ist das Angebot an Strom aus zertifizierten erneuerbaren Energien noch sehr begrenzt, Effekte in anderen

Ländern sind weitgehend ausgeschöpft. Daher wurde wie bereits berichtet der Zeitpunkt der Zielerreichung im ersten Halbjahr 2013 neu festgelegt: Wir beabsichtigen nun, in diesem Jahr unser ambitioniertes Ziel zu erreichen, dass 60 Prozent des von uns genutzten Stroms aus erneuerbaren Energien stammen. Dank vieler Initiativen durch unser Beschaffungsmanagement im Jahr 2013 waren wir am Ende des Berichtsjahres nur noch etwa zwei Prozentpunkte davon entfernt.

Abhängig von der Verfügbarkeit, technischen Spezifikationen und wirtschaftlichen Aspekten setzen wir überdies bevorzugt Biogas als Ersatz für Erdgas ein. Bei der Brauchwasserversorgung unserer Standorte nutzen wir nach Möglichkeit Regenwasser anstelle von Trinkwasser und bereiten das Abwasser wieder auf.

- > [STARTSEITE](#) > [GESCHÄFT & UMWELT](#) > [EFFIZIENZ STEIGERN & ALTERNATIVE TECHNOLOGIEN FÖRDERN](#)
- > [IMMOBILIEN & GRÜNER STROM](#) > **[SMART METER SENKEN ENERGIEVERBRAUCH](#)**

SMART METER SENKEN ENERGIEVERBRAUCH

Deutsche Post DHL in Großbritannien profitiert vom Einsatz sogenannter Smart Meter. Das sind intelligente Messeinrichtungen, die detaillierte Strom- und Gasverbrauchsdaten aufzeichnen.

Die Smart Meter in Großbritannien sammeln jede halbe Stunde Energieverbrauchsdaten. Dadurch kann ein Tagesprofil des Energieverbrauchs erstellt werden, welches im Vergleich zu den üblichen Monatsabrechnungen erhöhte Transparenz bietet. Diese Daten werden dann auf ein benutzerfreundliches Internet-Portal hochgeladen, das es Mitarbeitern ermöglicht, den Energieverbrauch zu überprüfen, Chancen für Verbrauchsreduzierungen zu erkennen und die Auswirkungen der umgesetzten Maßnahmen zu bewerten.

In Großbritannien sind fast 90 Prozent der Strom- und Gaszähler bei Deutsche Post DHL Smart Meter, die kontinuierlich detaillierte und aktuelle Energiedaten liefern und damit unsere Maßnahmen zur Senkung des Energieverbrauchs unterstützen.

> STARTSEITE > GESCHÄFT & UMWELT > *GOGREEN-PRODUKTE & SERVICES*

SHARED VALUE DURCH *GOGREEN*-PRODUKTE & SERVICES



Nachhaltigkeit als Marktfaktor

Unser Geschäftserfolg hängt davon ab, dass wir unsere Kunden genau die Produkte und Services anbieten, die sie brauchen – zu konkurrenzfähigen Preisen und mit gleichbleibend hoher Qualität und Zuverlässigkeit. Doch eine gute Beziehung zwischen Unternehmen und ihren Kunden hängt inzwischen auch von anderen Faktoren ab als nur von Angebot, Preis und Qualität. Kunden wollen wissen, dass ein Unternehmen nachhaltig arbeitet. Sie treffen Kaufentscheidungen auch anhand von Kriterien wie umweltfreundlicher und ressourcenschonender Produktion. Belegbar nachhaltiges Wirtschaften ist damit zu einem wichtigen Marktfaktor geworden. Das wissen wir etwa aus den Ergebnissen der „Green Trends Survey“, in der Deutsche Post DHL im Jahr 2010 die Akzeptanz grüner Logistikdienstleistungen bei Kunden untersucht hat. Darin gaben etwa 59 Prozent aller befragten Geschäftskunden an, dass grüne Transportdienstleistungen in den nächsten zehn Jahren wahrscheinlich oder sehr wahrscheinlich ein entscheidender Faktor bei der Kundengewinnung ihres Unternehmens sein werden.

Aus den Ergebnissen unserer Materialitätsanalyse, die wir im Berichtsjahr durchgeführt haben, wissen wir, dass unsere Kunden Umweltthemen eine sehr hohe Bedeutung beimessen.

Die Ergebnisse der Materialitätsanalyse bestätigen, dass wir mit unseren *GOGREEN*-Produkten und -Services auf dem richtigen Weg sind. Das *GOGREEN*-Angebot entspricht der Shared-Value-Strategie, weil es unsere Marktposition stärkt, indem es unsere Arbeit ökologisch nachhaltiger macht. Wir nutzen dabei das Know-how aus unserem Umweltschutzprogramm, um für unsere Kunden ein umfassendes grünes Produkt- und Dienstleistungsportfolio anzubieten und weiterzuentwickeln.

Mit unseren *GOGREEN-PRODUKTEN* bieten wir unseren Kunden ein ganzheitliches Produktportfolio: Mit unseren CO₂-Reports versetzen wir sie in die Lage, negative Auswirkungen ihrer Aktivitäten auf die Umwelt zu erkennen. Und mit unserem Produkt „Grüne Optimierung“ unterstützen wir sie dabei, die

richtigen Maßnahmen zu ergreifen, um diese negativen Auswirkungen zu reduzieren. Lassen sich negative Einflüsse auf die Umwelt nicht vollständig vermeiden, so können unsere Kunden diese durch unsere klimaneutralen Produkte kompensieren.

Wir achten genau auf eine hohe Qualität unseres Angebots an Produkten und Services. So wählen wir für unsere klimaneutralen Services nur Projekte aus, die höchste Qualitätsstandards erfüllen. Außerdem lassen wir unser Angebot zur Emissionsberechnung und -kompensation jährlich durch ein unabhängiges Prüfunternehmen verifizieren.

> STARTSEITE > GESCHÄFT & UMWELT > GOGREEN-PRODUKTE & SERVICES > TRANSPARENZ DURCH CO₂-REPORTS

TRANSPARENZ DURCH CO₂-REPORTS

Mit unserem Produkt CO₂-Report machen wir die Emissionsauswirkungen unserer Transport- und Logistikdienstleistungen transparent, die unsere Kunden in Anspruch nehmen: Kunden erhalten vollständige Berichte über die Höhe der Treibhausgasemissionen, die durch ihre Transport- und Logistikaufträge mit Deutsche Post DHL entstanden sind.

Kunden in den Unternehmensbereichen EXPRESS und GLOBAL FORWARDING, FREIGHT bieten wir mit dem „Carbon Dashboard“ eine Online-Version des CO₂-Reports an. Hier können Kunden durch Simulationen ermitteln, wie sie mit dem richtigen Transportmodus und dem passenden Produkt ihre CO₂-Emissionen reduzieren können.

Im Berichtsjahr haben wir die Berechnungsmethoden für die CO₂-Reports auf Basis aktueller Produktstandards überarbeitet und aktualisiert. Ab 2014 erfüllen unsere CO₂-Reports die Anforderungen des „GHG Protocol Product Lifecycle Accounting and Reporting Standard“ (GHG Protocol). Diese Weiterentwicklung ist mit unseren konzernweiten Accountingstandards abgestimmt, die ebenfalls im Einklang mit dem GHG Protocol stehen. Mit den neuen CO₂-Reports erhalten unsere Kunden ausführliche Informationen über alle Treibhausgasemissionen, nicht mehr nur über die CO₂-Emissionen.

Außerdem werden in unseren Berichten künftig auch die Emissionen berücksichtigt, die in der Vorkette entstehen, also bei der Gewinnung, Produktion und beim Transport von Energie und Kraftstoff. Das bedeutet, dass wir neben dem Prinzip „Tank-to-Wheel“, also der Ermittlung von Verbrauchsdaten von der Aufnahme von Energie bis zu ihrer Nutzung, Daten gemäß dem umfassenderen „Well-to-Wheel“-Prinzip ausweisen, also von der Erzeugung des Kraftstoffs bis zur Nutzung. Bei fossilen Kraftstoffen reicht diese Betrachtung vom Bohrloch bis zum Auspuff. Bei der Ermittlung des Energieverbrauchs an unseren Standorten werden auch die Emissionen berücksichtigt, die vor und während der Stromerzeugung im Kraftwerk anfallen, sowie alle folgenden Übertragungs- und Verteilungsverluste.

Kunden von EXPRESS und GLOBAL FORWARDING, FREIGHT erhalten darüber hinaus ab 2014 CO₂-Reports, die zusätzlich zum „GHG-Protocol for Products“ auch der DIN EN 16258-Norm entsprechen. Diese CO₂-Reports enthalten neben den Emissionen auch Daten zum Energieverbrauch von Transport und Gebäuden. Die weiterentwickelten CO₂-Reports ermöglichen mehr Transparenz und dadurch ein besseres Management von Kosten und Umweltauswirkungen.

Als erstes Unternehmen der Branche haben wir unser Produktportfolio im Unternehmensbereich GLOBAL FORWARDING, FREIGHT um einen automatischen Emissionsbericht als Teil der onlinebasierten Track & Trace-Services erweitert.

Die CO₂-Reports von GLOBAL FORWARDING, FREIGHT, EXPRESS und erstmalig auch von SUPPLY CHAIN wurden im Berichtsjahr durch das unabhängige Prüfunternehmen „Société Générale de Surveillance“ (SGS) geprüft. Die zugrunde liegende Berechnung und die Methode für die Carbon Reports werden auf jährlicher Basis geprüft. Das Audit für 2013 wurde gemäß den Anforderungen der neuen Standards durchgeführt und wird voraussichtlich März 2014 mit dem offiziellen „Verification Statement“ abgeschlossen.

Die CO₂-Reports sind ein wichtiges Instrument, um unsere umweltfreundlichen Produkte für unsere Kunden transparent zu machen. Dass die Kunden ein ausgeprägtes Interesse daran haben, zeigt die große Nachfrage nach diesem Angebot – im Berichtsjahr stiegen die berichteten CO₂-Emissionen um 72 Prozent. So hat etwa der führende chinesische PC-Hersteller Lenovo im Geschäftsjahr 2012/2013 damit begonnen, die CO₂-Emissionen aus den Transporten seiner Produkte mithilfe des Carbon Dashboard zu erfassen und zu berechnen. Emissionen aus internationalen Luft- und Seetransporten wurden dabei anhand der Lieferdaten von vier Schlüssellieferanten geschätzt, die einen Großteil der weltweiten Logistik organisieren.

Erfasstes CO₂ in GOGREEN-Produkt CO₂-Report (in Tonnen)

Produkt	Unternehmensbereich	Erfasstes CO ₂	
		2012	2013
CO ₂ -Report	BRIEF	77.391	85.745
	EXPRESS	57.026	124.557
	GLOBAL FORWARDING, FREIGHT	945.212	1.898.075
	SUPPLY CHAIN	198.668	86.685
	Konzern (gesamt)	1.278.297	2.195.062

> [STARTSEITE](#) > [GESCHÄFT & UMWELT](#) > [GOGREEN-PRODUKTE & SERVICES](#) > [TRANSPARENZ DURCH CO₂-REPORTS](#)
> [GREEN TRANSFORMATION LAB](#)

GREEN TRANSFORMATION LAB BESCHLEUNIGT DIE ENTWICKLUNG NACHHALTIGER LOGISTIK IM RAUM ASIEN-PAZIFIK

Am 9. Mai 2013 haben DHL und die Singapore Management University (SMU) eine gemeinsame Initiative ins Leben gerufen: das Green Transformation Lab (GTL). Ziel der Initiative ist es, durch Forschung, Bildung und Best-Practice-Beispiele einen Beitrag zu einer nachhaltigeren Logistik im asiatisch-pazifischen Raum zu leisten. Nach dem offiziellen Start ging das Green Transformation Lab (GTL) in Singapur sofort in den Produktionsmodus über. Das mehrköpfige GTL-Team aus Logistikfachleuten von DHL, SMU-Mitarbeitern sowie SMU-Studenten aus den Bereichen IT, Volks- und Betriebswirtschaft sowie den Sozialwissenschaften hat bis Ende 2013 drei Projekte auf den Weg gebracht.

Erstes Vorhaben des GTL-Teams ist eine aktualisierte Version für das bisherige DHL Carbon Dashboard – ein Online-Tool, das die CO₂-Emissionen entlang der Lieferkette eines Herstellers misst und ins Verhältnis zu anderen Steuerungskennzahlen für das Lieferketten-Management setzt.

Parallel erarbeitete das Team eine Studie zur erweiterten Herstellerverantwortung. Dieses Konzept, bei dem ein Hersteller die Verantwortung über den Lebenszyklus seines Produktes hinaus verlängert und eine eventuelle Wiederverwendung, das Recycling oder die ordnungsgerechte Entsorgung anbietet, ist in Europa weit verbreitet. Die Studie analysiert EPR-Trends und -Entwicklungen im Raum Asien-Pazifik und in Afrika. Das dritte Projekt ist eine Studie zum Thema Responsible Business Practice. Darin werden die wesentlichen Auswirkungen der Aktivitäten von Logistikunternehmen auf Gesellschaft und Umwelt ermittelt.

> [STARTSEITE](#) > [GESCHÄFT & UMWELT](#) > [GOGREEN-PRODUKTE & SERVICES](#) > [GRÜNE OPTIMIERUNG](#)

GRÜNE OPTIMIERUNG

Seit dem Start von GoGreen haben wir uns viel Know-how im Bereich der klimaschonenden Logistikprozesse erworben. Diese Kompetenz geben wir auch an unsere Kunden weiter: Mit unserem Service „Grüne Optimierung“ bieten wir ihnen die Möglichkeit, ihren negativen Einfluss auf die Umwelt durch ihre Geschäftsaktivitäten zu reduzieren. Wir beraten Kunden, wie sie die Treibhausgasemissionen ihrer Transport- und Logistikdienstleistungen senken können, oder unterstützen sie dabei, an ihren Standorten Abfall zu vermeiden oder den Wasserverbrauch zu reduzieren.

Entscheidend ist dabei immer, dass unsere Maßnahmen im Rahmen der Grünen Optimierung die Treibhausgasemissionen oder andere negative Auswirkungen auf die Umwelt reduzieren. Diese Maßnahmen müssen stets zusätzliche Einsparpotenziale heben, die der Kunde im Alltagsgeschäft ohne unsere Unterstützung nicht hätte realisieren können. Dafür analysieren wir auf Wunsch die gesamte Lieferkette unserer Kunden und ermitteln, wo welche Emissionen oder negativen Umwelteffekte entstehen. Wir beraten umfassend und empfehlen maßgeschneiderte Lösungen. Anschließend setzen wir die vereinbarten Lösungen gemeinsam mit unseren Kunden um.

Ein Beispiel für unsere Services im Bereich Grüne Optimierung ist DHL EnviroSolutions. Mit den integrierten Umweltschutz- und Logistiklösungen von DHL EnviroSolutions können unsere Kunden ihre Umweltperformance verbessern, also ihren negativen Einfluss auf die Umwelt reduzieren. Die DHL EnviroSolutions-Produkte und -Services stehen Kunden aus allen Branchen zur Verfügung. Wir unterstützen sie etwa bei der Abfallreduzierung und beim Recycling, bei der Einhaltung gesetzlicher Vorgaben zur Herstellerhaftung sowie bei der Optimierung ihrer Lieferketten im Hinblick auf den Umweltschutz.

- > [STARTSEITE](#) > [GESCHÄFT & UMWELT](#) > [GOGREEN-PRODUKTE & SERVICES](#) > [GRÜNE OPTIMIERUNG](#)
- > [DROP ZONE: DHL ENVIROSOLUTIONS UNTERSTÜTZT ALTGERÄTERECYCLING IN AUSTRALIEN](#)

DROP ZONE: DHL ENVIROSOLUTIONS UNTERSTÜTZT ALTGERÄTERECYCLING IN AUSTRALIEN

Im Auftrag der australischen Regierung sollte DHL Supply Chain Australien ein Programm für die Rücknahme von ausgedienten Fernsehgeräten und Computern entwickeln. Das Projekt „Drop Zone“ wurde von [DHL Envirosolutions](#), dem Umweltservicebereich von DHL Supply Chain, entwickelt.

Hintergrund des Projekts ist das „National Television and Computer Recycling Scheme“ der australischen Regierung, worin das Ziel festgelegt ist, die Quote der recycelten Altgeräte zu erhöhen und so zu verhindern, dass wertvoller oder bedenklicher Elektroschrott auf den Mülldeponien landet. Im Juni des Berichtsjahrs 2013 wurde mit mehr als 18.000 Tonnen zurückgegebenen Altgeräten das erste Etappenziel erreicht.

Seit dem Start des Projekts im Mai 2012 hat DHL Supply Chain in Australien weit über 400 „Drop Zones“ eingerichtet. Dabei handelt es sich um Rückgabestationen im Einzelhandel und in kommunalen Recyclinghöfen, an denen Privatpersonen und kleine Unternehmen ihre alten Fernseher, Computer und Monitore kostenlos abgeben können. Bereits jetzt haben mehr als 75 Prozent aller Einwohner im dünn besiedelten Australien Zugang zu den Drop Zones – und es kommen immer noch neuen Stationen hinzu. Die eingesammelten Geräte werden anschließend in qualifizierten Recyclingbetrieben weiterbearbeitet.

- > [STARTSEITE](#) > [GESCHÄFT & UMWELT](#) > [GOGREEN-PRODUKTE & SERVICES](#) > [GRÜNE OPTIMIERUNG](#)
- > **FORMEL E: GRÜNE OPTIMIERUNG FÜR VOLLELEKTRISCHE RENNSERIE**

FORMEL E: GRÜNE OPTIMIERUNG FÜR VOLLELEKTRISCHE RENNSERIE

Seit September des Berichtsjahrs 2013 ist DHL offizieller Logistikpartner der neuen FIA Formel E Weltmeisterschaft, der weltweit ersten vollelektrischen Rennserie. An der Formel E Weltmeisterschaft, die im September 2014 starten wird, nehmen ausschließlich elektrisch betriebene Einsitzer teil. Obwohl bei der FIA Formel E Weltmeisterschaft Hochgeschwindigkeitsrennen ausgetragen werden, hat sie neben dem sportlichen Aspekt auch einen ökologischen: Die Rennserie ist auf Nachhaltigkeit angelegt. Bis hin zur Unterhaltungstechnik auf der Strecke sollen die Umweltauswirkungen der Rennserie detailliert erfasst und optimiert werden. Die Rennserie trägt außerdem dazu bei, die Chancen und Möglichkeiten der Elektromobilität sichtbar zu machen.

DHL wird für die FIA Formel E Weltmeisterschaft umfassende Logistikdienstleistungen erbringen. Dazu gehört der Transport von Rennwagen, Ersatzteilen und Akkus an die zehn weltweiten Austragungsorte. Dabei werden möglichst effiziente und umweltschonende Technologien und Prozesse eingesetzt. So werden Transporte zu den Rennstrecken überall auf der Welt wenn möglich auf dem Wasser statt mit dem Flugzeug abgewickelt. Für unvermeidliche Luftfrachttransporte hat DHL ein Konzept entwickelt, die Rennwagen so zu zerlegen, dass mehrere Fahrzeuge in einem Container transportiert werden können.

DHL bringt als Logistikdienstleister und Partner der Rennserie umfassende Erfahrung in den Bereichen Motorsport und nachhaltige Logistik mit – eine ideale Kombination für die umweltfreundlichste Rennserie der Welt.

- > STARTSEITE > GESCHÄFT & UMWELT > GOGREEN-PRODUKTE & SERVICES
 > AUS CO₂-NEUTRAL WIRD KLIMANEUTRAL

AUS CO₂-NEUTRAL WIRD KLIMANEUTRAL

Seit 2006 bieten wir unseren Kunden mit unseren GOGREEN-Produkten den CO₂-neutralen Versand von Briefen, Paketen und Expresssendungen an. Bei unseren GOGREEN-Produkten haben die Kunden die Gewissheit, dass die Emissionen, die im Versand, in unserer Lagerlogistik oder im Umschlag an unseren Standorten entstehen, in gleicher Höhe kompensiert werden. 2013 wurden insgesamt 2,365 Mrd. Sendungen klimaneutral verschickt (2012: 2,415 Mrd. Sendungen). Neben einem Sendungsrückgang im Briefbereich konnten Paket (von 157 auf 175 Mio.) und Express (von 4 auf 9 Mio.) weiteres Wachstum verzeichnen. Der Ausgleich erfolgt durch die Unterstützung von Klimaschutzprojekten in vielen Ländern der Welt. Im Berichtsjahr haben wir etwa unser Projekt in Lesotho ausgebaut, bei dem wir durch die Verteilung von hocheffizienten Kochern dafür sorgen, dass weniger Feuerholz verbrannt werden muss und damit die klimaschädlichen Emissionen reduziert werden können.

	2011	2012 (angepasst)	2013 ¹
Konzern	134.355	179.889	193.760
BRIEF	101.969	143.806	148.692
EXPRESS	29.713	31.377	42.769
GLOBAL FORWARDING, FREIGHT	2.163	3.721	986
SUPPLY CHAIN	7	316	120
Corporate Center	503	669	1.193

¹ Daten zum CO₂-Ausgleich sind Gegenstand des jährlichen Audits durch SGS. Das Audit wird mit dem offiziellen „Verification Statetement“ abgeschlossen, erwartet im März 2014.

Im Berichtsjahr haben wir unsere Produkte weiterentwickelt und bieten ab Januar 2014 unsere GOGREEN-Produkte nicht mehr nur CO₂-neutral, sondern klimaneutral an. Die Berechnung der Emissionen erfolgt dann nach dem Standard des „Greenhouse Gas Protocol Product Lifecycle Accounting and Reporting“, kurz „GHG Protocol for Products“. Neben den CO₂-Emissionen werden dann auch alle weiteren relevanten Treibhausgasemissionen kompensiert.

Außerdem werden ab 2014 für den Ausgleich auch die in der Vorkette, also bei der Gewinnung, Produktion und beim Transport von Energie und Kraftstoff entstandenen Emissionen mit einbezogen. Dadurch erhöhen wir insgesamt den Beitrag zum Emissionsausgleich durch die Produkte. Unser GOGREEN-Angebot wird ab 2014 also noch ein Stück grüner – und unsere Kunden leisten einen noch größeren Beitrag zum Umweltschutz, wenn sie GOGREEN-Produkte nutzen.

- > STARTSEITE > GESCHÄFT & UMWELT > GOGREEN-PRODUKTE & SERVICES
- > AUS CO₂-NEUTRAL WIRD KLIMANEUTRAL > KLIMASCHUTZPROJEKT: EFFIZIENTE KOCHER FÜR LESOTHO

KLIMASCHUTZPROJEKT: EFFIZIENTE KOCHER FÜR LESOTHO



Ein erfolgreiches Klimaschutzprojekt hat Deutsche Post DHL bereits 2010 in Lesotho im Süden Afrikas gestartet. Dort kochen die Menschen traditionell über offenen Feuerstellen in ihren Hütten. Dafür sind nicht nur große Mengen Holz notwendig, der entstehende Rauch ist auch ungesund für die Menschen und schädlich für die Umwelt.

Im Rahmen unserer GOGREEN-Produkte und Services unterstützt Deutsche Post DHL die Ausgabe der hocheffizienten Brennholzkocher „Save80“. Mit diesen Edelstahlkochern benötigen die Menschen in Lesotho bis zu 80 Prozent weniger Feuerholz als für das Kochen über den traditionellen Feuerstellen. Durch die geringere Rauchentwicklung werden die Gesundheitsgefährdung der Bewohner und die klimaschädigenden Emissionen deutlich reduziert. Außerdem verlangsamt sich durch den geringeren Brennholzbedarf die Rodung der Wälder und damit auch die Bodenerosion.

Bis zum Ende des Berichtsjahrs hat Deutsche Post DHL in Zusammenarbeit mit atmosfair, einem der führenden deutschen

Projektentwickler für die Kompensation von Treibhausgasen, rund 10.000 dieser Brennholzkocher finanziert und an die Bevölkerung von Lesotho ausgeliefert.

Die dadurch erworbenen Emissionsrechte werden im Rahmen der GOGREEN-Produkte und Services genutzt. Ab 2014 sollen durch das auf zehn Jahre angelegte Projekt rund 20.000 Tonnen CO₂ jährlich kompensiert werden. Diese Kompensation wird in Form von CO₂-Credits auf unsere GOGREEN-Sendungen angerechnet. Im Berichtsjahr wurden die ersten 2.000 Credits basierend auf CER Gold Standard-Level anerkannt und für den CO₂-Ausgleich genutzt.

> STARTSEITE > GESCHÄFT & UMWELT > SUBUNTERNEHMER MANAGEN & UNTERSTÜTZEN

SUBUNTERNEHMER MANAGEN & UNTERSTÜTZEN



Scope-3-Emissionen managen

Mit der Ermittlung unserer Scope-3-Emissionen nehmen wir auch unsere Transportpartner (Subunternehmer) in die Pflicht. Das ist umso wichtiger, als rund 80 Prozent unserer Treibhausgasemissionen durch eben solche Vertragspartner verursacht werden. Da uns für die Berechnung dieser Emissionen allerdings in der Regel keine Verbrauchsdaten zur Verfügung stehen, arbeiten wir zusätzlich mit Modellrechnungen, die auf unseren eigenen Betriebsdaten basieren und adäquate Emissionsfaktoren für die verschiedenen Transportmodi berücksichtigen. Wir pflegen ein umfassendes Subunternehmer-Management, um ökologische Aspekte in die Kriterien für die Beauftragung von Subunternehmern mit einzubeziehen.

Zusammen mit unseren Subunternehmern engagieren wir uns in Initiativen zur Reduzierung des Kraftstoffverbrauchs und zur Senkung der Treibhausgasemissionen. Dies ermöglicht uns auch die Beschaffung von Verbrauchs- und Emissionsdaten, die für ein aktives Subunternehmer-Management notwendig sind. Wir beteiligen uns daher an industrieweiten Programmen wie „SmartWay“ der United States Environmental Protection Agency (USEPA) und haben die Gründung der Initiativen Green Freight Europe und Green Freight Asia mit vorangetrieben.

Ziel dieser Initiativen und unserer Aktivitäten ist es, zu einem sinkenden Kraftstoffverbrauch im Frachtgeschäft Europa und im Raum Asien-Pazifik beizutragen, dadurch die Treibhausgasemissionen zu reduzieren und die Frachtkosten langfristig entlang der gesamten Lieferkette zu senken. Das erreichen wir, indem wir gleiche Wettbewerbsbedingungen schaffen: Wir informieren unsere Stakeholder, darunter Subunternehmer, Industrie- und Logistikunternehmen sowie Kunden, aber auch Industrieverbände und Regierungen, über Möglichkeiten, Lieferketten nachhaltig zu gestalten. Wir werden in Kürze damit beginnen, Unternehmen anzuerkennen, die den Kriterien für Grüne Logistik der Zertifikate von Green Freight Europe und Green Freight Asia entsprechen.

Wir arbeiten eng mit unseren Kunden, Lieferanten und sogar Wettbewerbern zusammen – weil wir

wissen, dass wir große Ziele im Klimaschutz nur gemeinsam erreichen können.

- > [STARTSEITE](#) > [GESCHÄFT & UMWELT](#) > [SUBUNTERNEHMER MANAGEN & UNTERSTÜTZEN](#)
- > [SUBUNTERNEHMER-MANAGEMENT IN DER LUFT UND ZU SEE](#)

SUBUNTERNEHMER-MANAGEMENT IN DER LUFT UND ZU SEE

In der Luft- und Seefracht haben wir im Geschäftsfeld Global Forwarding Scorecards für unsere Subunternehmer entwickelt. Diese „Green Carrier Scorecards“ sind ein wichtiger Bestandteil unseres Subunternehmermanagements und ein effektives Instrument, um die passenden Effizienzmaßnahmen zu entwickeln und umzusetzen. Als Mitglied der Clean Cargo Working Group arbeiten wir daran, die Seefracht nachhaltiger zu machen. Im Lufttransport arbeiten wir mit unseren Wettbewerbern und den großen Luftfahrtunternehmen gemeinsam an einer standardisierten Plattform, um mehr Transparenz und bessere Vergleichbarkeit in Bezug auf die Effizienz der Lufttransporte zu erhalten und dadurch negative Auswirkungen auf die Umwelt weiter zu reduzieren.

Unser Seefrachtgeschäft ist in den letzten Jahren deutlich gewachsen, auch weil Güter vom Flugzeug auf das Schiff verlagert werden. Der Verkehrsträger Schiff spielt seine Stärken insbesondere da aus, wo es nicht besonders schnell gehen muss, aber große Mengen Güter effizient transportiert werden sollen, insbesondere im Containergeschäft. Der Überseecontainer hat sich längst zu einem Allzweckvehikel entwickelt, das die Weltmärkte miteinander verbindet und für Wohlstand und eine stetige Versorgung der Märkte sorgt. Als weltweit zweitgrößter Seefrachtspediteur stehen wir in der Verantwortung, die Effizienz unserer Seefrachttransporte zu steigern, um schädliche Emissionen zu reduzieren.

Unsere Seefrachtleistungen werden ausschließlich von Subunternehmern erbracht. Deshalb arbeiten wir auch hier mit einem umfassenden Subunternehmer-Management. Eines unserer wichtigsten Instrumente ist dabei die Green Carrier Scorecard, die Informationen über die ökologische Bilanz und die Treibhausgasemissionen von Reedereien enthält.

Im Berichtsjahr konnten wir die Emissionen in der Seefracht im Vergleich zum Vorjahr um 0,4 Mio. Tonnen senken. Im Rahmen unseres Subunternehmer-Managements waren dafür vor allem der Einsatz modernerer Schiffe und strategische Maßnahmen zur Senkung des Treibstoffverbrauchs (Slow Steaming) durch unsere Subunternehmer verantwortlich.

- > STARTSEITE > GESCHÄFT & UMWELT > SUBUNTERNEHMER MANAGEN & UNTERSTÜTZEN
- > **LANDVERKEHRE: GLOBALER STANDARD ALS ZIEL**

LANDVERKEHRE: GLOBALER STANDARD ALS ZIEL

Im Segment der Landverkehre sind wir mit mehreren Initiativen auf einem erfolgreichen Kurs. Dazu zählen die Netzwerke Green Freight Europe und Green Freight Asia.

Green Freight Europe: Erfolgreicher Ausbau

Die Initiative Green Freight Europe (GFE) wurde 2012 gegründet und hat sich zum Ziel gesetzt, Marktanreize dafür zu schaffen, dass Unternehmen „grüne“ Transportdienstleistungen in Anspruch nehmen. So sollen der Kraftstoffverbrauch im Frachtgeschäft und dadurch die Treibhausgasemissionen sowie die Frachtkosten entlang der gesamten Lieferkette langfristig reduziert werden.

Im Berichtsjahr wurde bei GFE eine Plattform für das Teilen von Best Practices etabliert. Diese dient nun als interaktive Wissens- und Informationsdatenbank für uns und unsere Subunternehmer. Darüber hinaus wurde im Berichtsjahr die 2012 entwickelte „Data Collection Platform“ ausgebaut. 2014 sollen weitere Programm-Komponenten von GFE aufgebaut werden, die Mitglieder dabei unterstützen, Kraftstoff einzusparen und dadurch Kosten und Treibhausgasemissionen zu senken. Dazu zählt beispielsweise der „Carrier Shop“, in dem Mitgliedern kraftstoffsparende Technologien zum Aufrüsten ihrer Fahrzeuge angeboten werden. Außerdem soll es die Möglichkeit günstiger Finanzierungen von Investitionen geben, um Mitgliedern zu helfen, ihre CO₂-Effizienz zu steigern.

Green Freight Asia steht auf eigenen Beinen

Nach dem Vorbild von USEPA SmartWay und Green Freight Europe wurde Green Freight Asia (GFA) als gemeinnützige Organisation in Singapur erfolgreich ins Leben gerufen. Nach einer erfolgreichen Startphase steht das Netzwerk nun auf eigenen Beinen. Im Vorstand des GFA sind Führungskräfte aus jedem der Gründerunternehmen vertreten.

Weitere Initiativen geplant

Wir beteiligen uns weltweit an etlichen vergleichbaren Initiativen, so etwa in Brasilien und Indien und bringen dabei unsere umfassende Erfahrung und unser Know-how aus den bestehenden Initiativen ein.

Unser langfristiges Ziel, an dem wir mit diesen Initiativen arbeiten, ist die weltweite Zusammenarbeit entlang der Lieferkette, von der wir uns unter anderem ein einheitliches Subunternehmer-Management, erhöhte Transparenz und Effizienz sowie eine geringere Umweltbelastung erwarten.

Außerdem engagieren wir uns gemeinsam mit unseren Lieferanten und Subunternehmern in Fachverbänden und Brancheninitiativen, in denen unter anderem branchenweite Standards zur Ermittlung von Emissionsdaten entwickelt werden.

> [STARTSEITE](#) > [GESCHÄFT & UMWELT](#) > [WEITERE UMWELTFAKTOREN](#)

WEITERE UMWELTFAKTOREN: LÄRM & ABFALL VERMEIDEN, NATÜRLICHE RESSOURCEN SCHONEN



Mehr als nur Treibhausgase

Unser konzernweites Umweltmanagement beschränkt sich nicht allein auf CO₂- und andere Treibhausgasemissionen. Wir beschäftigen uns auch mit weiteren schädlichen Umweltfaktoren und versuchen, geeignete Gegenmaßnahmen zu entwickeln. Zu diesen Faktoren zählen im Bereich der Luftbelastung etwa lokal begrenzt wirksame Luftschadstoffe wie Stickoxide, Schwefeldioxid und Feinstaub. Nicht zuletzt zählt zu den schädlichen Emissionen auch immer mehr die Belastung durch Lärm.

Aber Nachhaltigkeit endet nicht bei der Emissionsreduzierung. So hinterfragen und optimieren wir etwa unseren Umgang mit natürlichen Ressourcen wie Holz oder Wasser und engagieren uns für den Erhalt der Biodiversität. Wir entwickeln Lösungen, um Müll möglichst zu vermeiden oder wiederzuverwerten und so die Umweltbelastung durch Müllentsorgung zu reduzieren.

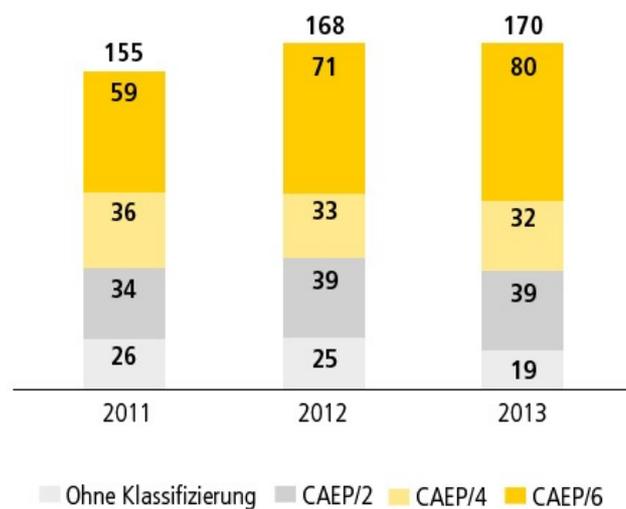
> [STARTSEITE](#) > [GESCHÄFT & UMWELT](#) > [WEITERE UMWELTFAKTOREN](#) > [LUFTQUALITÄT VERBESSERN](#)

LUFTQUALITÄT VERBESSERN

Neben CO₂ entstehen bei der Verbrennung von Kraftstoffen weitere Luftschadstoffe. Dazu zählt neben Stickstoffoxiden (NO_x) und Schwefeldioxid (SO₂) auch Feinstaub (PM₁₀). Wenngleich diese Schadstoffe meist einen räumlich eng begrenzten Wirkungskreis haben, ist ihre negative Wirkung auf Mensch und Natur erwiesen. Durch die Erneuerung unserer Flug- und Fahrzeugflotten erreichen wir eine Reduzierung dieser Luftschadstoffe.

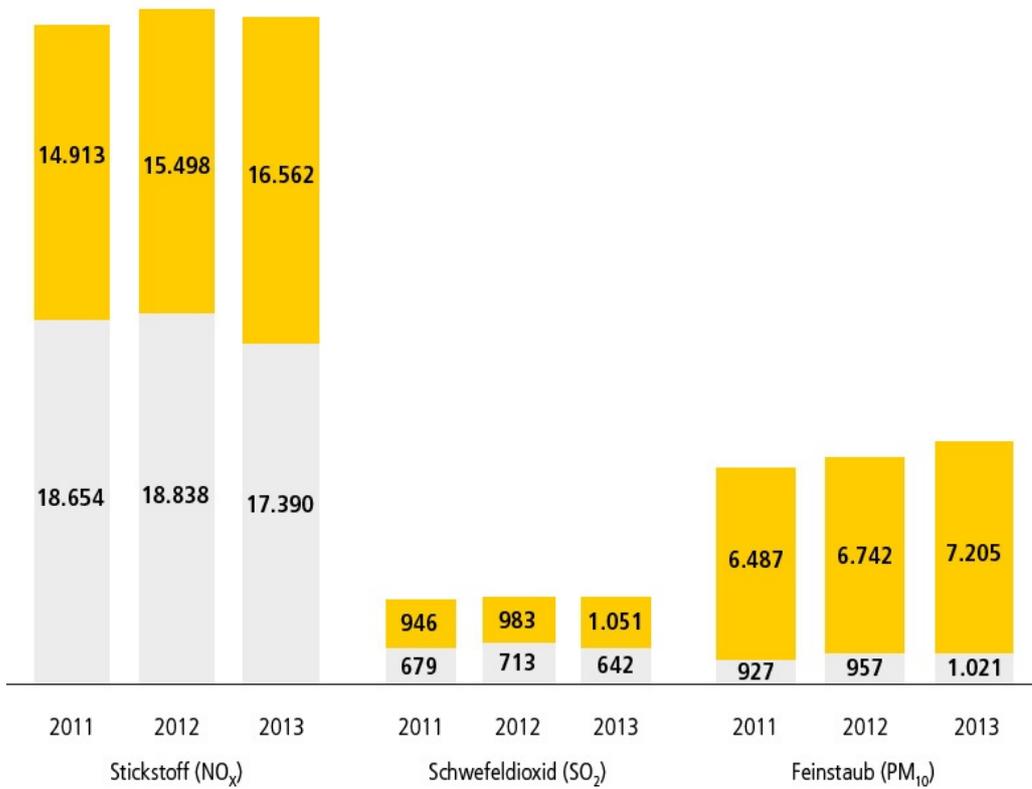
Ein signifikanter Teil unserer Scope1- Treibhausgasemissionen entsteht durch unsere Lufttransportaktivitäten im Unternehmensbereich EXPRESS. Um die Auswirkungen unserer Arbeit auf die Umwelt zu reduzieren, investieren wir in neue, effizientere Flugzeuge. Im Geschäftsjahr haben wir die Modernisierung unserer Flugzeugflotte fortgesetzt: 2013 haben wir den Anteil der Flugzeuge, die der Emissionsklasse CAEP/6 entsprechen, um rund 13 Prozent gesteigert. Die Emissionsklassen werden vom Committee on Aviation Environmental Protection (CAEP) definiert, das zur International Civil Aviation Organization (ICAO) gehört.

Flugzeuge – nach Stickoxid (NO₂)-Emissionsklassen



PWC GEPRÜFT

Emission lokaler Luftschadstoffe¹



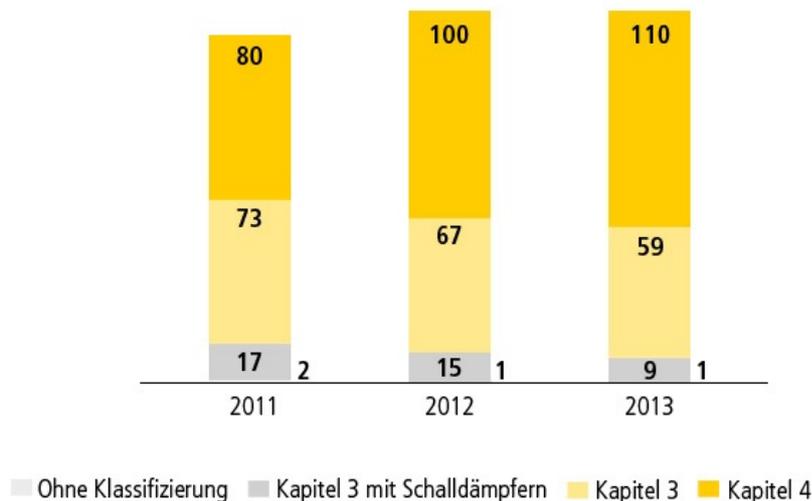
¹ Die Berechnung erfolgt nach Kraftstoffverbrauch, den Emissionsfaktoren der US-Umweltschutzbehörde sowie den Faktoren für Luftschadstoffe aus EMEP/EEA Air Pollutant Emission Inventory Guidebook (2009).

- Luftransport
- Straßentransport

LÄRM REDUZIEREN

Wir sind uns der Belastungen durch unsere Flugzeuge für Anwohner im Umfeld von Flughäfen, insbesondere in der Nacht, sehr bewusst. Durch die kontinuierliche Erneuerung unserer Flotte wollen wir die strengen Lärmstandards der International Civil Aviation Organization (ICAO) erreichen. Im Berichtsjahr haben wir die Zahl der Düsenflugzeuge, die dem strengsten Lärmstandard ICAO Kapitel 4 entsprechen, um zehn Prozent erhöht. Um die Kriterien des ICAO Kapitel 3 zu erfüllen, haben wir außerdem die Zahl der älteren Flugzeuge reduziert, die Lärm mindernde Schalldämmung benötigen. Wir entwickeln kontinuierlich Maßnahmen, um die Lärmemissionen unserer Aktivitäten zu verringern und arbeiten dabei eng mit unseren Stakeholdern zusammen. Mit unseren Investitionen in Elektrofahrzeuge tragen wir außerdem dazu bei, Lärmemissionen in innerstädtischen Gebieten zu reduzieren.

Flugzeuge – nach Lärmschutzklassen



PWC GEPRÜFT

- > [STARTSEITE](#) > [GESCHÄFT & UMWELT](#) > [WEITERE UMWELTFAKTOREN](#) > [LÄRM REDUZIEREN](#)
- > [WENIGER LÄRM IN LEIPZIG](#)

WENIGER LÄRM IN LEIPZIG



An unserem Drehkreuz Leipzig werden wir in den kommenden fünf Jahren insgesamt 150 Mio. Euro in neue Gebäude investieren. Dazu zählt auch ein neues Logistiklager am Südrand des DHL Express-Drehkreuzes, das als Schallschutz wirken und die Belastung durch Lärmemissionen deutlich senken soll. Außerdem haben wir 18 ehemalige Passagiermaschinen vom Typ A300-600 zu Frachtmaschinen umgerüstet. Sie sind im Betrieb deutlich leiser als die ersetzten Flugzeugtypen – und haben dabei eine größere Zuladung und Reichweite. Auch in den kommenden Jahren werden wir unsere Flotte stetig modernisieren, um die Lärmbelastung kontinuierlich zu reduzieren.

> [STARTSEITE](#) > [GESCHÄFT & UMWELT](#) > [WEITERE UMWELTFAKTOREN](#) > **MÜLL VERMEIDEN UND VERWERTEN**

MÜLL VERMEIDEN UND VERWERTEN

Verpackungsmaterialien wie Palettenholz, Plastikfolien oder Kartonagen sind eine Notwendigkeit in der Logistikbranche, die aber auch zur Entstehung von Abfällen führt. Auch in unseren Verwaltungsgebäuden und Anlagen fallen Abfälle an, der größte Teil davon Papiermüll. Angesichts der fortschreitenden Digitalisierung der Arbeitswelt streben wir den zunehmenden Verzicht auf Papier an und arbeiten aktiv darauf hin, die Verschwendung von Papier wo immer möglich zu vermeiden.

Für die Wartung unserer Fahrzeug- und Flugzeugflotte setzen wir größtenteils auf Verträge mit den Herstellern oder mit externen Betrieben. Ebenso verfahren wir bei der Wartung und Entsorgung unserer IT-Infrastruktur. Alle Wartungs- und Entsorgungsverträge enthalten entsprechende Vorgaben zur Einhaltung umweltbewusster Prozesse.

Nicht nur in unserem eigenen Geschäft betreiben wir ein intelligentes und effizientes Abfallmanagement. In unserem Unternehmensbereich SUPPLY CHAIN stellen wir unter dem Namen DHL Enviroolutions unsere Kompetenzen mit Erfolg auch unseren Kunden zur Verfügung.

- > [STARTSEITE](#) > [GESCHÄFT & UMWELT](#) > [WEITERE UMWELTFAKTOREN](#) > [MÜLL VERMEIDEN UND VERWERTEN](#)
- > [J D WETHERSPOON](#)

J D WETHERSPOON UND DHL ENVIROSOLUTIONS: INTELLIGENTE ENTSORGUNGSLOGISTIK SENKT KOSTEN UND SCHONT DIE UMWELT

J D Wetherspoon ist mit mehr als 800 Filialen die größte Pub-Kette in Großbritannien. DHL Supply Chain UK betreibt für J D Wetherspoon das nationale Distributionszentrum. Doch in jedem dieser Pubs entsteht eine Menge Abfall. Als Entsorgungslogistiker von J D Wetherspoon sind wir auch dafür verantwortlich. Die Fahrzeuge von DHL Supply Chain UK beliefern deshalb nicht nur, sie transportieren auch die Abfälle aus den Filialen ab und bringen sie zur Sortierung und Weiterverarbeitung in unser Distributionszentrum.

Bei der Planung der Entsorgungslogistik für J D Wetherspoon standen zwei Ziele im Vordergrund: sowohl die Kosten für unseren Kunden zu senken als auch die negativen Umwelteinflüsse durch die Aktivitäten des Kunden auf ein Minimum zu reduzieren. Der Schlüssel dafür war, die Mengen an Müll, der letztlich auf den Deponien landet, zu senken. Dazu mussten wir unser Abfallmanagement optimieren. Drei Schritte waren dabei entscheidend: zum einen die sorgfältige Überprüfung und Auditierung der Abfall verarbeitenden Unternehmen, mit denen wir zusammenarbeiten. Zweitens haben wir mit den Abnehmern von Wertstoffen umfassend verhandelt, um möglichst gute Preise für wiederverwertbare Abfallstoffe zu erzielen. Und drittens haben wir in unsere Materialrecycling-Anlagen im Distributionszentrum investiert, um wertvolle Reststoffe dort so effizient wie möglich bearbeiten zu können.

Das Ergebnis: In den vergangenen sechs Jahren konnte DHL Envirosolutions 7.000 Tonnen Deponiemüll vermeiden und damit 620.000 Euro Deponiegebühren einsparen. Außerdem wurden mehr als eine Million Euro jährlich an Umsätzen aus dem Recycling erzielt. Die Quote an recycelbaren Wertstoffen und solchen, die wieder aufbereitet werden können, liegt inzwischen bei 100 Prozent. Damit haben wir gleichzeitig die CO₂-Emissionen um mehr als 11.000 Tonnen senken können. Für diesen Erfolg wurde uns 2010 der CIWM Recycling Improvement Award verliehen.

Das Projekt mit J D Wetherspoon ist ein gutes Beispiel für unsere Shared-Value-Philosophie: Durch eine Optimierung unserer Prozesse konnten wir einerseits unsere eigene Marktposition und die unseres Kunden stärken – und gleichzeitig einen Beitrag zum Umweltschutz leisten.

- > [STARTSEITE](#) > [GESCHÄFT & UMWELT](#) > [WEITERE UMWELTFAKTOREN](#)
- > [PAPIER: VERBRAUCH REDUZIEREN & RECYCLING FÖRDERN](#)

PAPIER: VERBRAUCH REDUZIEREN UND RECYCLING FÖRDERN



In unserer [Konzernpapierrichtlinie](#) ist geregelt, dass wir uns bei der Beschaffung von Papier sowie dem Einkauf von Dienstleistungen zur Herstellung und Beschaffung von Papier grundsätzlich für Produkte aus Recyclingpapier entscheiden – mit klar definierten Ausnahmen. Im Rahmen unseres Einkaufsmanagements achten wir zudem darauf, wenn möglich von regionalen Anbietern zu kaufen. So werden nicht nur unnötige Transporte vermieden, wir unterstützen damit auch regionale Papierhersteller und Druckereien. Außerdem arbeiten wir kontinuierlich daran, den Papierverbrauch durch die fortschreitende Digitalisierung unserer Kommunikation konzernweit zu senken.

Vorstandspräsentation auf Recyclingpapier

Es ist ein Anblick, der viele Besucher des Post Towers zunächst überrascht. Jedes Memo, jedes Handout für eine Präsentation ist leicht angegraut. Gedruckt wird in der Konzernzentrale und auch in allen anderen Verwaltungsstandorten nicht auf hochweißes Primärfaserpapier, sondern auf Recyclingpapier. Selbst bei Beschlussvorlagen für den Vorstand und Aufsichtsrat gibt es keine Ausnahme. Neben dem Postgelb und dem DHL-Rot hat der Konzern damit eine inoffizielle dritte Firmenfarbe: Recycling-Weiß.

- > [STARTSEITE](#) > [GESCHÄFT & UMWELT](#) > [WEITERE UMWELTFAKTOREN](#)
- > [GRUNDWASSER SCHÜTZEN & WASSERVERBRAUCH SENKEN](#)

GRUNDWASSER SCHÜTZEN & WASSERVERBRAUCH SENKEN



Wasser ist eine überaus wertvolle Ressource. Im Rahmen unseres konzernweiten Umweltmanagements an unseren Standorten entwickeln wir Maßnahmen, um den Wasserverbrauch zu reduzieren und setzen diese um. So setzen wir etwa beim Bau von Gebäuden auf Systeme zur Wasserrückgewinnung und Wasser sparende Sanitäranlagen.

Neben der Reduzierung des Wasserverbrauchs ist auch der Schutz des Grundwassers eine wichtige Aufgabe. Standorte, die nach ISO 14001 zertifiziert sind, müssen über Präventionsmaßnahmen und Notfallpläne verfügen, um bei einem Unfall die Freisetzung von Wasserschadstoffen zu verhindern.

Für die Wartung unserer Flotte und die Flugzeugenteisung sind hauptsächlich externe Fachanbieter zuständig, deren Expertise einen höchstmöglichen Schutz des Grundwassers gewährleistet.

> STARTSEITE > GESCHÄFT & UMWELT > WEITERE UMWELTFAKTOREN > BIODIVERSITÄT ERHALTEN

BIODIVERSITÄT ERHALTEN



Der Erhalt der Biodiversität, also der biologischen Vielfalt, zählt ebenfalls zu unseren Nachhaltigkeitszielen. Neben direkten Schutzmaßnahmen, die sich unmittelbar auf den Erhalt oder die Ausweitung etwa von Naturschutzgebieten auswirken und damit die Artenvielfalt sichern, setzen wir uns auch durch indirekte Maßnahmen für den Erhalt der Biodiversität ein. Darunter verstehen wir, Aktivitäten bewusst zu vermeiden oder zu reduzieren, die sich negativ auf die Biodiversität auswirken können. Beispielhaft für eine solche indirekte Schutzmaßnahme ist unser Klimaschutzprojekt im afrikanischen Lesotho. Dort haben wir bis Ende 2013 insgesamt 10.000 hocheffiziente Edelstahlkocher finanziert und ausgeliefert. Sie verbrauchen bis zu 80 Prozent weniger Holz, sodass beim Kochen weniger CO₂-Emissionen entstehen. Gleichzeitig wird so die Abholzung der dortigen Wälder verlangsamt und damit die Bodenerosion reduziert.

Außerdem leisten wir einen Beitrag zum Erhalt der Artenvielfalt, indem wir als Logistikdienstleister bei der weltweiten Umsiedlung gefährdeter Tierarten mithelfen. In den vergangenen zwei Jahren haben spezialisierte Teams bei DHL kostenlose Transporte von mehr als 20 Tieren organisiert, deren Art vom Aussterben bedroht ist – darunter drei Nashörner, zwei Tiger und zwei Pandabären.

Auch in unserer Konzernrichtlinie zur Verwendung von flüssigen Biokraftstoffen ist die Biodiversität als ein wichtiger Aspekt verankert.

> [STARTSEITE](#) > [GESCHÄFT & UMWELT](#) > [INNOVATIONEN & INNOVATIONSMANAGEMENT](#)

INNOVATIONEN & INNOVATIONSMANAGEMENT



Wir entwickeln Geschäftsmodelle, die zugleich unserem Unternehmen und der Gesellschaft nutzen. Technische Innovationen sind dabei die entscheidenden Schlüsselfaktoren. Unsere Tätigkeiten in der Erforschung und Entwicklung neuer Technologien bündeln wir in der Geschäftseinheit DHL Customer Solutions & Innovation (CSI). Zusammen mit weiteren Konzerneinheiten entwickelt CSI innovative Konzepte von der ersten Idee bis zur Marktreife.

Unsere Innovationsvorhaben zielen darauf ab, Mehrwert für unsere Kunden zu schaffen, indem wir zum einen Logistikprozesse vereinfachen und automatisieren. Zum anderen dienen unsere Innovationen dazu, Logistikketten sicherer und stabiler zu machen. Ein großer Teil unserer Entwicklungsvorhaben zielt zusätzlich darauf ab, die Logistik in eine CO₂-ärmere Industrie zu verwandeln.

- > STARTSEITE > GESCHÄFT & UMWELT > INNOVATIONEN & INNOVATIONSMANAGEMENT
- > STRATEGISCHE PLANUNG VON INNOVATIONEN

STRATEGISCHE PLANUNG VON INNOVATIONEN



Innovationen treiben wir strategisch auf zwei Wegen voran. Zum einen entwickeln wir aus heute verfügbaren Technologien neuartige, energieeffizientere und robustere Lösungen. Zum anderen engagieren wir uns in der Entwicklung alternativer Technologien.

Dabei suchen wir den Schulterschluss mit Kunden, Lieferanten, Finanzinstituten, der Wissenschaft, Logistikinitiativen, staatlichen und überstaatlichen Institutionen und vielen anderen Bezugsgruppen. Durch diesen kooperativen Ansatz erhöhen wir die Erfolgchancen unserer Innovationsprojekte, beschleunigen diese und vergrößern ihre Wirkung.

Unsere Innovationsprojekte sind vielfältig und der spezifischen Situation angepasst. Im Berichtsjahr haben wir mehrere neue Vorhaben angestoßen und bei laufenden Projekten

wichtige Meilensteine erreicht. Wie die nachfolgenden Beispiele zur City-Logistik in chinesischen Millionenstädten, zum Einsatz intelligenter Fahrzeuge in Indien, zur Stabilisierung von Lieferketten und zum sicheren Medikamententransport zeigen, übernehmen wir auch in unserer Innovationspolitik gesellschaftliche Verantwortung.

- > [STARTSEITE](#)
- > [GESCHÄFT & UMWELT](#)
- > [INNOVATIONEN & INNOVATIONSMANAGEMENT](#)
- > **INNOVATIONEN IN DER PRAXIS**

INNOVATIONEN IN DER PRAXIS

City-Logistik für Chengdu

Im Jahr 2012 erhielt DHL Customer Solutions & Innovation von der Stadtverwaltung Chengdu den Auftrag, eine umfassende Studie durchzuführen, um für Chinas viertgrößte Stadt ein Logistikkonzept zu entwickeln. In Chengdu leben über 14 Millionen Menschen, die unter starker Luftverschmutzung, Verkehrslärm und dem allgegenwärtigen Verkehrsstau leiden.

Der Schwerpunkt der Analyse lag darauf, wie die Menschen in der Stadt möglichst effizient mit Konsumgütern versorgt werden können. Der daraus abgeleitete Plan umfasst die Neugestaltung logistischer Abläufe, städtebauliche Maßnahmen, technische Neuerungen in der Verkehrssteuerung und regulative Elemente.

Das Konzept wurde 2013 in die Detailplanung überführt. Es ist einerseits auf die spezifischen Anforderungen der Stadt Chengdu zugeschnitten und kann andererseits als Vorbild für City-Logistik-Konzepte in anderen Megastädten Chinas dienen. Ein ähnliches Konzept wurde für die Stadt Ningbo mit 7,6 Millionen Einwohnern erarbeitet. Im Jahr 2025 wird es in China acht Megastädte mit mehr als zehn Millionen Einwohnern und rund 130 weitere Millionenstädte geben.

[Weiterlesen](#)

Mehr SmartTrucks für Indien

Mit dem SmartTruck kombiniert DHL in einem Zustellfahrzeug verschiedene innovative Technologiebausteine. Dazu zählt ein dynamisches Tourenplanungssystem genauso wie GPS zur Fahrzeugortung und Navigation. Außerdem besteht in Zukunft die Möglichkeit, Telematikdaten über die aktuelle Verkehrssituation in die Routenplanung einzubeziehen.

Der SmartTruck wurde von DHL Express im August 2011 in Bangalore im Rahmen eines Pilotprojektes eingesetzt. Nach dem erfolgreichen Abschluss des Piloten in Bangalore arbeiten wir seit Anfang 2013 daran, den SmartTruck in sieben weiteren indischen Millionenstädten einzusetzen. Dieser Rollout ist ein großer Schritt für Blue Dart Express in Richtung Automatisierung und Modernisierung und wird bis zum dritten Quartal 2014 andauern.

[Weiterlesen](#)

DHL Resilience360 macht Lieferketten stabiler

Im Berichtsjahr entwickelte DHL Customer Solutions & Innovation einen ganzheitlichen Ansatz zur Überwachung und Stabilisierung von Lieferketten. DHL Resilience360 besteht aus zwei Produkten, einer Risikobewertung von Lieferketten und einer Softwarelösung zu deren Überwachung.

Bei der Risikobewertung untersuchen wir die Lieferketten unserer Kunden in 20 Gefahrenkategorien wie Pandemien, politische Unruhen und Naturkatastrophen. Über die Softwarelösung ist es möglich, Lieferketten in Echtzeit zu überwachen und Störungen zu identifizieren. So ist es im Notfall möglich, im Vorfeld entwickelte Alternativpläne zu aktivieren.

Der wirtschaftliche und gesellschaftliche Nutzen der Lösung ist immens. Unternehmen bleiben in Krisensituationen handlungsfähig und die Versorgung der Menschen mit dringend benötigten Gütern kann besser aufrechterhalten werden.

[Weiterlesen](#)

Sicherer Medikamententransport mit SmartSensor und Thermanet

Viele Medikamente und Arzneigrundstoffe sind temperaturempfindlich. Vor allem moderne Flüssigarzneimittel können ihre Wirksamkeit verlieren, wenn sie zu hohen Temperaturen oder Frost ausgesetzt sind. Der materielle Schaden spielt dabei nur eine untergeordnete Rolle gegenüber den Risiken, die den Patienten entstehen, wenn ihnen unwirksam gewordene Arzneien verabreicht werden.

Mit dem SmartSensor GSM hat DHL ein Überwachungssystem geschaffen, das die Temperatur und überdies die Luftfeuchtigkeit, Erschütterungen und den Lichteinfall direkt an der Arznei aufzeichnet. Darüber hinaus meldet der Sensor den Aufenthaltsort der Sendung. Dies stellt einen wirksamen Schutz vor Diebstahl oder dem Austausch des Medikaments durch Scheinmedikamente während des Transports dar.

2013 entwickelte DHL rund um den SmartSensor RFID, den anderen Sensor der Produktfamilie, den innovativen Luftfrachtservice DHL Thermanet. Das Angebot stellt die Unversehrtheit der Produkte während des gesamten Logistikkreislaufs sicher und ermöglicht es, bei einer drohenden Unterbrechung der Kühlkette schnell einzugreifen. Im Berichtsjahr haben wir den DHL-Thermanet-Standard in über 30 unserer Life-Sciences-Kompetenzzentren eingeführt. Bis Ende 2014 ist die Einführung an 60 Stationen geplant.

[Weiterlesen](#)

- > [STARTSEITE](#) > [GESCHÄFT & UMWELT](#) > [INNOVATIONEN & INNOVATIONSMANAGEMENT](#)
- > [INNOVATIONEN IN DER PRAXIS](#) > [CITY-LOGISTIK FÜR CHENGDU](#)

CITY-LOGISTIK FÜR CHENGDU

Im Jahr 2012 erhielt DHL Customer Solutions & Innovation von der Stadtverwaltung Chengdu den Auftrag, eine umfassende Studie durchzuführen, um für Chinas viertgrößte Stadt ein Logistikkonzept zu entwickeln. In Chengdu leben über 14 Millionen Menschen, die unter starker Luftverschmutzung, Verkehrslärm und dem allgegenwärtigen Verkehrsstau leiden.

Der Schwerpunkt der Analyse lag darauf, wie die Menschen in der Stadt möglichst effizient mit Konsumgütern versorgt werden können. Der daraus abgeleitete Plan umfasst die Neugestaltung logistischer Abläufe, städtebauliche Maßnahmen, technische Neuerungen in der Verkehrssteuerung und regulative Elemente.

Das Konzept wurde 2013 in die Detailplanung überführt. Es ist einerseits auf die spezifischen Anforderungen der Stadt Chengdu zugeschnitten und kann andererseits als Vorbild für City-Logistik-Konzepte in anderen Megastädten Chinas dienen. Ein ähnliches Konzept wurde für die Stadt Ningbo mit 7,6 Millionen Einwohnern erarbeitet.

Im Jahr 2025 wird es in China acht Megastädte mit mehr als zehn Millionen Einwohnern und rund 130 weitere Millionenstädte geben.

Ein Hauptelement des City-Logistik-Ansatzes von DHL in Chengdu ist die Einführung multifunktionaler Umschlagzentren, die von mehreren Logistikunternehmen als Warendrehscheibe genutzt werden können. Gesteuert werden die Umschlagzentren und die Zulieferverkehre über eine zentrale IT-Plattform. Hochrechnungen zeigen, dass sich durch das Konzept und diverse andere Maßnahmen die Auslastung der Fahrzeuge in der City-Logistik von derzeit rund 40 Prozent auf 95 Prozent steigern lässt.

Als städtebauliche Maßnahme schlägt das Konzept vor, an neuralgischen Punkten den Individualverkehr, den Busverkehr und den Frachtverkehr über spezielle Trassen zu leiten und damit zu entflechten. Als regulative Maßnahme ist vorgesehen, dass die in der City-Logistik eingesetzten Fahrzeuge auch die Busspuren benutzen dürfen. Außerdem soll der Individualverkehr in typischen Anlieferzeitfenstern im Innenstadtbereich eingeschränkt werden.

- > [STARTSEITE](#) > [GESCHÄFT & UMWELT](#) > [INNOVATIONEN & INNOVATIONSMANAGEMENT](#)
- > [INNOVATIONEN IN DER PRAXIS](#) > **[MEHR SMARTTRUCKS FÜR INDIEN](#)**

MEHR SMARTTRUCKS FÜR INDIEN

Mit dem SmartTruck kombiniert DHL in einem Zustellfahrzeug verschiedene innovative Technologiebausteine. Dazu zählt ein dynamisches Tourenplanungssystem genauso wie GPS zur Fahrzeugortung und Navigation. Außerdem besteht in Zukunft die Möglichkeit, Telematikdaten über die aktuelle Verkehrssituation in die Routenplanung einzubeziehen.

Der SmartTruck wurde von DHL Express im August 2011 in Bangalore im Rahmen eines Pilotprojektes eingesetzt. Nach dem erfolgreichen Abschluss des Piloten in Bangalore arbeiten wir seit Anfang 2013 daran, den SmartTruck in sieben weiteren indischen Millionenstädten einzusetzen. Dieser Rollout ist ein großer Schritt für Blue Dart Express in Richtung Automatisierung und Modernisierung und wird bis zum dritten Quartal 2014 andauern.

Eine Herausforderung bei der Zustellung von Express-Sendungen in indischen Millionenstädten ist, dass viele Straßen keinen Namen tragen und das Postleitzahlensystem lückenhaft ist. Außerdem sind die Empfängeradressen auf vielen Paketen nur bruchstückhaft angegeben.

Für die Fahrer der Zustellfahrzeuge war die mangelnde Adressqualität ein Problem. Entweder mussten die Fahrer die Empfangsadresse vor Antritt der Fahrt recherchieren oder, wenn dies nicht möglich war, auf ihrer Tour Passanten befragen. Mit dem SmartTruck hingegen erhalten die Fahrer Hilfestellung durch elektronische Systeme. Diese setzen die angegebenen Adressbausteine zu ganzen Adressen zusammen. Daher können die Fahrer nun das Depot im Schnitt 80 Minuten eher verlassen und auf Zustellfahrt gehen. Auf der Abholfahrt sparen die Fahrer dank des Navigationssystems und der Routenoptimierung täglich eine Stunde Arbeitszeit. Die Zahl der gefahrenen Kilometer ging um neun Prozent zurück.

- > STARTSEITE > GESCHÄFT & UMWELT > INNOVATIONEN & INNOVATIONSMANAGEMENT
- > INNOVATIONEN IN DER PRAXIS > **DHL RESILIENCE360 MACHT LIEFERKETTEN STABILIER**

DHL RESILIENCE360 MACHT LIEFERKETTEN STABILIER

Im Berichtsjahr entwickelte DHL Customer Solutions & Innovation einen ganzheitlichen Ansatz zur Überwachung und Stabilisierung von Lieferketten. DHL Resilience360 besteht aus zwei Produkten, einer Risikobewertung von Lieferketten und einer Softwarelösung zu deren Überwachung.

Bei der Risikobewertung untersuchen wir die Lieferketten unserer Kunden in 20 Gefahrenkategorien wie Pandemien, politische Unruhen und Naturkatastrophen. Über die Softwarelösung ist es möglich, Lieferketten in Echtzeit zu überwachen und Störungen zu identifizieren. So ist es im Notfall möglich, im Vorfeld entwickelte Alternativpläne zu aktivieren.

Der wirtschaftliche und gesellschaftliche Nutzen der Lösung ist immens. Unternehmen bleiben in Krisensituationen handlungsfähig und die Versorgung der Menschen mit dringend benötigten Gütern kann besser aufrechterhalten werden.

Bei DHL Resilience360 verfolgen wir einen ganzheitlichen Ansatz. Wir nutzen unsere logistischen Kernkompetenzen und verarbeiten überdies eine Fülle an internen und externen Daten.

Im Rahmen der Risikoanalyse und -bewertung analysieren wir die Lieferketten auf ihre Verwundbarkeit und identifizieren dabei Schwachstellen und Risikoschwerpunkte. Das Ziel ist, die Lieferkette durch kurzfristig wie langfristig wirkende Maßnahmen unempfindlicher gegenüber Störungen zu machen und alternative Abläufe aufzuzeigen.

In einem weiteren Schritt geht es darum, die Agilität bei Störungen innerhalb der Lieferkette zu verbessern. Dazu haben wir eine Plattform geschaffen, in der alle Vorgänge innerhalb der Lieferkette in Echtzeit überwacht werden können. Treten Störungen auf, können Unternehmen schnell darauf reagieren und auf alternative Routen umschwenken. Damit schützen sie sich vor Unterbrechungen der Lieferkette und minimieren ihr Risiko. DHL Resilience360 leistet daher einen wertvollen Beitrag zur ökonomischen Nachhaltigkeit für unsere Kunden.

- > STARTSEITE > GESCHÄFT & UMWELT > INNOVATIONEN & INNOVATIONSMANAGEMENT
- > INNOVATIONEN IN DER PRAXIS > SICHERER MEDIKAMENTENTRANSPORT MIT SMARTSENSOR & THERMONET

SICHERER MEDIKAMENTENTRANSPORT MIT SMARTSENSOR & THERMONET

Viele Medikamente und Arzneigrundstoffe sind temperaturempfindlich. Vor allem moderne Flüssigarzneimittel können ihre Wirksamkeit verlieren, wenn sie zu hohen Temperaturen oder Frost ausgesetzt sind. Der materielle Schaden spielt dabei nur eine untergeordnete Rolle gegenüber den Risiken, die den Patienten entstehen, wenn ihnen unwirksam gewordene Arzneien verabreicht werden.

Mit dem SmartSensor GSM hat DHL ein Überwachungssystem geschaffen, das die Temperatur und überdies die Luftfeuchtigkeit, Erschütterungen und den Lichteinfall direkt an der Arznei aufzeichnet. Darüber hinaus meldet der Sensor den Aufenthaltsort der Sendung. Dies stellt einen wirksamen Schutz vor Diebstahl oder dem Austausch des Medikaments durch Scheinmedikamente während des Transports dar.

2013 entwickelte DHL rund um den SmartSensor RFID, den anderen Sensor der Produktfamilie, den innovativen Luftfrachtservice DHL Thermonet. Das Angebot stellt die Unversehrtheit der Produkte während des gesamten Logistikkreislaufs sicher und ermöglicht es, bei einer drohenden Unterbrechung der Kühlkette schnell einzugreifen. Im Berichtsjahr haben wir den DHL-Thermonet-Standard in über 30 unserer Life-Sciences-Kompetenzzentren eingeführt. Bis Ende 2014 ist die Einführung an 60 Stationen geplant.

DHL Thermonet ist ein umfassendes System, das eine lückenlose Überwachung des Transportprozesses ermöglicht. Die mit der SmartSensor-Technik erhobenen Daten werden an festgelegten Messpunkten zwischen dem Einlieferungs- und Zielort ausgelesen und auf ein Webportal hochgeladen. Damit lässt sich der Temperaturverlauf konkreten Sendungsetappen zuordnen. Sicherheitsmechanismen verhindern, dass die Daten von unberechtigten Dritten ausgelesen oder manipuliert werden.

Auf dem Webportal werden die aufgezeichneten Temperaturdaten und Daten über die Sendungsetappen miteinander verknüpft und bis zu zehn Jahre lang revisionssicher gespeichert. Die Datenplattform, die sogenannte LifeTrack IT-Plattform, entspricht den pharmazeutischen Anforderungen nach US 21 CFR Part 11. Das Qualitätsmanagementsystem von DHL Thermonet erfüllt überdies die Anforderungen der GDP-Richtlinie der Europäischen Union (Good Distribution Practice, Richtlinie für die gute Transportpraxis von Humanarzneimitteln). Die Kunden haben damit die Gewissheit, dass sie mit uns Arzneimittel rechtssicher und normenkonform transportieren – und die Menschen können sich sicher sein, wirksame Medikamente zu erhalten.

> [STARTSEITE](#) > [GESCHÄFT & GESELLSCHAFT](#)



CORPORATE CITIZENSHIP:FÖRDERN & FORDERN

„Living Responsibility“ bedeutet für uns, dass wir uns als aktiven Part der Gesellschaft verstehen. Über unsere Geschäftstätigkeit als Post- und Logistikunternehmen hinaus bringen wir unsere Stärken und Kernkompetenzen ein, um gesellschaftliche Herausforderungen anzugehen.



FÖRDERN & FORDERN. CORPORATE CITIZENSHIP IM BILDUNGSBEREICH (GOTEACH)

Wissen ist der Rohstoff der Zukunft – und der einzige Rohstoff, der sich vermehrt, wenn man ihn teilt. Viele gesellschaftliche Probleme, die aus einer mangelnden oder fehlenden Verteilungsgerechtigkeit von Wohlstand resultieren, könnten vermieden werden, wenn die sozialen Systeme einen Schritt früher, bei der Schaffung von Chancengerechtigkeit, einsetzen würden.



SOFORT & NACHHALTIG. CORPORATE CITIZENSHIP DURCH LOGISTISCHE HILFE BEI NATURKATASTROPHEN (GOHELP)

Wenn sich Naturkatastrophen ereignen, zeigt sich die Weltgemeinschaft solidarisch. Hilfsgüter werden organisiert und losgeschickt, freiwillige Helfer der verschiedensten Organisationen brechen ins Katastrophengebiet auf. Dabei kommt es an nahegelegenen Flughäfen häufig zu Engpässen. Als strategischer Partner der Vereinten Nationen (UN) unterstützen wir mit unserem Konzernprogramm GoHelp die Flughäfen auf zweifache Weise: Als Präventionsmaßnahme bereiten wir Flughäfen auf mögliche Naturkatastrophen vor. Im Katastrophenfall leisten wir Soforthilfe und sorgen dafür, dass Hilfsgüter am Flughafen koordiniert entgegengenommen und den richtigen Hilfsorganisationen übergeben werden, damit die dringend benötigten Dinge möglichst schnell am richtigen Ort eintreffen.



UNSERE MITARBEITER ENGAGIEREN SICH FREIWILLIG LOKAL & WELTWEIT

Unsere Mitarbeiter sind Teil der Gesellschaft und setzen sich in ihrem Privatleben auf vielfältige Weise ehrenamtlich für die Gesellschaft ein. Sie engagieren sich in Sportvereinen, sozialen Projekten, im Umweltschutz, in der Kulturförderung und Bildungsarbeit. Dieses gesellschaftliche Engagement erfährt im Konzern hohe Wertschätzung. Privat engagierte Mitarbeiter kommen mit vielen Lebenswelten in Berührung, erweitern ihren Horizont und verbessern ihre sozialen Kompetenzen. Dies wirkt im Verhalten am Arbeitsplatz und in der Arbeitsmotivation fort. Daher ermuntern wir unsere Mitarbeiter über konzernneigene Freiwilligeninitiativen, sich ehrenamtlich für die Umwelt und die Gesellschaft einzusetzen.

> STARTSEITE > GESCHÄFT & GESELLSCHAFT > CORPORATE CITIZENSHIP

CORPORATE CITIZENSHIP: FÖRDERN & FORDERN



„Living Responsibility“ bedeutet für uns, dass wir uns als aktiven Part der Gesellschaft verstehen. Über unsere Geschäftstätigkeit als Post- und Logistikunternehmen hinaus bringen wir unsere Stärken und Kernkompetenzen ein, um gesellschaftliche Herausforderungen anzugehen.

Unsere Aktivitäten im Bereich Corporate Citizenship sind in unserer Konzernstrategie verankert und nachhaltig angelegt. Mit unserem Konzernprogramm GoTeach verbessern wir dauerhaft die Bildungs- und Berufschancen junger Menschen, mit dem Konzernprogramm GoHelp engagieren wir uns im Katastrophenmanagement an Flughäfen. Überdies unterstützen wir vielfältige lokale Umweltschutz- und Hilfsprojekte, die von unseren Mitarbeitern initiiert worden sind.

Bei diesen Kernaktivitäten setzen wir auf das Engagement und die Expertise unserer Mitarbeiter und kooperieren mit erfahrenen Partnern. So stellen wir sicher, dass unsere Unterstützungsmaßnahmen ein Höchstmaß an Wirkung entfalten. Mit unseren Programmen verfolgen wir stets auch das Ziel, unser Unternehmen langfristig erfolgreich zu machen.

> STARTSEITE > GESCHÄFT & GESELLSCHAFT > GOTEACH: BILDUNGSFÖRDERUNG

CORPORATE CITIZENSHIP IM BILDUNGSBEREICH (GOTEACH)



Wissen ist der Rohstoff der Zukunft – und der einzige Rohstoff, der sich vermehrt, wenn man ihn teilt. Viele gesellschaftliche Probleme, die aus einer mangelnden oder fehlenden Verteilungsgerechtigkeit von Wohlstand resultieren, könnten vermieden werden, wenn die sozialen Systeme einen Schritt früher, bei der Schaffung von Chancengerechtigkeit, einsetzen würden.

Mit unserem Konzernprogramm GoTeach haben wir es uns zur Aufgabe gemacht, die Bildungs- und Berufschancen junger Menschen insbesondere aus benachteiligten Verhältnissen zu verbessern. Dies hat zwei Gründe. Zum einen sind wir als einer der größten Arbeitgeber der Welt darauf angewiesen, überall auf der Welt gut qualifizierte Mitarbeiter zu gewinnen. Bildung ist ein wesentlicher Faktor für die Innovationsfähigkeit und Produktivität von Deutsche Post DHL. GoTeach unterstützt damit unser Kernziel, der Arbeitgeber erster Wahl zu werden. Zum anderen führt Bildung in einer sich schnell verändernden Welt zu mehr Stabilität und Wohlstand. Dies trifft sowohl für den Einzelnen zu als auch für die Gesellschaften und Märkte, in denen wir unternehmerisch aktiv sind.

Bei jedem Engagement im Rahmen von GoTeach bringen sich unsere Mitarbeiter mit ihren individuellen Fähigkeiten und Erfahrungen ein.

> [STARTSEITE](#) > [GESCHÄFT & GESELLSCHAFT](#) > [GOTEACH: BILDUNGSFÖRDERUNG](#) > [UNSERE PARTNER](#)

UNSERE PARTNER: GLOBALES BILDUNGSNETZWERK & ETABLIERTE HILFSORGANISATION



In unserem Konzernprogramm GoTeach kooperieren wir mit zwei international tätigen und anerkannten Partnern. Während Teach For All ein globales Netzwerk ist, das Bildungschancen durch Leadership-Entwicklung schafft, sind die SOS-Kinderdörfer eine etablierte Hilfsorganisation. Gemeinsam mit diesen Partnern verfolgen wir das Ziel, die Potenziale von Kindern und Jugendlichen unabhängig von ihrer sozialen Herkunft zu entwickeln und ihnen einen besseren Start in das Berufsleben zu ermöglichen.

Bildungs- und Berufschancen verbessern (GoTeach): unser Ansatz

Die Bildungschancen junger Menschen verbessern und sie gezielt auf den Berufseinstieg vorbereiten



Mit unserem Partner Teach For All schaffen wir bessere Bildung und mehr Bildungsgerechtigkeit.

Gemeinsam mit den SOS Kinderdörfern die Berufschancen von Jugendlichen verbessern.

Unsere beiden Partnerorganisationen unterstützen wir nicht nur mit finanziellen Mitteln. Vielmehr arbeiten unsere Mitarbeiter auf lokaler Ebene in vielen Projekten mit unseren Partnern und den Kindern und Jugendlichen zusammen. Zum Beispiel geben unsere Mitarbeiter Kindern und Jugendlichen einen Einblick in die Arbeitswelt und helfen ihnen bei der Berufswahl.

> STARTSEITE > GESCHÄFT & GESELLSCHAFT > GOTEACH: BILDUNGSFÖRDERUNG > **TEACH FOR ALL**

TEACH FOR ALL IST BASISARBEIT & BILDUNGSBEWEGUNG



Die Kooperation zwischen Deutsche Post DHL und der globalen Bildungsinitiative Teach For All begann im Jahr 2010. Der Kooperationsvertrag wurde 2013 um drei Jahre verlängert. Mit unserer Unterstützung wuchs das Bildungsnetzwerk von 26 auf 32 unabhängige Länderorganisationen an.

Im Rahmen der Zusammenarbeit unterstützen wir die weltweite Dachorganisation Teach For All sowie sieben Länderorganisationen in Deutschland, Indien, Argentinien, Peru, Chile, Spanien und auf den Philippinen. Die Zusammenarbeit mit der Landesorganisation Teach For the Philippines startete im August 2013. Weitere Partnerschaften auf Landesebene sind geplant. Die Unterstützung erfolgt finanziell, durch Sachspenden und das Engagement unserer Mitarbeiter.

Überall auf der Welt sind Bildungschancen ungerecht verteilt. Teach For All hat sich der Idee verschrieben, dass jedes Kind, unabhängig vom sozialen Status seiner Eltern, Zugang zu exzellenter Bildung haben sollte. Das Modell: Hochschulabsolventen, die neben einem Spitzenabschluss auch über umfassende soziale Kompetenzen verfügen, oder „Young Professionals“, die bereits einige Jahre Berufserfahrung mitbringen, werden von den Teach-For-All-Partnerorganisationen ausgebildet und für zwei Jahre als Lehrkräfte (Fellows) an Schulen in sozialen Brennpunkten eingesetzt. Hieraus ergibt sich ein doppelter Nutzen. Die Lernerfolge der Schüler verbessern sich kurz- und mittelfristig. Die Fellows übernehmen Verantwortung für Veränderung, erweitern ihren Horizont und ihre Leadership-Kompetenzen.

Langfristiges Ziel von Teach For All ist, dass Fellows auch nach Beendigung des Programms Botschafter für Chancengerechtigkeit bleiben und aus verschiedenen Positionen im Bildungsbereich, in öffentlichen Institutionen, privaten oder gemeinnützigen Unternehmen Bildung gestalten. Teach For All hat inzwischen 35.000 Alumni, von denen viele bereits in Führungspositionen sind oder auf diese zusteuern. Im Berichtsjahr waren mehr als 15.000 Fellows im Einsatz. Sie unterrichteten weltweit 1,3 Millionen Kinder und Jugendliche.



Da viele Teach-For-All-Netzwerkpartner sehr junge, dynamisch wachsende Organisationen sind, besteht innerhalb der Bildungsorganisation Beratungsbedarf beim Aufbau von Managementsystemen und Prozessen. Auch hier unterstützen wir unseren Bildungspartner. Wir haben beispielsweise unsere First-Choice-Methodik, mit der wir kontinuierlich Verbesserungsaktivitäten bei Deutsche Post DHL vorantreiben, an die Anforderungen einer Bildungsorganisation angepasst und mit den Netzwerkpartnern von Teach For All mehrere Workshops dazu abgehalten.

Fellows und Schüler unterstützen wir mit Mentoring-Programmen, um sie sowohl bei der persönlichen Entwicklung als auch der weiteren beruflichen Orientierung zu begleiten. Rund 840 unserer Mitarbeiter haben im Berichtsjahr an 65 Partnerschaftsaktivitäten teilgenommen, davon engagierten sich rund 60 Mitarbeiter ehrenamtlich in ihrer Freizeit als Mentoren.

- > STARTSEITE > GESCHÄFT & GESELLSCHAFT > GOTEACH: BILDUNGSFÖRDERUNG > TEACH FOR ALL
 > **LOKALE PROJEKTE**

LOKALE PROJEKTE



- Schüler von Partnerschulen in Lateinamerika und Spanien besichtigten Logistikstandorte von DHL und tauschten sich mit Mitarbeitern über ihren Arbeitsalltag, ihre Erfahrungen und mögliche Karrierewege aus.
- In Deutschland, Chile, Peru und Spanien nehmen Mitarbeiter von Deutsche Post DHL als Mentoren Fellows und Schüler unter ihre Fittiche und helfen rund um die Themen Berufsorientierung und Bewerbung.
- In Indien stifteten DHL und Blue Dart Computer und Büromaterial für mehrere Schulen.
- Mitarbeiter in Argentinien renovierten zusammen mit Lehrern, Schülern und deren Familien die Klassenzimmer an Partnerschulen von Enseñá por Argentina.
- In Peru, Argentinien und Deutschland schlüpfen Mitarbeiter für einen Tag in die Rolle als Lehrer und unterstützten einen Fellow bei seiner Arbeit im Klassenzimmer.
- Mitarbeiter in Deutschland halfen Schülern an einem Aktionstag an der Schule bei der Erstellung von Lebensläufen und Bewerbungsanschriften.
- Mit dem Business4Fellows-Seminar erhielten Fellows von Teach First Deutschland Einblicke in die Wirtschaft und unser Unternehmen Deutsche Post DHL. Beim Seminar konnten die Teilnehmer zunächst ihr ökonomisches Basiswissen auffrischen und anschließend in die Themengebiete Change Management, Kommunikation und Führung einsteigen.
- In Spanien stiftete Deutsche Post DHL Sportgeräte für eine Schule. Bei der Übergabe trat eine DHL-Auswahl zum Fußballspiel gegen eine Schülersmannschaft an.
- Auf den Philippinen veranstalteten Mitarbeiter gemeinsam mit Teach For the Philippines einen Vorleseabend an einer Grundschule, um bei den Schülern Begeisterung für das Lesen zu wecken. Auch

in Peru fand eine Vorleseaktion statt.

- > STARTSEITE > GESCHÄFT & GESELLSCHAFT > GOTEACH: BILDUNGSFÖRDERUNG > TEACH FOR ALL
> **SOZIAL ENGAGIERT & KARRIEREBEWUSST**

„SOZIAL ENGAGIERT & KARRIEREBEWUSST“

Frau Wollmann, bei Teach For All sollen bestens ausgebildete Jungakademiker nicht gleich im Beruf durchstarten, sondern erst einmal zwei Jahre als Lehrkräfte an Schulen in sozialen Brennpunkten arbeiten. Warum opfern junge Leute zwei Jahre ihrer Karriere?

Annette Wollmann: Weil es kein Opfer ist, sondern ein Karrierebaustein. Viele junge Leute gehen erst einmal nach der Hochschule einige Zeit weg und probieren sich aus. Einige gehen auf Weltreise, andere entdecken eine unbekannte Welt drei Bushaltestellen hinter der Uni in einer Schule in einem sozialen Brennpunkt. Wer Fellow bei einer Länderorganisation von Teach For All wird, kann seinem zukünftigen Arbeitgeber einiges dokumentieren: Durchsetzungsstärke, Kommunikations- und Motivationsfähigkeit, Einsatzbereitschaft, den Ehrgeiz, die Welt zum Besseren zu verändern.

Wäre ein krisenerprobter Fellow demnach ein Idealkandidat bei Deutsche Post DHL?

Annette Wollmann: Wir werben Fellows nicht gezielt an, aber einen Bonus haben die Lehrkräfte sicher. Kompetenzen, die exzellente Lehrkräfte haben, werden auch in Führungspositionen im Unternehmen gefordert. Außerdem würden Fellows von ihrem Führungsverhalten gut zu uns passen. Unser in der Konzernstrategie festgelegtes Führungsprinzip lautet Respekt & Resultate. Wir gehen respektvoll mit Kunden, Kollegen, Dienstleistern um, ohne dabei die Resultate zu vernachlässigen. Das Prinzip Respekt & Resultate haben die Fellows in ihren zwei Jahren an den Schulen eingeübt.

Sie haben jetzt sieben Partnerschaften mit Länderorganisationen, 2013 kam Teach for the Philippines dazu. Wie geht es weiter?

Annette Wollmann: Natürlich wollen wir die bestehenden Partnerschaften weiter ausbauen. Wir haben jetzt einige Erfahrungen gesammelt und tauschen uns regelmäßig darüber aus, welche Aktivitäten in den Ländern besonders erfolgreich waren. Dieser Austausch zeigt uns immer wieder, was alles noch im Rahmen der bestehenden Partnerschaften getan werden kann. Darüber hinaus freuen wir uns sehr darauf, im nächsten Jahr mit einer weiteren Länderorganisation von Teach For All die Zusammenarbeit vor Ort zu starten. Geplant ist eine Partnerschaft mit der Organisation Enseña Ecuador, die seit 2013 zum Teach-For-All-Netzwerk gehört.

Annette Wollmann ist Programm-Managerin für die Partnerschaft mit Teach For All

> [STARTSEITE](#) > [GESCHÄFT & GESELLSCHAFT](#) > [GOTEACH: BILDUNGSFÖRDERUNG](#) > [SOS-KINDERDÖRFER](#)

SOS-KINDERDÖRFER: INDIVIDUELL & GLOBAL



In unseren Partnerschaften mit den SOS-Kinderdörfern begleiten wir junge Menschen im Alter zwischen 15 und 25 Jahren beim Übergang in das Berufsleben.

Neben der finanziellen Unterstützung von Bildungsprogrammen und Einrichtungen für

Jugendliche der SOS-Kinderdörfer konzentrieren wir unser Engagement auf Angebote zur Berufsorientierung und Berufsqualifizierung und bieten erste Einblicke in das Arbeitsumfeld.

Über die bereits bestehenden Partnerschaften in Brasilien, Madagaskar, Südafrika, Vietnam, Mexiko, Kenia und Ghana hinaus gingen wir im Berichtsjahr sieben neue Partnerschaften mit SOS-Kinderdorf in Uganda, Äthiopien, Jordanien, Marokko, Peru, Costa Rica und Panama ein. Damit haben wir die Zahl der Partnerschaften verdoppelt und unsere Ziele deutlich übertroffen. Ursprünglich hatten wir geplant, die Zusammenarbeit im Jahr 2013 um mindestens vier Länder auszubauen.

Das Besondere an der Zusammenarbeit ist der enge Kontakt zwischen SOS-Kinderdorf und den Standorten von Deutsche Post DHL. Unsere Mitarbeiter unterstützen die Jugendlichen zum Beispiel als Mentoren. In Praktika erhalten die Jugendlichen wertvolle Einblicke in die Arbeitswelt und lernen, Verantwortung zu übernehmen.

Die Angebote sind dabei auf die Anforderungen und die Möglichkeiten in den einzelnen Ländern zugeschnitten. Durch eine individuelle Unterstützung der Jugendlichen verbessern sich deren Chancen für den Berufseinstieg und damit auf ein eigenes Einkommen und ein selbstbestimmtes Leben.

Im Berichtsjahr haben sich mehr als 700 Mitarbeiter über 10.000 Stunden in unserer Partnerschaft mit den SOS-Kinderdörfern engagiert. So konnten rund 1.200 Jugendliche mit 120 verschiedenen Angeboten in den 14 Partnerländern gefördert werden. Für 2014 planen wir, unser Engagement auf mindestens sechs weitere Länder auszuweiten.



- > STARTSEITE > GESCHÄFT & GESELLSCHAFT > GOTEACH: BILDUNGSFÖRDERUNG > SOS-KINDERDÖRFER
 > **LOKALE PROJEKTE**

LOKALE PROJEKTE



Jean Claude (24) stammt aus Madagaskar. Als Jüngster von acht Geschwistern konnte er erst mit acht Jahren die Schule besuchen. Durch die Förderung im Rahmen der Partnerschaft gelang es ihm, einen Bachelorabschluss als Krankenpfleger zu machen. Er war Klassenbestener. Bereits mit 24 ist er Pflegedienstleiter an mehreren Krankenhäusern und bildet sich ständig weiter.

- Jonathan (17) stammt aus Brasilien. Ein DHL-Mentor half ihm, seine Schüchternheit zu überwinden. Heute macht Jonathan eine Berufsausbildung bei DHL Supply Chain Brasilien. Nach seiner Ausbildung will er an die Universität.
- Sandhya (23) stammt aus Nepal und ist eine hochintelligente junge Frau. Ihr besonderes Talent und die Förderung durch GoTeach ermöglichten es ihr, an der Jacobs-University in Bremen zu studieren. 2012 hatte sie einen vielbeachteten Auftritt bei einer unserer Konferenzen in Bonn. Heute arbeitet Sandhya im Personalbereich von DHL Supply Chain.
- In Madagaskar kamen 400 Jugendliche aus dem ganzen Land zu Berufsorientierungstagen in die Hauptstadt Antananarivo. DHL hatte Kunden und

Partner eingeladen, sich zu präsentieren und den Jugendlichen Möglichkeiten und Anforderungen für den Berufseinstieg aufzuzeigen.

- In Panama, Costa Rica, Mexiko, Brasilien und Südafrika organisierten Kollegen Trainingsprogramme, die sich über mehrere Wochen erstreckten. Umgangsformen im Geschäftsleben, Zeitmanagement und der Umgang mit Geld waren ebenso Inhalt wie Bewerbungstrainings oder Grundlagen des Kundenservice. Einige der Jugendlichen konnten unmittelbar nach den Trainings ein Praktikum absolvieren.
- DHL Äthiopien organisierte einen Existenzgründer-Workshop für 40 Absolventen des SOS-Ausbildungszentrums in Addis Abeba. Ein ähnliches Angebot gab es auch in Uganda.
- In Südafrika haben wir ein mehrstufiges Programm entwickelt. Auf einen Berufsorientierungstag folgen Schnupperpraktika in mehreren Arbeitsbereichen von DHL. Bei Interesse schließen die Jugendlichen ein längeres Praktikum in dem Bereich ihrer Wahl an. Parallel finden Kompetenzworkshops statt und Mentoren begleiten die Jugendlichen bei ihren Entscheidungen.

- > STARTSEITE > GESCHÄFT & GESELLSCHAFT > GOTEACH: BILDUNGSFÖRDERUNG > SOS-KINDERDÖRFER
 > **GELD & ROLLENVORBILDER**

„GELD & ROLLENVORBILDER“

Herr Selig, bei der Unterstützung von Kinderhilfswerken sieht man oft Bilder großer Schecks in der Zeitung. Warum bei Ihnen nicht?

Christoph Selig: Weil wir in der Öffentlichkeit keine großen Schecks ausstellen. Unsere Aktivitäten sind keine reine Charity, sondern wir bieten den SOS-Kinderdörfern etwas an, was diese alleine nicht so leicht leisten können. Nämlich neue Rollenbilder für die Heranwachsenden.

Können Sie das erklären?

Christoph Selig: Die SOS-Kinderdörfer sind eine etablierte Institution mit hoher Reputation auf der ganzen Welt. Sie kümmern sich um Kinder, die ihre Eltern verloren haben oder die Gefahr laufen, ihre Eltern zu verlieren. Es geht also um Waisen und Sozialwaisen. Das Konzept ist, dass diese Kinder in den SOS-Kinderdörfern einen bestmöglichen Familienersatz bekommen. Das funktioniert ganz hervorragend, bis die Kinder etwa 14 oder 15 Jahre sind. Dann entstehen – wie in jeder Familie – neue Herausforderungen.

Weil die Pubertät zuschlägt?

Christoph Selig: Ja, und bei diesen Kindern besonders hart. Sie werden sich in diesem Alter über ihre eigene Lage bewusst, viele fühlen sich stigmatisiert. In diesem Alter werden aber wichtige Entscheidungen getroffen, über den weiteren Schulbesuch, über die Berufswahl. Dabei haben die Kinder in den SOS-Kinderdörfern insbesondere in Entwicklungsländern oft kein Rollenvorbild in beruflicher Hinsicht, weil die Mütter der Ersatzfamilien im Dorf leben und arbeiten. Es geht niemand raus zum Arbeiten. Die Jugendlichen erleben in dieser Phase also nie, dass Mutter oder Vater abends besonders geschäftig oder auch in Hochstimmung nach Hause kommen und von der Arbeit erzählen. Die Jugendlichen haben deshalb relativ wenig Bezug zur Arbeitswelt und entsprechende Berührungspunkte. Sie brauchen positive Rollenvorbilder.

Hier setzen Ihre Freiwilligen an?

Christoph Selig: Unsere Mitarbeiter sind naturgemäß Experten für das Thema Berufseinstieg. Sie haben sich selbst beworben, sie stellen junge Menschen ein, kennen die Bildungslandschaft und die Ausbildungssysteme in ihrem jeweiligen Land. Wir in der Programmsteuerung bitten unsere Mitarbeiter in den Ländern, ihre individuellen Erfahrungen den Jugendlichen im Rahmen von Hospitanzen, Praktika oder Trainingsprogrammen, zu vermitteln. Der Rahmen der Partnerschaft ist global, die Projekte sind immer lokal. Unsere Kooperation in Uganda ist ein ugandisches Produkt, die in Jordanien jordanisch. Alles ist individuell zugeschnitten auf die jeweiligen Herausforderungen, die lokale Einheit von Deutsche Post DHL, den betreuten Jugendlichen und den Mitarbeiter, der sich engagiert. Der kann ebenfalls seine Sozialkompetenz steigern.

Was genau können Mitarbeiter von Deutsche Post DHL aus den Projekten mitnehmen?

Christoph Selig: In vielen Ländern der Welt gibt es immer noch eine ausgeprägte Klassengesellschaft. Angehörige verschiedener sozialer Schichten meiden den Kontakt. Das geht in beide Richtungen.

Die da oben reden aus Standesdünkel nicht mit denen da unten, die da unten aus Scham oder Stolz nicht mit denen da oben?

Christoph Selig: Das ist überzeichnet, aber es gibt diese Berührungspunkte. Bei unseren Projekten begegnen sich benachteiligte Jugendliche und Fahrer und Packer, aber auch Manager. Und oft stellen wir fest, dass unsere Mitarbeiter davon erzählen, dass sie in den Jugendlichen aus den SOS-Kinderdörfern ihre eigenen Kinder wiedererkennen oder sich an ihre eigene Jugend und den Einstieg in den Beruf erinnert fühlen. Durch das Engagement überwinden wir viele soziale Schranken in den Betrieben vor Ort und verbessern die Zusammenarbeit in unseren Teams.

Christoph Selig ist Leiter des GoTeach-Teams von Deutsche Post DHL

> [STARTSEITE](#) > [GESCHÄFT & GESELLSCHAFT](#) > [GOHELP: KATASTROPHENMANAGEMENT](#)

SOFORT & NACHHALTIG. CORPORATE CITIZENSHIP DURCH LOGISTISCHE HILFE BEI NATURKATASTROPHEN (GOHELP)



Wenn sich Naturkatastrophen ereignen, zeigt sich die Weltgemeinschaft solidarisch. Hilfsgüter werden organisiert und losgeschickt, freiwillige Helfer der verschiedensten Organisationen brechen ins Katastrophengebiet auf. Dabei kommt es an nahegelegenen Flughäfen häufig zu Engpässen. Als strategischer Partner der Vereinten Nationen (UN) unterstützen wir mit unserem Konzernprogramm GoHelp die Flughäfen auf zweifache Weise: Als Präventionsmaßnahme bereiten wir Flughäfen auf mögliche Naturkatastrophen vor. Im Katastrophenfall leisten wir Soforthilfe und sorgen dafür, dass Hilfsgüter am Flughafen koordiniert entgegengenommen und den richtigen Hilfsorganisationen übergeben werden, damit die dringend benötigten Dinge möglichst schnell am richtigen Ort eintreffen. Dafür können wir bis zu 400 DHL-Freiwillige mobilisieren, ein jeder Experte auf seinem Gebiet.

Mit GoHelp stellen wir unsere logistischen Kernkompetenzen und unser globales Netz in den Dienst der UN und sind damit in ein weltweites humanitäres System eingebunden. Sämtliche Leistungen im Rahmen von GoHelp erbringen wir unentgeltlich.

- > STARTSEITE > GESCHÄFT & GESELLSCHAFT > GOHELP: KATASTROPHENMANAGEMENT
- > **GARD: VORBEUGEN & NACHHALTEN**

GARD: VORBEUGEN & NACHHALTEN



Mit unserem Programm Get Airports Ready for Disaster (GARD) bereiten unsere Luftfahrt-Logistikexperten in Zusammenarbeit mit dem Entwicklungsprogramm der UN (UNDP) das Flughafenpersonal und Mitarbeiter von Katastrophenschutzbehörden auf die logistischen Herausforderungen nach einem Katastrophenfall vor.

Ein wesentlicher Bestandteil der mehrtägigen GARD-Workshops ist die Risikoanalyse, bei der auf verschiedene Katastrophenszenarien eingegangen wird. Hieraus entwickeln die Workshop-Teilnehmer passende Notfallpläne. In diese werden nach Möglichkeit auch externe Partner eingebunden, beispielsweise lokale Hilfsorganisationen. Weil sich Baulichkeiten und Zuständigkeiten am Flughafen und bei den Partnern verändern können, ist es geboten, die Notfallpläne nachzuhalten. Bei dieser Aufgabe unterstützen wir die Flughäfen mit dem Folgeprogramm GARD plus.

GARD-Workshops erfolgreich durchgeführt

PWC GEPRÜFT

Im Berichtsjahr wurden sechs Flughäfen untersucht und vier Workshops mit über 140 Teilnehmern an Flughäfen in El Salvador, den Philippinen, Armenien und Panama durchgeführt.

> STARTSEITE > GESCHÄFT & GESELLSCHAFT > GOHELP: KATASTROPHENMANAGEMENT
 > **DRT - KATASTROPHENMANAGEMENT**

IN 72 STUNDEN VOR ORT & KOMPETENT IM KATASTROPHENMANAGEMENT



In Zusammenarbeit mit dem UN-Büro für die Koordinierung humanitärer Angelegenheiten (UNOCHA) haben wir ein Netz aus über 400 geschulten Mitarbeitern aufgebaut, die sich freiwillig in den sogenannten Disaster Response Teams (DRT) engagieren. DRT gibt es für Amerika, die Region Naher Osten/Afrika und die Region Asien-Pazifik. Nach Abruf durch die UN sind die DRT innerhalb von maximal 72 Stunden im Katastrophengebiet und nehmen dort ihre Arbeit auf.

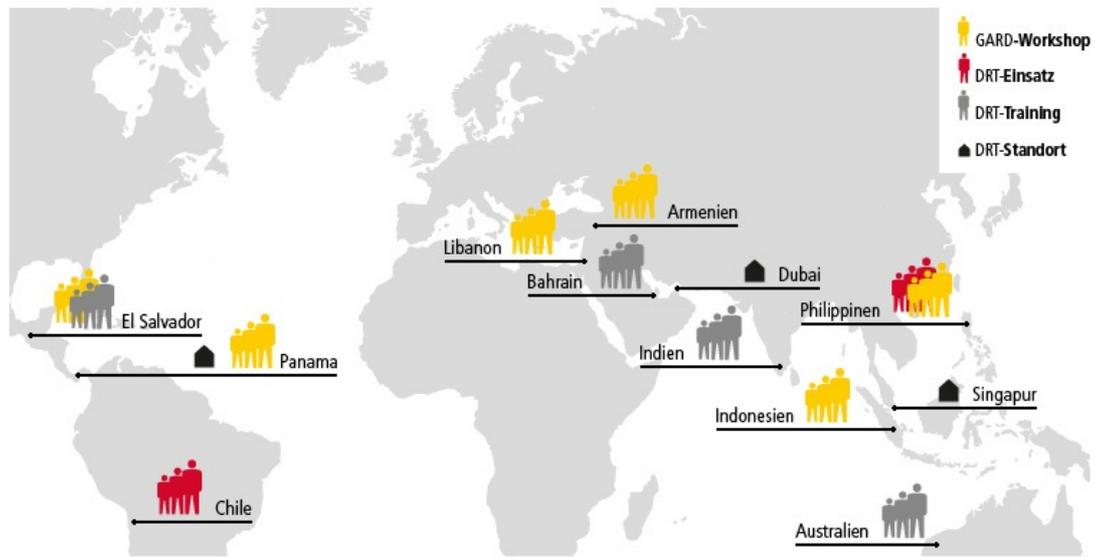
PWC GEPRÜFT

Unsere Mitarbeiter übernehmen am Flughafen unentgeltlich verschiedene logistische Aufgaben: Sie entladen Flugzeugpaletten, lagern Hilfsgüter ein, inventarisieren diese und sorgen für die geordnete Abgabe an die Hilfsorganisationen im Katastrophengebiet. Oft stellen die DRT sogenannte DHL Speedballs zusammen. Dies sind wasserdichte, mit Basis-Hilfsgütern gefüllte Taschen, die als Überlebens-Sets von Hubschraubern aus abgeworfen werden können.

Im Jahr 2013 waren unsere Teams nach Waldbränden in Chile und nach dem verheerenden Taifun Haiyan auf den Philippinen im Einsatz. Dabei haben insgesamt 65 Freiwillige an 29 Tagen Hilfe geleistet.

Im Einsatz leisten unsere freiwilligen Helfer nicht nur harte körperliche Arbeit. Sie müssen auch den in einer Ausnahmesituation vielfältigen organisatorischen Aufgaben gewachsen sein. Darauf bereiten wir unsere Mitarbeiter in regelmäßigen Trainings vor. Im Berichtsjahr nahmen rund 140 Mitarbeiter an vier Schulungen teil. Für das kommende Jahr ist vorgesehen, dass in jeder unserer drei Regionen mindestens eine Schulung stattfindet. Für unsere Einsätze haben wir mit bisher elf Ländern in potenziellen Katastrophengebieten bilaterale Absichtserklärungen (Memorandum of Understanding) unterzeichnet. Durch diese Abkommen werden unter anderem Verantwortlichkeiten und Aufgaben definiert, was Einsätze in diesen Ländern erheblich erleichtert. Außerdem können die Regierungen der Partnerländer unser DRT auch auf direktem Wege anfordern. Im Berichtsjahr wurde ein neues Abkommen mit dem internationalen Flughafen von Panama geschlossen.

Katastrophenmanagement (GoHelp) 2013



- > STARTSEITE > GESCHÄFT & GESELLSCHAFT > GOHELP: KATASTROPHENMANAGEMENT
> ANALYTISCH & UMSICHTIG

„ANALYTISCH & UMSICHTIG“

Frau Birk, wie läuft ein GARD-Workshop ab?

Anna Birk: Im ersten Schritt geht es darum, alle Beteiligten, also die Mitarbeiter des Flughafenbetreibers und der Katastrophenschutz- und Zollbehörden zu sensibilisieren, was in einem Katastrophenfall am Flughafen passiert. Helfer und Hilfsgüter drängen ins Land, vor der Naturkatastrophe flüchtende Menschen strömen an den Flughafen. Von einem geordneten Betrieb kann keine Rede sein. Das haben unsere Helfer im November 2013 auf den Philippinen erlebt. Der Flughafen Mactan auf Cebu, über den die Hilfsaktion nach dem Taifun Haiyan schwerpunktmäßig abgewickelt wurde, ist ein Provinzflughafen. Normalerweise landen dort nur einige wenige Frachtmaschinen im Jahr. Während der Hilfsaktion kamen dort aber mehrere Maschinen pro Tag an.

Wie können sich Flughäfen auf diese Welle der Hilfsbereitschaft vorbereiten?

Anna Birk: Bevor konkrete Maßnahmen beschlossen werden können, muss erst eine Risikoanalyse getroffen werden. Unser Partner UNDP, also das Entwicklungsprogramm der Vereinten Nationen, hat im Vorfeld schon ausgearbeitet, welche Naturkatastrophen in der Region drohen, und wie viele Menschen über den Flughafen versorgt werden müssen. Dann geht es darum, die logistischen Kapazitäten zu untersuchen. Dazu gibt es einen 80-seitigen Fragebogen, mit vielen wichtigen Detailfragen, die in den Workshops und in Ortsbegehungen am Flughafen geklärt werden.

Können Sie uns Beispiele für die Detailfragen nennen?

Anna Birk: Da geht es um Lagermöglichkeiten für Hilfsgüter, auch um Kühllager für Medikamente, um die Stromversorgung des Flughafens und um Kommunikationsmöglichkeiten mit der Außenwelt. Dann muss geklärt sein, welche Sicherheitsmaßnahmen es gibt, etwa zum Schutz vor Plünderungen, und wer das Recht hat, Hilfsgüter abzuholen. Zum Katastrophenmanagement gehört aber auch, dass im Vorfeld vordergründig nebensächliche Dinge geklärt sind, etwa wo und wie die oft große Zahl an Helfern am Flughafen mit Essen und Trinken versorgt wird oder wo das Pressezentrum aufgebaut wird. Das alles ist Bestandteil der Notfallpläne. Natürlich muss im Katastrophenfall trotzdem improvisiert werden. Aber durch ein planvolles Vorgehen können die Hilfsorganisationen wertvolle Zeit gewinnen.

Anna Birk ist Programm-Managerin für GARD

> STARTSEITE > GESCHÄFT & GESELLSCHAFT > VOLUNTEERING

UNSERE MITARBEITER ENGAGIEREN SICH FREIWILLIG LOKAL & WELTWEIT



Unsere Mitarbeiter sind Teil der Gesellschaft und setzen sich in ihrem Privatleben auf vielfältige Weise ehrenamtlich für die Gesellschaft ein. Sie engagieren sich in Sportvereinen, sozialen Projekten, im Umweltschutz, in der Kulturförderung und Bildungsarbeit. Dieses gesellschaftliche Engagement erfährt im Konzern hohe Wertschätzung. Privat engagierte Mitarbeiter kommen mit vielen Lebenswelten in Berührung, erweitern ihren Horizont und verbessern ihre sozialen Kompetenzen. Dies wirkt im Verhalten am Arbeitsplatz und in der Arbeitsmotivation fort. Daher ermuntern wir unsere Mitarbeiter über konzernneigene Freiwilligeninitiativen, sich ehrenamtlich für die Umwelt und die Gesellschaft einzusetzen.

> STARTSEITE > GESCHÄFT & GESELLSCHAFT > VOLUNTEERING > GLOBAL VOLUNTEER DAY

200.000 STUNDEN FREIWILLIGENARBEIT BEIM GLOBAL VOLUNTEER DAY

 > **100.000 Mitarbeiter**

 > **1.578 Projekte**

 > **127 Länder**

 > **203.000 h Freiwilligenarbeit**

Das größte koordinierte Freiwilligenprogramm für unsere Mitarbeiter ist unser jährlicher Global Volunteer Day. Die Idee stammt aus der Region Asien-Pazifik, wo der erste Freiwilligentag bereits 2008 stattfand. Seit 2011 rufen wir unsere Mitarbeiter weltweit auf, freiwillig an einem lokalen sozialen oder Umweltschutzprojekt mitzuarbeiten, seit dem Berichtsjahr finden solche Aktivitäten ganzjährig statt. Inzwischen bauen viele lokal tätige Projekte und Hilfsorganisationen auf die Unterstützung unserer Mitarbeiter und bitten bei Projekten, die sie nicht aus eigener Kraft stemmen können, um unsere Mithilfe. Der Aktionszeitraum ist jeweils schwerpunktmäßig im September, Termine und Aktionen werden auf Landes- oder regionaler Ebene mit den Projektträgern abgestimmt.

Auch beim Global Volunteer Day 2013 gab es keine Ermüdungserscheinungen. Das Engagement unserer Mitarbeiter hat sich vielmehr gegenüber dem Vorjahr, in dem sich rund 62.000 Mitarbeiter von Deutsche Post DHL und überdies annähernd 1.000 Mitarbeiter von Kunden und Geschäftspartnern weltweit in über 1.000 lokalen Projekten engagierten, nahezu verdoppelt. Im Berichtsjahr beteiligten sich rund 100.000 Mitarbeiter von Deutsche Post DHL und mehr als 3.000 Mitarbeiter von Kunden und Geschäftspartnern an 1.578 Projekten in 127 Ländern. Damit engagierte sich mehr als jeder fünfte unserer Mitarbeiter unentgeltlich und freiwillig in sozialen Projekten oder Umweltschutzprojekten auf lokaler Ebene.

PWC GEPRÜFT

Zum ersten Mal haben wir 2013 auch die geleisteten Stunden unserer Mitarbeiter in den Projekten erfasst, um die Leistung und die Bedeutung besser erfassen und vermitteln zu können. Während der Aktionstage beim dritten Global Volunteer Day wurden rund 203.000 Zeitstunden an Freiwilligenarbeit geleistet. Dies entspricht 25.375 achtstündigen Arbeitstagen oder 5.075 Arbeitswochen zu 40 Arbeitsstunden.

PWC GEPRÜFT

Die Projekte sind vielfältig. Unsere Mitarbeiter helfen dabei, Flüsse zu renaturieren, sie sammeln Müll an Stränden, Flussufern und in Biotopen ein, verpassen Kindergärten und Schulen in sozialen Brennpunkten einen neuen Anstrich oder organisieren Gemeinschaftsaktivitäten für Kinder und Jugendliche, betätigen sich als Aufbauhelfer bei Nachbarschaftsfesten, transportieren kostenlos Therapiegeräte, musizieren für demenzkranke Menschen oder helfen Jugendlichen dabei, Bewerbungsunterlagen anzufertigen.

Mit unseren Aktivitäten beim Global Volunteer Day beabsichtigen wir, auch außerhalb des Aktionszeitraums dauerhafte Beziehungen zwischen unseren Mitarbeitern und den Projektpartnern zu etablieren. Dieses Ziel erreichen wir immer häufiger. Daher beziehen wir auch künftig die unterjährig geleisteten Arbeitsstunden in unsere Berichterstattung ein. Den Global Volunteer Day werden wir im kommenden Jahr als Impulsveranstaltung beibehalten.

- > [STARTSEITE](#) > [GESCHÄFT & GESELLSCHAFT](#) > [VOLUNTEERING](#) > [GLOBAL VOLUNTEER DAY](#)
> [TAG AM MEER IN VENEZUELA](#)

TAG AM MEER IN VENEZUELA



Seit 26 Jahren ruft die US-amerikanische Umweltorganisation Ocean Conservancy jeweils am dritten Sonntag im September weltweit zum „International Coastal Cleanup“ auf. Angeschwemmter Müll an den Stränden ist nicht nur unschön. Für Küstenvögel, Fische und Meeresschildkröten ist Plastikmüll sogar lebensgefährlich. Die Tiere können verschluckte Plastikteile oft nicht mehr ausscheiden und sterben an inneren Blutungen – oder verhungern schlicht, weil sie durch das Plastik im Magen ein ständiges Sättigungsgefühl erleben.

Beim Global Volunteer Day 2013 folgten über 250 Mitarbeiter von DHL in Venezuela dem Aufruf, sich am International Coastal Cleanup zu beteiligen. Sie durchkämmten gemeinsam die Strände bei La Guaira, Maracaibo und Puerto Cabello und trugen tonnenweise Unrat zusammen.

- > [STARTSEITE](#) > [GESCHÄFT & GESELLSCHAFT](#) > [VOLUNTEERING](#) > [GLOBAL VOLUNTEER DAY](#)
- > [HR-BASISARBEIT: LEBENS LAUF-CHECK IN BONN](#)

HR-BASISARBEIT: LEBENS LAUF-CHECK IN BONN



Die Karl-Simrock-Schule ist eine Bonner Gemeinschaftshauptschule für Berufsorientierung. Zwischen der Schule und Deutsche Post DHL gibt es bereits seit längerem bestehende, enge Verbindungen. Einige unserer Mitarbeiter sind im Rahmen des Bildungsprogramms GoTeach als Chance4you-Schülermentoren aktiv. Seit September 2013 ist die Schule überdies eine der Partnerschulen von Teach First Deutschland. Deutsche Post DHL unterstützt Teach First Deutschland im Rahmen der strategischen Partnerschaft mit Teach For All seit 2009 als Hauptförderer.

Um die 75 Schüler der neunten Klassen im Oktober für die Bewerbungsphase für ein dreiwöchiges berufsorientiertes Praktikum fit zu machen, gingen 42 Mitarbeiter in ihrer Freizeit in die Schule. Die Aufgabenstellung lautete ausdrücklich nicht, den Jugendlichen perfekte Anschreiben und Lebensläufe vorzuschreiben, sondern die Hauptschüler zu befähigen, dass diese ihre Bewerbungsunterlagen zukünftig selbstständig niederschreiben und gestalten können.

Einen ganzen Vormittag verbrachten die Bewerbungstrainer und die Schüler miteinander, um Lebensläufe zu erstellen und die richtige Formulierung für das Bewerbungsanschreiben zu finden. Insgesamt wendeten unsere Freiwilligen 168 Stunden auf und gaben den Jugendlichen viele Ratschläge, worauf Unternehmen bei Bewerbern Wert legen und wie sie sich im Bewerbungsgespräch gut präsentieren.

- > [STARTSEITE](#) > [GESCHÄFT & GESELLSCHAFT](#) > [VOLUNTEERING](#) > [GLOBAL VOLUNTEER DAY](#)
- > [DHL SINOTRANS LIEFERT WHEELSPUSWINGS](#)

DHL SINOTRANS LIEFERT WHEELSPUSWINGS



Die Initiative WheelsPlusWings hat sich hohe Ziele gesetzt. Sie organisiert für Kinder und Jugendliche mit Behinderungen in China und anderen Ländern Asiens Rollstühle. Sie sind modern, leichtgängig, passend – und bunt lackiert. Die Rollstühle sind für die Kinder und Jugendlichen (und deren Eltern) weit mehr als nur ein Fortbewegungsmittel. Mit den Rollstühlen wird es möglich, dass die Kinder das Haus verlassen, die Schule besuchen und trotz ihrer Behinderung einen Platz im Leben finden können. Für die Initiatoren von WheelsPlusWings ist der Rollstuhl folglich auch das Transportmittel einer größeren Idee: Die Gesellschaft soll erkennen, zu welchen Leistungen Menschen mit Behinderungen fähig sind, auch mentale Barrieren sollen fallen.

Seit 2013 ist DHL Sinotrans Logistikpartner für WheelsPlusWings und übernimmt kostenfrei den Transport der Rollstühle. Eine der Ersten, die einen neuen Rollstuhl bekamen, ist die 20-jährige Mengxing. Die junge Frau hat Glasknochen und wird seit mehreren Jahren von WheelsPlusWings unterstützt. Weil sie früher das Haus nicht verlassen konnte, eignete sie sich autodidaktisch das Zeichnen und Malen an. Ihr Stil: comichafte Selbstporträts, in denen sie ihre Behinderung thematisiert.

Der 21. September 2013 war für Mengxing ein besonderer Tag. Die junge Frau konnte am Global Volunteer Day nicht nur einen neuen Rollstuhl entgegennehmen, sondern in Peking die Vernissage ihrer ersten Einzelausstellung grafischer Arbeiten und Gemälde feiern. Die Ausstellung war gut besucht, Botschafter, Manager internationaler Unternehmen, andere Künstler und Filmleute kamen vorbei. Die junge Frau hat nun zwei Ziele: Sie will an ihrer Karriere als Künstlerin arbeiten und sucht außerdem nach einer Schule, die sie aufnehmen möchte.

- > [STARTSEITE](#) > [GESCHÄFT & GESELLSCHAFT](#) > [VOLUNTEERING](#) > [GLOBAL VOLUNTEER DAY](#)
- > [DHL & BLUE DART INDIEN UNTERSTÜTZEN TEACH FOR INDIA](#)

DHL & BLUE DART INDIEN UNTERSTÜTZEN TEACH FOR INDIA



Häufig helfen unsere Mitarbeiter am Global Volunteer Day Schulen, die wir bereits im Rahmen unserer globalen GoTeach-Partnerschaft mit Teach For All unterstützen. Vom 7. bis 12. September 2013 machten sich in Indien 227 Mitarbeiter auf, um über 1.500 Kindern an zehn Teach-For-India-Schulen und fünf weiteren Schulen ein buntes Alternativprogramm zum Schulalltag zu bieten.

In Pune sprachen unsere Mitarbeiter vor Schulklassen zu Gesundheits-, Hygiene-, Umweltschutz- und Sicherheitsthemen. In Gurgaon, einem Vorort der Metropole Delhi, schlüpften unsere Mitarbeiter in die Rolle von Aushilfslehrern und klärten Jugendliche darüber auf, wie wichtig mathematische sowie natur- und gesellschaftswissenschaftliche Kenntnisse im Berufsleben sind. In Ahmedabad waren unsere Mitarbeiter an zwei Schulen aktiv. In einer Schule für Kinder mit Behinderungen spielten sie mit 90 Kindern Spiele wie „Reise nach Jerusalem“ und belohnten die Rundensieger mit Preisen, an einer anderen Grundschule in einem sozialen Brennpunkt lasen unsere Mitarbeiter Geschichten vor und veranstalteten einen Malwettbewerb. Einen weiteren Malwettbewerb organisierten unsere Mitarbeiter in Mumbai.

> [STARTSEITE](#) > [GESCHÄFT & GESELLSCHAFT](#) > [VOLUNTEERING](#) > [LIVING RESPONSIBILITY FUND](#)

ZUZAHLUNG DURCH DEN LIVING RESPONSIBILITY FUND



Beim Global Volunteer Day und anderen Initiativen krempeln unsere Mitarbeiter die Ärmel hoch und leisten Freiwilligenarbeit. Zusätzlich können lokale gemeinnützige Projekte eine finanzielle Unterstützung durch unseren Konzern erhalten. Voraussetzung für eine Förderung ist, dass sich mindestens zwei Mitarbeiter in dem jeweiligen Projekt mit ehrenamtlicher Arbeit einbringen. Über den Living Responsibility Fund leisten wir so finanzielle Impulszahlungen an lokale Partnerorganisation, die damit ihr Engagement weiter ausbauen können. Gespeist wird der Fund aus Konzernmitteln.

Eine interne Jury, die sich aus Vertretern der Unternehmensbereiche und dem Corporate Center zusammensetzt, wählt die Projekte für die Förderung aus. Die Höhe der Fördersumme ist auf 4.000 Euro je Projekt begrenzt und richtet sich nach der Anzahl der ehrenamtlich erbrachten Stunden der Mitarbeiter im Jahr der Bewerbung. Im Jahr 2013 leistete der Living Responsibility Fund Zuzahlungen bei 93 Projekten, die von Mitarbeitern aus 39 Ländern eingereicht wurden und in denen mehr als 6.000 Mitarbeiter über 44.000 Zeitstunden oder umgerechnet 5.500 achtstündige Arbeitstage an ehrenamtlicher Arbeit geleistet haben.

- > STARTSEITE > GESCHÄFT & GESELLSCHAFT > VOLUNTEERING
- > WE HELP EACH OTHER: KOLLEGEN HELFEN KOLLEGEN

KOLLEGEN HELFEN KOLLEGEN



Einen Beleg für den guten inneren Zusammenhalt im Unternehmen und die ausgeprägte Solidarität unter Kollegen liefert unser interner Hilfsfonds „We help each other“ (WHEO). In diesen Fonds können Mitarbeiter aus allen Konzerngesellschaften Spenden einzahlen oder an ihren Standorten Sammelaktionen organisieren und das darüber gesammelte Geld gebündelt dem Fonds zukommen lassen. Der Fonds verwendet die Mittel, um den Mitarbeitern, die Opfer einer Naturkatastrophe geworden sind, schnell und unbürokratisch finanziell unter die Arme zu greifen. Der Hilfsfonds ist weltweit tätig.

Im Berichtsjahr unterstützte WHEO 240 Mitarbeiter in den Philippinen, Mexiko, Spanien, USA, Argentinien und Deutschland. In Deutschland waren es 103 Beschäftigte, die im Juni 2013 Opfer des Jahrhunderthochwassers an Elbe und Donau geworden waren. Nach einem gemeinsamen Spendenaufruf von Vorstand und Arbeitnehmervertretung gingen allein zur Unterstützung dieser Kollegen Spendengelder in Höhe von rund 70.000 Euro ein. Der Konzernvorstand hat daraufhin beschlossen, dem Hilfsfonds Konzernmittel in der Höhe der eingesammelten Spenden zur Verfügung zu stellen und damit die Spendensumme zu verdoppeln. Auch nach den schweren Unwettern auf den Philippinen im August und insbesondere nach der Taifun-Katastrophe im November 2013 spendeten die Mitarbeiter für ihre Kollegen so zahlreich, dass 124 Beschäftigte unterstützt werden konnten.



> [STARTSEITE](#) > [DATEN & FAKTEN](#) > [PRÜFBESCHEINIGUNG](#)

BESCHEINIGUNG ÜBER EINE UNABHÄNGIGE BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHE PRÜFUNG

An die Deutsche Post AG, Bonn

Wir haben auftragsgemäß eine betriebswirtschaftliche Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit hinsichtlich ausgewählter Angaben im Online-Bericht zur Unternehmensverantwortung 2013 der Deutsche Post, AG, Bonn, (im Folgenden: die Gesellschaft), für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2013 (im Folgenden der "Corporate Responsibility Bericht") durchgeführt.¹

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

Der Vorstand der Gesellschaft ist verantwortlich für die Erstellung des Corporate Responsibility Berichts in Übereinstimmung mit den in den Sustainability Reporting Guidelines Vol. 3.1 (Seite 7 bis 17) der Global Reporting Initiative (GRI) genannten Kriterien:

- Wesentlichkeit,
- Einbezug von Stakeholdern,
- Nachhaltigkeitskontext,
- Vollständigkeit,
- Ausgewogenheit,
- Klarheit,
- Genauigkeit,
- Aktualität,
- Vergleichbarkeit und
- Zuverlässigkeit.

Diese Verantwortung umfasst zum einen die Auswahl und Anwendung angemessener Methoden zur Erstellung des Corporate Responsibility Berichts sowie das Treffen von Annahmen und die Vornahme von Schätzungen zu einzelnen Nachhaltigkeitsangaben, die unter den gegebenen Umständen plausibel sind. Zum anderen umfasst die Verantwortung die Konzeption, Implementierung und Aufrechterhaltung von Systemen und Prozessen, soweit sie für die Erstellung des Corporate Responsibility Berichts von Bedeutung sind.

Verantwortung des Wirtschaftsprüfers

Unsere Aufgabe ist es, auf Grundlage der von uns durchgeführten Tätigkeiten eine Beurteilung darüber abzugeben, ob uns Sachverhalte bekannt geworden sind, die uns zu der Annahme veranlassen, dass die mit dem Logo **PWC GEPRÜFT** gekennzeichneten Angaben im Corporate Responsibility Bericht

der Gesellschaft für das Geschäftsjahr 2013 in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den Kriterien der Sustainability Reporting Guidelines Vol. 3.1 (Seite 7 bis 17) der GRI erstellt worden sind. Darüber hinaus wurden wir beauftragt, auf Basis der Ergebnisse unserer betriebswirtschaftlichen Prüfung Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Corporate Responsibility Managements und der Corporate Responsibility Berichterstattung auszusprechen.

Wir haben unsere betriebswirtschaftliche Prüfung unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 vorgenommen. Danach haben wir die Berufspflichten einzuhalten und den Auftrag unter Beachtung des Grundsatzes der Wesentlichkeit so zu planen und durchzuführen, dass wir unsere Beurteilung mit einer begrenzten Sicherheit abgeben können.

Bei einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit (zum Beispiel einer Jahresabschlussprüfung gemäß § 317 HGB) weniger umfangreich, so dass dementsprechend eine geringere Sicherheit gewonnen wird. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers.

Im Rahmen unserer betriebswirtschaftlichen Prüfung haben wir unter anderem folgende Tätigkeiten durchgeführt:

- Befragung von Mitarbeitern der für die Erstellung des Corporate Responsibility Berichts verantwortlichen Abteilungen über den Prozess zur Erstellung der Corporate Responsibility Berichterstattung und über das auf diesen Prozess bezogene interne Kontrollsystem;
- Einsichtnahme in die Unterlagen zur Corporate Responsibility Strategie sowie Verschaffung eines Verständnisses über die Corporate Responsibility Organisationsstruktur, des Stakeholderdialogs sowie des Entwicklungsprozesses für das Corporate Responsibility Programm der Gesellschaft;
- Befragung von Mitarbeitern der Fachabteilungen, die einzelne Kapitel des Corporate Responsibility verantworten;
- Aufnahme der Verfahren und Einsichtnahme in die Dokumentation der Systeme und Prozesse zur Erhebung, Analyse, Plausibilisierung und Aggregation der Corporate Responsibility Daten sowie deren stichprobenartige Überprüfung;
- Durchführung von Vor-Ort-Besuchen im Rahmen der Untersuchung der Prozesse zur Erhebung, Analyse und Aggregation der Angaben zu Mitarbeitern und dem Fuhrpark:
 - DHL Supply Chain, USA;
 - DHL Express, USA;
- Analytische Beurteilung der Angaben innerhalb des Corporate Responsibility Berichts;
- Abgleich ausgewählter Daten mit den entsprechenden Angaben im Geschäftsbericht 2013;
- Erlangung von weiteren Nachweisen für ausgewählte Angaben des Corporate Responsibility Berichts durch Einsichtnahme in interne Dokumente (bspw. Vorstands- und Gremienentscheidungen, Berichte der Internen Revision) und Verträge sowie Analyse von Daten, die als Berichte aus IT-Systemen generiert wurden.

Urteil

Auf der Grundlage unserer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass die mit dem Logo gekennzeichneten Angaben im Corporate Responsibility Bericht der Gesellschaft für das Geschäftsjahr 2013 in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den Kriterien der Sustainability Reporting Guidelines Vol. 3.1 (Seite 7 bis 17) der GRI erstellt worden sind.

Ergänzende Hinweise - Empfehlungen

Ohne das oben dargestellte Urteil einzuschränken, sprechen wir folgende Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Corporate Responsibility Managements und der Corporate Responsibility Berichterstattung der Gesellschaft aus:

- Im Berichtsjahr hat die Gesellschaft unter Einbeziehung interner und externer Stakeholder eine Materialitätsanalyse durchgeführt und hieraus eine Materialitätsmatrix abgeleitet. Wir empfehlen der Gesellschaft, auch mit Blick auf die neuen Anforderungen für eine Berichterstattung nach den neuen G4 Leitlinien der GRI, sich bei der Ableitung der Handlungsfelder, Ziele und Maßnahmen konsequent an dieser Materialitätsanalyse zu orientieren.
- Auch im Berichtsjahr hat die Gesellschaft ihre Systeme und Prozesse zur Erhebung des CO₂-Footprints weiterentwickelt. Wir empfehlen darüber hinaus die Datenerhebungsprozesse für die wesentlichen Leistungsindikatoren, die zur Steuerung der aus der Materialitätsanalyse abgeleiteten Ziele heran gezogen werden, auch künftig konsequent weiter zu entwickeln.

Düsseldorf, den 11.03.2014

PricewaterhouseCoopers
Aktiengesellschaft
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Michael Werner ppa. Aissata Touré
Wirtschaftsprüferin

¹ Unsere betriebswirtschaftliche Prüfung bezog sich auf die deutsche Fassung des Corporate Responsibility Berichts. Der Corporate Responsibility Bericht erscheint als Online-Bericht unter www.dpdhl.de/cr-bericht2013. Verweise auf externe Dokumentationsquellen waren nicht Gegenstand der Prüfung. Zukunftsbezogene Aussagen sowie im Online-Bericht wiedergegebene Expertenmeinungen waren ebenso nicht Gegenstand unseres Auftrages.

> [STARTSEITE](#) > [DATEN & FAKTEN](#) > [UN GLOBAL COMPACT & GRI INDEX](#)

UN GLOBAL COMPACT UND GRI INDEX



Der Bericht zur Unternehmensverantwortung 2013 dient zugleich als Fortschrittsmitteilung für die Umsetzung der zehn Prinzipien des UN Global Compact (UNGC). Wir berichten nach den höheren Anforderungen des „Advanced Level“. Damit gehen wir über die Mindestanforderungen hinaus und informieren über die Nachhaltigkeit, die Governance im Unternehmen und relevante Managementprozesse.

Die Übersicht unserer Leistungen nach den GRI-Kriterien, Version 3.1, wurde mit den zehn Prinzipien des UNGC zusammengefasst. Die Zuordnung der zehn Prinzipien des UNGC erfolgte auf Grundlage der von UNGC und GRI gemeinsam veröffentlichten Publikation „Making the Connection.“

Unseren Bericht haben wir einer kritischen Überprüfung nach den GRI-Kriterien, Version 3.1, unterzogen. Danach halten wir die GRI-Kategorie

„B+“ für angemessen, da wir noch nicht zu allen Kernindikatoren Aussagen treffen können. Glaubwürdigkeit und Transparenz stehen in unserer Berichterstattung an erster Stelle. Deshalb verdecken wir diese Lücken nicht, sondern legen sie offen.

1. Strategie und Analyse

UNGC	GRI	Beschreibung	Status	Verweis
	1.1	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers		Chancen & Risiken Entwicklung & Ausblick Risikobericht im Geschäftsbericht 2013
	1.2	Auswirkungen, Risiken und Chancen		

2. Organisationsprofil

UNGC	GRI	Beschreibung	Status	Verweis
	2.1	Name der Organisation		Über den Bericht
	2.2	Wichtigste Marken, Produkte bzw. Dienstleistungen		Der Konzern & eine Marken Konzernstruktur & Geschäftsmodell
	2.3	Organisationsstruktur		Konzernstruktur & Geschäftsmodell
	2.4	Hauptsitz der Organisation		Über den Bericht
	2.5	Länder mit Geschäftstätigkeitsschwerpunkt		Über den Bericht
	2.6	Eigentümerstruktur und Rechtsform		Über den Bericht
	2.7	Märkte		Ökonomie & Gesellschaft
	2.8	Größe der berichtenden Organisation		Über den Bericht
	2.9	Wesentliche Änderungen im Berichtszeitraum		Über den Bericht
	2.10	Im Berichtszeitraum erhaltene Preise		Gesundheit, Sicherheit & Wohlbefinden Rating & Rankings

3. Berichtsparemeter

UNGC	GRI	Beschreibung	Status	Verweis
	3.1	Berichtszeitraum		Über den Bericht
	3.2	Veröffentlichung des letzten Berichts		Über den Bericht
	3.3	Berichtszyklus		Über den Bericht
	3.4	Ansprechpartner		Über den Bericht
	3.5	Vorgehensweise zur Bestimmung des Berichtsinhalts		Über den Bericht Materialitätsanalyse Stakeholder-Dialoge
	3.6	Berichtsgrenze		Über den Bericht
	3.7	Beschränkungen des Berichtsumfangs		Über den Bericht
	3.8	Joint Ventures, Tochterunternehmen, ausgelagerte Tätigkeiten		Anteilsbesitzliste Deutsche Post DHL
	3.9	Datenerhebungsmethoden und Berechnungsgrundlagen		Über den Bericht
	3.10	Änderungen in der Darstellung im Vergleich zu früheren Berichten		Über den Bericht
	3.11	Änderungen des Umfangs, der Berichtsgrenzen oder der verwendeten Messmethoden		Über den Bericht
	3.12	GRI-Index		UNGC & GRI Index
	3.13	Externe Prüfung des Berichtes		Prüfbescheinigung

4. Governance, Verpflichtungen und Engagement

UNGC	GRI	Beschreibung	Status	Verweis
1 - 10	4.1	Führungsstruktur		Führen & Steuern
1 - 10	4.2	Unabhängigkeit des Aufsichtsratsvorsitzenden		Führen & Steuern Bericht des Aufsichtsrats
1 - 10	4.3	Unabhängige Mitglieder des höchsten Leitungsorgans		Führen und Steuern
1 - 10	4.4	Mechanismen für Empfehlungen von Aktionären und Mitarbeitern an das höchste Leitungsorgan		Hauptversammlung Geschäftsbericht 2013
1 - 10	4.5	Zusammenhang zwischen Bezahlung der Führungsgremien und Leistung der Organisation		Löhne & Gehälter Vergütungsbericht 2013
1 - 10	4.6	Mechanismen zur Vermeidung von Interessenskonflikten		Geschäftsbericht 2013
1 - 10	4.7	Qualifikation der Mitglieder des höchsten Leitungsorgans		Geschäftsbericht 2013
1 - 10	4.8	Intern entwickelte Leitbilder, Verhaltenskodex und Prinzipien		Grundsätze & Leitlinien
1 - 10	4.9	Verfahren des höchsten Leitungsorgans zur Überwachung der Nachhaltigkeitsleistung		Strategie Kapitel
1 - 10	4.10	Verfahren zur Bewertung der Nachhaltigkeitsleistung des höchsten Leitungsorgans		Führen & Steuern Steuerung & Verantwortlichkeiten
7	4.11	Berücksichtigung des Vorsorgeprinzips		Strategie & Maßnahmen Chancen & Risiken Ökonomie & Gesellschaft
1 - 10	4.12	Unterstützung externer Vereinbarungen und Prinzipien		Strategie & Maßnahmen Grundlagen & Leitlinien
1 - 10	4.13	Mitgliedschaften in Verbänden		Mitgliedschaften & Verbänden
	4.14	Einbezogene Stakeholder		Stakeholder Dialoge
	4.15	Identifizierung der Stakeholder		

4.16	Einbeziehung der Stakeholder		
4.17	Fragen und Bedenken der Stakeholder		<u>Stakeholder-Dialoge</u> <u>Materialitätsanalyse</u>

Ökonomie

UNGC	GRI	Beschreibung	Status	Verweis
	DMA EC	Managementansatz		<u>Konzern & Steuerung</u> <u>Geschäftsbericht 2013</u>
	EC1	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert		<u>Gute Ertragslage & Erfolg teilen</u> <u>Geschäftsbericht 2013</u>
7	EC2	Folgen des Klimawandels		<u>Geschäft & Umwelt</u>
	EC3	Umfang der betrieblichen sozialen Zuwendungen		<u>Löhne & Gehälter gestiegen</u>
	EC4	Bedeutende finanzielle Zuwendungen der öffentlichen Hand		<u>Geschäftsbericht 2013</u>
1	EC5	Spanne des Verhältnisses der Standardeintrittsgehälter zum lokalen Mindestlohn.		<u>Angemessene Vergütung & gute Arbeitsbedingungen</u>
	EC6	Geschäftspolitik, -praktiken und Anteil der Ausgaben, der auf Zulieferer vor Ort entfällt		<u>Beschaffung & Lieferantenmanagement</u> <u>Geschäftsbericht 2013</u>
6	EC7	Beschäftigung von lokalem Personal		<u>Großer Arbeitgeber & Gerechte Vergütung</u> <u>Mitarbeiter gewinnen</u> <u>Strategische Personalplanung</u>
	EC8	Entwicklung und Auswirkungen von Investitionen in die Infrastruktur im öffentlichem Interesse		<u>Geschäft & Gesellschaft</u>
	EC9	Wesentliche indirekte wirtschaftliche Auswirkungen		<u>Geschäft & Gesellschaft</u> <u>Ökonomie & Gesellschaft</u>

Ökologie

UNGC	GRI	Beschreibung	Status	Verweis
	DMA EN	Umweltschutz: Managementansatz	●	<u>CR-Strategie</u> <u>Unsere Handlungsfelder</u> <u>Umweltschutz mit GoGreen</u>
8	EN1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	●	<u>Verursacher identifizieren & Lösungen entwickeln</u> <u>Immobilien & grüner Strom</u> <u>Weitere Umweltfaktoren</u>
8, 9	EN2	Anteil von Recyclingmaterial am Gesamtmaterialeinsatz	—	
8	EN3	Direkter Energieverbrauch	●	<u>Effizienz steigern & alternative Technologien fördern</u>
8	EN4	Indirekter Energieverbrauch	●	<u>Emissionsdaten berechnen & steuern</u>
8, 9	EN5	Eingesparte Energie	●	<u>Geschäft & Umwelt</u>
8, 9	EN6	Initiativen für Energieeffizienz	●	<u>Geschäft & Umwelt</u>
8, 9	EN7	Initiativen zur Verringerung des indirekten Energieverbrauchs	●	<u>Geschäft & Umwelt</u>
8	EN8	Gesamtwasserentnahme	—	<u>Grundwasser schützen & Wasserverbrauch senken</u>
8	EN9	Wasserquellen, die wesentlich von der Entnahme von Wasser betroffen sind	—	<u>Grundwasser schützen & Wasserverbrauch senken</u>
8, 9	EN10	Rückgewonnenes und wiederverwendetes Wasser	—	<u>Grundwasser schützen & Wasserverbrauch senken</u>
8	EN11	Grundstücke in Schutzgebieten	●	<u>Weitere Umwelteinflüsse</u>
8	EN12	Auswirkungen von Aktivitäten in Schutzgebieten	●	<u>Weitere Umwelteinflüsse</u>
8	EN13	Geschützte oder wiederhergestellte natürliche Lebensräume	●	<u>Klimaschutzprojekt Lesotho</u>

8	EN14	Strategien zum Schutz der Biodiversität		<u>Biodiversität</u>
8	EN15	Gefährdete Arten		<u>Biodiversität</u>
8	EN16	Gesamte direkte und indirekte Treibhausgasemissionen		<u>Geschäft & Umwelt</u>
8	EN17	Andere relevante Treibhausgasemissionen		<u>Weitere Umwelteinflüsse</u>
7, 8, 9	EN18	Initiativen zur Verringerung der Treibhausgasemissionen und erzielte Ergebnisse		<u>Effizienz steigern & alternative Technologien fördern</u>
8	EN19	Emissionen von Ozon abbauenden Stoffen	—	
8	EN20	NO _x , SO _x und andere wesentliche Luftemissionen		<u>Luftqualität verbessern</u>
8	EN21	Gesamte Abwassereinleitungen		<u>Grundwasser schützen & Wasserbrauch senken</u>
8	EN22	Abfall nach Art und Entsorgungsmethode		<u>Müll vermeiden</u>
8	EN23	Gesamtzahl und Volumen wesentlicher Freisetzungen		<u>Geschäftsbericht 2013</u>
8	EN24	Transport von gefährlichen Sonderabfällen		<u>Arbeitsschutz & Betriebssicherheit</u>
8	EN25	Auswirkungen von Abwasser auf die Biodiversität	—	<u>Grundwasser schützen & Wasserverbrauch senken</u>
7, 8, 9	EN26	Initiativen, um die Umweltauswirkungen von Produkten und Dienstleistungen zu minimieren		<u>Geschäft & Umwelt</u>
8, 9	EN27	Zurückgenommenes Verpackungsmaterial		
8	EN28	Geldbußen/Sanktionen für Nichteinhaltung von Umweltauflagen		<u>Geschäftsbericht 2013</u>
8	EN29	Auswirkungen von Transport und Verkehr		<u>Geschäft & Umwelt</u>
7, 8, 9	EN30	Gesamte Umweltschutzausgaben und -investitionen		<u>Geschäftsbericht 2013</u>

Gesellschaft

UNGC	GRI	Beschreibung	Status	Verweis
	DMA HR	Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung: Managementansatz		<u>CR-Strategie</u> <u>Abeitgeber & Arbeitnehmerbeziehungen</u>
	LA1	Struktur der Gesamtbelegschaft		<u>Großer Arbeitgeber</u>
6	LA2	Mitarbeiterfluktuation		<u>Großer Arbeitgeber</u>
	LA3	Betriebliche Leistungen, die nur Vollzeitbeschäftigten gewährt werden.		<u>Großer Arbeitgeber</u>
1, 3	LA4	Prozentsatz der Mitarbeiter, die unter Kollektivvereinbarungen fallen		<u>Großer Arbeitgeber</u>
3	LA5	Mitteilungsfrist(en) in Bezug auf wesentliche betriebliche Veränderungen		<u>Mitarbeiterdialog</u>
1	LA6	Anteil der Gesamtbelegschaft in Arbeitsschutzausschüssen		<u>Sicherheit & Arbeitsschutz</u>
1	LA7	Berufskrankheiten und Arbeitsunfälle		<u>Krankenstatistik</u>
1	LA8	Schulungen und Vorsorgeprogramme in Bezug auf ernste Krankheiten		<u>Gesundheit & Wohlbefinden</u>
1	LA9	Arbeitsschutzthemen, die in Vereinbarungen mit Gewerkschaften behandelt werden		<u>Sicherheit & Arbeitsschutz</u>
	LA10	Weiterbildung pro Mitarbeiter		<u>Aus- und Weiterbildung</u>
	LA11	Programme für Wissensmanagement und lebenslanges Lernen		<u>Leistung & Talente</u>
	LA12	Prozentsatz der Mitarbeiter, die eine regelmäßige Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung erhalten		<u>Leistung & Talente</u>
1, 6	LA13	Zusammensetzung der Führungsgremien		<u>Frauen in Führungspositionen</u> <u>Führen & Steuern</u>
1, 6	LA14	Verhältnis des Grundgehalts für Männer zum Grundgehalt für Frauen		<u>Großer Arbeitgeber & Gerechte Vergütung</u>
	DMA HR	Menschenrechte: Managementansatz		<u>CR-Strategie</u> <u>Abeitgeber & Arbeitnehmerbeziehungen</u>
1, 2, 3, 4, 5, 6	HR1	Investitionsvereinbarungen, die unter Menschenrechtsaspekten geprüft wurden		<u>Beschaffung & Lieferantenmanagement</u>
1, 2, 3, 4, 5, 6	HR2	Zulieferer, die unter Menschenrechtsaspekten geprüft wurden		<u>Beschaffung & Lieferantenmanagement</u>
1, 2, 3, 4, 5, 6	HR3	Mitarbeiterschulungen zu Menschenrechtsaspekten		<u>Abeitgeber & Arbeitnehmerbeziehungen</u>

				<u>Verhaltenscodex</u>
1, 2, 6	HR4	Vorfälle von Diskriminierung und ergriffene Maßnahmen		<u>Diversity</u>
1, 2, 3	HR5	Einschränkung der Versammlungsfreiheit und ergriffene Maßnahmen		<u>Abeitgeber & Arbeitnehmerbeziehungen</u>
				<u>Verhaltenscodex</u>
1, 2, 5	HR6	Risiko auf Kinderarbeit und ergriffene Maßnahmen		<u>Abeitgeber & Arbeitnehmerbeziehungen</u>
				<u>Verhaltenscodex</u>
				<u>Beschaffung & Lieferantenmanagement</u>
1, 2, 4	HR7	Risiko auf Zwangsarbeit und ergriffene Maßnahmen		<u>Beschaffung & Lieferantenmanagement</u>
				<u>Compliance Management</u>
1, 2	HR8	Schulungen des Sicherheitspersonals in Hinblick auf Menschenrechte		
1, 2	HR9	Verletzung der Rechte der Ureinwohner und ergriffene Maßnahmen		
	DMA SO	Gemeinwesen: Managementansatz		<u>Strategie & Maßnahmen</u>
	SO1	Bewertungsverfahren für Auswirkungen der Geschäftstätigkeit auf das Gemeinwesen		<u>Materialitätsanalyse</u>
10	SO2	Auf Korruptionsrisiken untersuchte Geschäftseinheiten		<u>Compliance Management</u>
10	SO3	Mitarbeiter, die hinsichtlich Korruption geschult wurden		<u>Compliance Management</u>
10	SO4	In Reaktion auf Korruptionsvorfälle ergriffene Maßnahmen		<u>Compliance Management</u>
1 - 10	SO5	Politische Positionen und Lobbying		<u>Compliance Management</u>
10	SO6	Zuwendungen an Parteien		<u>Compliance Management</u>
				<u>Transparenzbericht</u>
	SO7	Klagen aufgrund wettbewerbswidrigen Verhaltens		<u>Geschäftsbericht 2013</u>
	SO8	Bußgelder und nicht monetäre Strafen wegen Verstoßens gegen Rechtsvorschriften		<u>Geschäftsbericht 2013</u>
	DMA PR	Produktverantwortung: Managementansatz		<u>Strategie & Maßnahmen</u>
1	PR1	Gesundheitsauswirkungen entlang des		<u>Weitere Umweltfaktoren</u>

		Produktlebenszyklus		
1	<i>PR2</i>	Verstöße gegen Gesundheits- und Sicherheitsvorschriften nach Art und Folgen	●	<u>Sicherheit & Arbeitsschutz</u>
8	PR3	Gesetzlich vorgeschriebene Informationen über Produkte und Dienstleistungen	○	<u>Produkte</u>
8	<i>PR4</i>	Verstoß gegen Kennzeichnungspflicht von Produktinformationen	—	
	<i>PR5</i>	Umfragen zur Kundenzufriedenheit	●	<u>Geschäftsbericht 2013</u>
	PR6	Programme zur Einhaltung von Gesetzen und freiwilligen Vereinbarungen in der Werbung	●	<u>Datenschutz</u>
	<i>PR7</i>	Verstöße gegen Marketingrichtlinien	●	<u>Geschäftsbericht 2013</u>
1	<i>PR8</i>	Beschwerden in Bezug auf Datenschutz	○	<u>Datenschutz</u>
	PR9	Geldbußen für Gesetzesverstöße bezüglich der Nutzung von Produkten und Dienstleistungen	●	<u>Geschäftsbericht 2013</u>

● vollständige Angaben ● Teilangaben ○ keine Angaben — nicht relevant *Kursiv*: Zusatzindikator