



Bericht zur Unternehmensverantwortung 2015

es | sen | zi | ell

Verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln ist essenziell für den langfristigen wirtschaftlichen Erfolg von Deutsche Post DHL Group.

Deutsche Post DHL
Group

es | sen | zi | ell

[Adjektiv];
wesentlich, bedeutungsvoll, entscheidend

Verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln ist essenziell für den langfristigen wirtschaftlichen Erfolg von Deutsche Post DHL Group.

Diesem Leitgedanken folgen wir unserem operativen Geschäft ebenso wie in der strategischen Planung. Auch für unsere Stakeholder ist es entscheidend, dass wir als Unternehmen verantwortungsvoll handeln. Sie erwarten von uns faire Geschäftspraktiken, nachhaltiges Wirtschaften und Integrität gegenüber unseren Kunden, Mitarbeitern, Investoren und Geschäftspartnern. Mit den hohen ethischen, sozialen und ökologischen Standards, die wir uns konzernweit für unsere tägliche Arbeit setzen, wollen wir ihren Ansprüchen gerecht werden.

In diesem Bericht geben wir einen Überblick zu unseren Handlungsfeldern und Kernaktivitäten der Unternehmensverantwortung. Wir zeigen auf, wie wir Nachhaltigkeit und wirtschaftliche Interessen miteinander verzahnen und welche konkreten Maßnahmen wir treffen.

Der Bericht zur Unternehmensverantwortung ist die Advanced-Level-Fortschrittsmitteilung des UN Global Compact. Basis für die Berichtsinhalte sind die G4-Leitlinien zur Nachhaltigkeitsberichterstattung (Kernoption) sowie Anforderungen von externen CR-Ratings sowie Kunden. Die Prüfung erfolgte durch die PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft.



Der Online-Bericht steht im Mittelpunkt:

cr-bericht2015.dpdhl.com

Dieses PDF wurde automatisch aus den
Inhalten der Online-Version generiert.

INHALTSVERZEICHNIS

4 ver | bin | dend

ORGANISATION & STRATEGIE

- 6 Brief an die Stakeholder
- 9 Konzernporträt
- 17 Strategie
- 23 Stakeholder-Beziehungen
- 30 Gremien
- 34 Externe Anerkennung
- 39 Essay

41 mo | ti | vie | rend

MITARBEITER & ARBEITSPLATZ

- 43 Managementansatz & Ziele
- 44 Mitarbeiterstruktur
- 45 Mitarbeiterzufriedenheit
- 50 Diversity-Management
- 54 Mitarbeiterbeziehungen
- 58 Personalplanung
- 64 Arbeitsschutz & Gesundheit
- 71 Interview mit Melanie Kreis

74 vor | aus | schau | end

GRUNDLAGEN & LEITLINIEN

- 76 Verhaltenskodex
- 77 Lieferantenmanagement
- 82 Compliance
- 86 Datenschutz
- 88 Sicherheitsmanagement
- 89 Chancen & Risiken erfassen
- 92 Interview mit Ken Allen

95 ge | mein | sam

GESELLSCHAFT & ENGAGEMENT

- 97 Managementansatz & Ziele
- 98 Engagement erfassen
- 99 Katastrophenmanagement
- 102 Bildungs- und Berufschancen verbessern
- 104 Soziales Engagement

107 ef | fi | zi | ent

UMWELT & LÖSUNGEN

- 109 Managementansatz & Ziele
- 111 Umweltschutzprogramm
- 114 Managementsystem
- 115 Effizienzmanagement
- 124 Emissionen
- 127 Natürliche Ressourcen
- 129 Umweltfreundliche Produkte
- 134 Interview mit Jürgen Gerdes

137 an | hang

- 137 Über den Bericht
- 139 Mitarbeiter
- 144 Umwelt
- 152 Ökonomie
- 153 Corporate Citizenship
- 154 Prüfbescheinigung



ver|bin|dend

[Adjektiv];
vernetzend, Distanzen überwindend

WAS BEDEUTET VERBINDEND FÜR UNS?

Wir verbinden unternehmerische Verantwortung untrennbar mit wirtschaftlichem Erfolg und vernetzen uns mit unseren Stakeholdern, um Lösungen konsequent voranzutreiben.

IN DIESEM KAPITEL

- | | | | |
|-----------|---|-----------|--|
| 6 | BRIEF AN DIE STAKEHOLDER | 23 | STAKEHOLDER-BEZIEHUNGEN
Mitglied- und Partnerschaften |
| 9 | KONZERNPORTRÄT
Kunden & Innovation
Ökonomische Leistung | 30 | GREMIEN
Unternehmensverantwortung steuern |
| 17 | STRATEGIE
Managementansatz & Ziele
Schwerpunktthemen & CR-Aktivitäten
CR-Management | 34 | EXTERNE ANERKENNUNG
Fortschritte 2015
Preise & Auszeichnungen |
| | | 39 | ESSAY |

BRIEF AN DIE STAKEHOLDER



Liebe Leserinnen und Leser,

das Jahr 2015 war gesellschaftlich, politisch und wirtschaftlich vom Wandel geprägt. Die Eurokrise, stagnierende Entwicklungen in Wachstumsmärkten sowie geopolitische Spannungen und deren Auswirkungen haben oftmals die Agenda bestimmt. Manche Entwicklungen haben in Teilen der Gesellschaft Verunsicherung ausgelöst, andere dazu angespornt, über sich selbst hinauszuwachsen. Der Abschied von Gewohntem fällt oft schwer, weil er Flexibilität abverlangt. Doch er ist unverzichtbar, um Fortschritt zu erreichen. Auch wir als Deutsche Post DHL Group müssen uns stetig verändern, um noch besser zu werden. Im vergangenen Jahr standen deshalb für uns wichtige Aufgaben an, mit denen wir den Herausforderungen eines anspruchsvollen Marktumfelds erfolgreich begegnen wollen. Wandel ist auch für uns essenziell.

Mit dem Begriff „essenziell“ ist auch der vorliegende Bericht zur Unternehmensverantwortung überschrieben, denn nachhaltiges und verantwortungsvolles Handeln ist für uns ein unverzichtbarer Bestandteil unserer Arbeit. Wir haben im vergangenen Jahr Maßnahmen entwickelt und umgesetzt, die unsere ökonomische Leistungsfähigkeit sichern und zugleich unserem Anspruch an die Wahrnehmung unternehmerischer Verantwortung gerecht werden – ganz im Sinne unserer nachhaltigen Konzernstrategie.

In der Steuerung, Umsetzung und Kommunikation unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten sind wir erneut einen großen Schritt weitergekommen. Wir berichten für das Jahr 2015 erstmals nach der G4-Leitlinie der Global Reporting Initiative. Im Rahmen einer Materialitätsanalyse haben wir gemeinsam mit unseren Stakeholdern die für das Unternehmen essenziellen Themen ermittelt, unsere Aktivitäten noch stärker daran ausgerichtet und entsprechende Kennzahlen festgelegt und Ziele formuliert. Auch bei unseren langfristigen Zielen haben wir 2015 erneut Fortschritte gemacht: Wir konnten die beiden nicht-finanziellen Steuerungsgrößen „Aktive Führung“ und „CO₂-Effizienz“ um jeweils einen Prozentpunkt gegenüber dem Vorjahr verbessern.

» Mit unserer nachhaltigen Konzernstrategie sind wir optimal für die Zukunft gerüstet. Wir schaffen damit für uns und unsere Mitarbeiter auch in einer unverändert herausfordernden Wettbewerbssituation wirtschaftliche Stabilität und behalten zugleich die Interessen unserer Stakeholder im Blick. «

Auf unserem Weg, zum Arbeitgeber erster Wahl zu werden, haben wir im vergangenen Jahr wichtige Etappensiege erreicht. Es erfüllt mich mit Stolz, dass es uns trotz der schwierigen Marktsituation gelungen ist, weltweit die Mitarbeiterzahl um rund 8.900 Beschäftigte erhöhen zu können. Auch die neuen regionalen Zustellgesellschaften, die wir im Unternehmensbereich Post - eCommerce - Parcel gegründet haben, bieten den Mitarbeitern Sicherheit und Perspektive; zugleich ermöglichen sie dem Konzern künftiges Wachstum in einem wettbewerbsintensiven Markt. In allen Ländern und Geschäftsbereichen ist es uns wichtig, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, das es den Mitarbeitern ermöglicht, ihr Bestes zu geben. Im vergangenen Jahr haben wir auch deswegen bei unserer Mitarbeiterbefragung die Kennzahl „Kundenbezogene Handlungsfähigkeit“ eingeführt: Sie bezieht sich auf die Befähigung unserer Mitarbeiter, unseren Kunden den bestmöglichen Service bieten zu können. Zudem haben wir die Konzerninitiative „Certified“ in den Divisionen vorangetrieben, durch die sich alle Mitarbeiter zu zertifizierten Spezialisten in ihren Tätigkeitsbereichen entwickeln sollen. Damit investieren wir in großem Umfang in unsere Mitarbeiter, um eine Kultur zu schaffen, die unser Unternehmen auf vielen Ebenen verbessern wird.

Auch unsere Aktivitäten im Bereich Gesellschaft & Engagement haben wir weiter ausgebaut. Besonders beeindruckend war dabei erneut das soziale Engagement der Mitarbeiter, zu dem der Konzern sie ausdrücklich ermutigt: 2015 haben sich weltweit aktiv mehr als 78.000 Mitarbeiter mit 260.000 Freiwilligenstunden in über 2.000 Projekten am Global Volunteer Day beteiligt und sich damit für gemeinnützige Projekte in ihrem direkten Umfeld eingesetzt. Viele freiwillige Helfer engagieren sich außerdem in der Flüchtlingshilfe in Deutschland, die wir seit September des vergangenen Jahres finanziell und durch Freiwilligenarbeit fördern. Unsere Disaster Response Teams kamen 2015 in Brasilien, Chile, Guatemala, Nepal und im Inselstaat Vanuatu zum Einsatz, um die Flughafenlogistik nach verheerenden Naturkatastrophen zu unterstützen. Ergänzend wurden Präventivworkshops an Flughäfen in der Dominikanischen Republik, Indien und Mazedonien durchgeführt, um im Katastrophenfall die Abwicklung von Hilfsgüterlieferungen zu verbessern. Im Rahmen unseres Engagements für bessere Bildungs- und Berufschancen für Kinder und Jugendliche konnten wir 2015 wichtige neue Partnerschaften mit den Organisationen Teach For Bangladesh und Teach For Malaysia eingehen sowie die Kooperation mit SOS Kinderdorf um zwei neue Länderpartnerschaften in Nigeria und Tansania ausweiten. Alle diese Beispiele zeigen: Das freiwillige Engagement unserer Mitarbeiter ist das Herzstück in unserem Bestreben, Menschen zu verbinden und ihr Leben zu verbessern. Ich danke deshalb allen Mitarbeitern im Namen des Vorstands für ihren Beitrag zur Unternehmensverantwortung.

Eine unverändert hohe strategische Priorität für den Konzern hat der Umweltschutz. Mit unseren Maßnahmen zur Steigerung der CO₂-Effizienz sowie durch die Entwicklung und den Einsatz umweltfreundlicher Produkte und Lösungen unterstützen wir die

Anforderungen, die sich aus dem Beschluss der UN-Klimakonferenz in Paris 2015 (COP 21) ergeben, die globale Erwärmung auf deutlich unter zwei Grad Celsius zu senken. Auch die externe Anerkennung durch CR-Rating-Agenturen bestätigt uns in unserem Kurs: So wurde unser Umweltengagement 2015 vom renommierten Climate Disclosure Project mit der Höchstpunktzahl bewertet.

Positive Bewertungen unserer Leistungsstärke bei der Steuerung und Umsetzung zentraler Nachhaltigkeitsaktivitäten erhielten wir auch durch die Bestätigung als Mitglied in den Dow Jones Sustainability Indices (DJSI World, DJSI Europe), die erneute Auszeichnung mit der RobecoSam Bronze Class und die Spitzenbewertung „AAA“ durch MSCI. Die Grundlage unseres Handelns bildet stets unser konzernweit gültiger Verhaltenskodex. Seine Grundsätze orientieren sich an der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte und dem UN Global Compact, dessen zehn Prinzipien wir als Unterzeichner konsequent umsetzen. Außerdem unterstützen wir die „Globalen Ziele nachhaltiger Entwicklung“ der Vereinten Nationen.

Wie eingangs bemerkt, stand das vergangene Jahr im Zeichen des Wandels. Wir haben uns den Herausforderungen erfolgreich gestellt und die Chancen genutzt, die in der Veränderung liegen. Deshalb bin ich mir sicher: 2016 wird ein gutes Jahr für Deutsche Post DHL Group. Mit unserer nachhaltigen Konzernstrategie sind wir optimal für die Zukunft gerüstet. Wir schaffen damit für uns und unsere Mitarbeiter auch in einer unverändert anspruchsvollen Wettbewerbssituation wirtschaftliche Stabilität und behalten zugleich die Interessen unserer Stakeholder im Blick.

Ihr

Dr. Frank Appel
Vorstandsvorsitzender

KONZERNPORTRÄT

Deutsche Post DHL Group ist in über 220 Ländern und Territorien vertreten und der weltweit führende Post- und Logistikdienstleister.

Konzern im Überblick

Standorte weltweit

~12.000



Amerika	Europa	Weitere Regionen	Asien/Pazifik
658	6.887	451	1.263
ISO-14001-relevante Standorte	ISO-14001-relevante Standorte	ISO-14001-relevante Standorte	ISO-14001-relevante Standorte
Mitarbeiter 78.027	Mitarbeiter 326.979	Mitarbeiter 18.896	Mitarbeiter 73.843
Fahrzeuge 5.080	Fahrzeuge 81.190	Fahrzeuge 1.825	Fahrzeuge 4.245
Globales Hub Cincinatti (USA)	Globales Hub Leipzig (Deutschland)	DRT-Standort Dubai	Globales Hub Singapur
DRT Standort Panama	Konzernzentrale Bonn (Deutschland)		DRT-Standort Singapur

Die Muttergesellschaft des Konzerns, Deutsche Post AG, ist eine börsennotierte Kapitalgesellschaft mit Sitz in Bonn, Deutschland. Der Konzern ist in vier operative Unternehmensbereiche Post - eCommerce - Parcel, Express, Global Forwarding, Freight und Supply Chain gegliedert, die jeweils durch eigene Zentralen gesteuert werden. Interne Dienstleistungen wie Finanzen, IT, Einkauf und Recht haben wir konzernweit im Bereich Global Business Services gebündelt. Aufgaben der Konzernführung werden im Corporate Center wahrgenommen.

Organisationsstruktur Deutsche Post DHL Group ✓ PwC



Die Konzernmarken ✓ PwC

Mit den zwei Marken Deutsche Post und DHL bieten wir unseren Kunden ein umfassendes Portfolio an Produkten und Dienstleistungen an.

Markenarchitektur



Deutsche Post – Die Post für Deutschland

Die Deutsche Post ist der einzige postalische Universaldienstleister in Deutschland. Im Unternehmensbereich Post - eCommerce - Parcel befördern wir bundesweit und international Briefe, sind Spezialist für Dialogmarketing, die flächendeckende Verteilung

von Presseprodukten und elektronische Dienstleistungen rund um den Briefversand. In Deutschland und auch in anderen Märkten bieten wir nationale Paketdienstleistungen an und erweitern kontinuierlich unser Angebot für grenzüberschreitenden Paket- und Warenversand. Überdies sind wir im Reise- und Fernbusmarkt aktiv.

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 die Wünsche unserer Kunden zu ihrer Zufriedenheit zu erfüllen.



¹ Rang 30, Quelle: Interbrand, 2015

² Rang 66, Quelle: Millward Brown, 2015

Über unsere Geschäftsentwicklung und Produkte informieren wir ausführlich im [Geschäftsbericht 2015](#).

Kunden & Innovation ✔ PwC

Erste Wahl als Anbieter zu werden, ist eines der drei Hauptziele unserer Konzernstrategie. Daher führen wir regelmäßig Untersuchungen zur Kundenzufriedenheit durch, messen diese mit Kennzahlen und verfolgen definierte Ziele.

 <p>90 % E+1 Zustellung der Briefe innerhalb Deutschlands am Folgetag der Einlieferung.</p> <p>53 Stunden geöffnet Durchschnittliche Wochenöffnungszeit der mehr als 29.000 nationalen Verkaufspunkte.</p>	<p>BRIEF- UND PAKET-GESCHÄFT</p>	 <p>ISO-ZERTIFIZIERUNGEN einheitliche Qualitätsstandards gewährleisten.</p>
 <p>91,5 % ZUFRIEDENE KUNDEN Laut „Kundenmonitor Deutschland“.</p>	 <p>ÜBER 900 ELEKTROFAHRZEUGE Umweltschutz als Qualitätsmerkmal.</p>	 <p>PORTAL MY DHL vereinfacht Geschäftskunden das Verschicken von Express-Sendungen.</p>
<p>TÜV-geprüft Zertifiziertes Qualitätsmanagementsystem für Briefe und internes Laufzeitmesssystem für den Paketversand.</p>	<p>Mehr als 250 zertifizierte Standorte gemäß Transported Asset Protection Association (TAPA).</p>	 <p>CUSTOMER IMPROVEMENT PROJECTS 60 Verbesserungsinitiativen 2015 erfolgreich umgesetzt.</p>

Um die Kundenzufriedenheit und damit die Kundenbindung weiter zu steigern, nutzen wir die First-Choice-Methodik. Die an Six Sigma und Lean angelehnte Methodik zur kontinuierlichen Verbesserung setzen wir bereits seit dem Jahr 2007 konzernweit ein. Wir bearbeiten Kundenbeschwerden so schnell wie möglich und nutzen diese als Impuls, um unsere Prozesse zu optimieren und unser Verhalten gegenüber den Kunden substanziell zu verbessern.

Kundenzufriedenheit messen ✔ PwC

Die Kunden von Deutsche Post DHL Group erwarten, dass wir Ihre Aufträge schnell, zuverlässig und mit hoher Qualität erledigen. Wir messen die Kundenzufriedenheit und nutzen auf die jeweiligen Tätigkeitsfelder unserer Unternehmensbereiche abgestimmte Instrumentarien, die wir beispielhaft vorstellen. Ausführlich berichten wir im Geschäftsbericht 2015.

Post - eCommerce - Parcel

90 %

aller Briefe innerhalb Deutschlands am nächsten Tag zugestellt

53

Stunden durchschnittliche Wochenöffnungszeit

Externe Erhebungen bestätigen, dass 90 Prozent der Briefe innerhalb Deutschlands bereits am nächsten Tag zugestellt werden. Damit liegen wir deutlich über der gesetzlichen Vorgabe von 80 Prozent. Unser Qualitätsmanagementsystem wird jährlich extern zertifiziert. Im Paketversand in Deutschland erreichen die Sendungen ihre Empfänger in der Regel am nächsten Werktag. Unser internes Laufzeitmesssystem für den Paketversand wird seit 2008 vom TÜV Rheinland zertifiziert.

Die durchschnittliche Wochenöffnungszeiten der mehr als 29.000 Verkaufspunkte betrug 2015 wie im Vorjahr 53 Stunden. Auch die jährlich vom „Kundenmonitor Deutschland“ erhobene größte Privatkundenstudie in Deutschland bescheinigte den ausschließlich von Partnern betriebenen Filialen der Deutschen Post große Zustimmung: 91,5 Prozent der Kunden waren mit Qualität und Service zufrieden.

Express

~280

TAPA-zertifizierte Standorte

Global

Alle Standorte nach ISO 9001:2008 zertifiziert

In unserem Expressgeschäft wollen wir unseren Kunden weltweit die bestmögliche Servicequalität liefern und stellen deshalb hohe Ansprüche an unsere Produkte, Abläufe, Infrastruktur und Mitarbeiter. Daher verfolgen wir kontinuierlich die sich ständig ändernden Kundenanforderungen. Wann immer unsere Mitarbeiter mit Kunden im Kontakt sind, werden ihre Rückmeldungen dokumentiert und ausgewertet. Außerdem sprechen unsere Führungskräfte unzufriedene Kunden persönlich an, um den Ursachen auf den Grund zu gehen. So wird Kundenkritik laufend in Verbesserungen umgesetzt.

Betriebliche Sicherheit, die Einhaltung von Standards sowie die Servicequalität unserer Standorte werden in Zusammenarbeit mit Behörden regelmäßig überprüft. Ungefähr 280 Standorte, über 120 davon in Europa, sind von der „Transported Asset Protection Association“ (TAPA), einer der weltweit angesehensten Organisationen für Sicherheit in der Logistik, zertifiziert worden. Seit dem Jahr 2013 sind wir global für unsere Standorte nach ISO 9001:2008 zertifiziert.

Global Forwarding, Freight

Im Geschäftsfeld Global Forwarding verbessern wir unser Angebot anhand von Kundenrückmeldungen systematisch. Das kontinuierliche Kundenfeedback hat uns erneut konkrete Rückmeldungen für Verbesserungen geliefert. Der entsprechende Ansatz wurde im Berichtsjahr um 29 Länder ausgeweitet; weitere sollen folgen.

+29

Länder in Feedback-Ansatz integriert

Im Geschäftsfeld Freight stärken wir den Kundenservice und investieren erheblich in Systeme, mit denen Abläufe und Kommunikation zwischen Kunden und DHL-Mitarbeitern verbessert werden.

Supply Chain

Wir wollen der Qualitätsführer in der Kontraktlogistik sein – das Unternehmen, das die Bedürfnisse der Kunden am besten versteht und führend in der Kundenzufriedenheit ist.

Deshalb setzen wir Verfahren und Methoden

ein, die unseren Kunden die beste Servicequalität und den höchsten Mehrwert bieten. Mit weltweit erprobten Prozessen bieten wir unseren Kunden vergleichbare Lösungen und einheitlich hohe Servicestandards. Um die Qualität unserer Leistung zu messen und zu überwachen, haben wir eine Reihe von divisionalen Leistungsindikatoren festgelegt. Dazu zählen Sicherheit und operative Leistung. Mit Werten von über 95 Prozent in allen relevanten Kategorien erfüllen unsere Produkte und Leistungen weltweit regelmäßig höchste Servicestandards.

>95 %

unserer Leistungen erfüllen höchste Servicestandards

Innovationen ✓ PwC

Deutsche Post DHL Group entwickelt 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 Zentralfunktion Customer Solutions & Innovation (CSI) im Ressort des Vorstandsvorsitzenden, die eng mit den Experten der Unternehmensbereiche zusammenarbeiten.

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 zielt zusätzlich darauf ab, den CO₂-Ausstoß logistischer Dienstleistungen zu verringern.

Strategische Planung von Innovationen

Innovationen treiben wir auf zwei Wegen strategisch 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 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. Auch in der externen Bewertung findet unser Innovationsmanagement Anerkennung.

Beispielprojekte

Im Rahmen eines Pilotprojektes in einem Distributionszentrum in den Niederlanden wurde der Einsatz von Datenbrillen ("Smart Glasses") und erweiterter Realität („Augmented Reality (AR)“) getestet. In Zusammenarbeit mit Kunden wurde die Technologie für die AR-unterstützte Kommissionierung ("Vision Picking") im Lagerbetrieb eingesetzt. Die Beschäftigten wurden mit Datenbrillen ausgestattet, die schrittweise Arbeitsanweisungen einblenden, um den Kommissionierungsprozess zu beschleunigen und Fehler zu reduzieren. Der Test zeigte, dass AR-Anwendungen Logistikprozesse messbar optimieren können.

Ökonomische Leistung ✓ PwC

Deutsche Post DHL Group erbringt Dienstleistungen, die für eine moderne Gesellschaft unverzichtbar sind. Mit unseren globalen Logistiknetzen sorgen wir für den sicheren Transport von Waren und Informationen und schaffen die Voraussetzung dafür, dass Unternehmen und Menschen am Welthandel teilnehmen können. Auf diese Weise leisten wir einen Beitrag für den Wohlstand von Gesellschaften und Menschen auf der ganzen Welt.

Die Bedeutung unseres Konzerns für den Welthandel und unsere wirtschaftliche Leistung stellen wir ausführlich in unserem Geschäftsbericht dar. In der guten Ertragslage des Konzerns spiegelt sich auch 2015 das Vertrauen wider, das unsere Kunden uns als verantwortungsvoll agierendem Unternehmen entgegenbringen. Zugleich geben uns die Erträge die Möglichkeit, unser Engagement in der Unternehmensverantwortung auszubauen.

Steuern

Der Konzern verfolgt eine konservative Steuerstrategie. Als global agierendes Unternehmen sind wir über verschiedene Gesellschaften in zahlreichen Ländern der Welt präsent, darunter auch in sogenannten Niedrigsteuerländern. Diese sind aber keine Gesellschaften zum Zweck der Steueroptimierung, sondern werden zur Unterstützung der operativen Geschäftstätigkeit genutzt.

Mit einem weltweiten Team von Steuerexperten stellen wir sicher, dass steuerliche Risiken erkannt und ihnen entgegengewirkt werden kann, nationale und internationale steuerliche Compliance-Anforderungen erfüllt werden und somit eine gesetzmäßige Besteuerung der geschäftlichen Aktivitäten des Konzerns in den jeweiligen Ländern erfolgt.

Mit der Entrichtung von Steuern und weiteren Abgaben an Bundes-, Landes- und Kommunalbehörden in vielen Ländern trägt der Konzern weltweit zum Erhalt und zum Ausbau der Infrastrukturen bei. Details zu unserem Steueraufwand enthält unser Geschäftsbericht.

Dividende

Auch unsere Aktionäre nehmen an unserem wirtschaftlichen Erfolg teil. 2015 konnten wir eine Dividendensumme in Höhe von 1.030 Millionen Euro für das Geschäftsjahr 2014 ausschütten. Über die Dividendenhöhe für das Geschäftsjahr 2015 berichten wir im Geschäftsbericht.

Löhne und Gehälter

Mit rund 500.000 Mitarbeitern sind wir einer der größten Arbeitgeber weltweit. Im Berichtsjahr belief sich der Personalaufwand auf rund 19,6 Milliarden Euro. Darin enthalten sind die Löhne, Gehälter, Bezüge und alle sonstigen Vergütungen für die im Geschäftsjahr geleistete Arbeit sowie die sozialen Abgaben. Diese umfassen die gesetzlichen Pflichtabgaben, insbesondere die Beiträge zur Sozialversicherung. In vielen Ländern unterhalten wir leistungs- („defined benefit“) und/oder beitragsorientierte („defined contribution“) Altersversorgungspläne, die im Berichtsjahr rund 1 Milliarde Euro zum Personalaufwand beitrugen. Nähere Angaben zu den Altersversorgungsplänen finden sich im Geschäftsbericht 2015.

Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat

Im Berichtsjahr belief sich die Gesamtvergütung der aktiven Mitglieder des Vorstands auf 17,4 Millionen Euro, für den Aufsichtsrat betrug die Vergütung 2,7 Millionen Euro. Die aktienbasierte Vergütung ist hierin enthalten. Insgesamt entspricht die Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat einem Anteil von 0,1 Prozent am Gesamtpersonalaufwand. Ausführliche Informationen über die Vergütung von Vorstand und Aufsichtsrat werden im Vergütungsbericht dargestellt.

Investitionen

Kontinuierlich erneuern wir unsere Fahrzeug- und Flugzeugflotte sowie Gebäude, Maschinen und Anlagen und optimieren die Netzwerke. Unsere Ausgaben für Investitionen beliefen sich im Berichtsjahr auf rund 2 Milliarden Euro. Detaillierte Angaben zu den Investitionen sind im aktuellen 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. Die Richtlinie kommt bei Entscheidungen über Bau- und Sanierungsmaßnahmen ebenso zum Einsatz wie etwa bei der Erneuerung unserer Fahrzeug- und Flugzeugflotte. Beispiele hierfür berichten wir im Kapitel Umwelt & Lösungen.

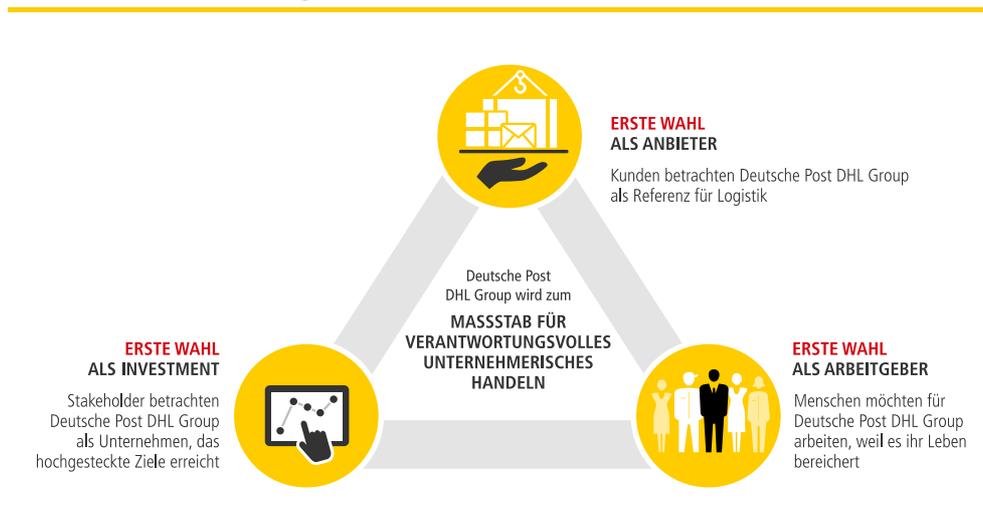
STRATEGIE ✓ PwC

Managementansatz & Ziele ✓ PwC

Unser Auftrag als führender Post- und Logistikdienstleister ist es, Menschen miteinander zu vernetzen und ihr Leben zu verbessern. Aufgrund der Größe unseres Konzerns und seiner Bedeutung für den Welthandel sehen wir uns in besonderer Pflicht gegenüber Mitarbeitern, Gesellschaft und Umwelt. Dieses Bewusstsein für Verantwortung hat maßgeblichen Einfluss auf das unternehmerische Handeln von Deutsche Post DHL Group und bildet das Rückgrat unserer Unternehmenskultur. Verantwortung haben wir deshalb als Leitgedanken in unserem Verhaltenskodex festgeschrieben. Der Kodex orientiert sich an den Grundsätzen der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte und dem UN Global Compact und folgt allgemein anerkannten rechtlichen Standards, einschließlich maßgeblicher Antikorruptionsgesetze und -vereinbarungen. Ebenso unterstützen wir die „Globalen Ziele nachhaltiger Entwicklung (Global Goals for Sustainable Development)“ der Vereinten Nationen.

Folgerichtig ist unternehmerische Verantwortung integraler Bestandteil unserer Konzernstrategie. Unser Ziel ist es, erste Wahl als Anbieter, Arbeitgeber – und zum Maßstab für verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln – zu werden. Die Geschäfts- und Nachhaltigkeitsziele von Deutsche Post DHL Group stehen in einem direkten Zusammenhang, denn bei der Entscheidung für einen Dienstleister berücksichtigen immer mehr Kunden auch den gesellschaftlichen Wertbeitrag. Verantwortungsvoll und nach ethischen Kriterien geführte Unternehmen schaffen es, ihre Mitarbeiter zu motivieren und an sich zu binden; auf dem Arbeitsmarkt werden sie von Bewerbern bevorzugt. Zunehmend beziehen auch Investoren Kriterien der nachhaltigen Unternehmensführung in ihre Anlageentscheidungen ein und minimieren dadurch langfristige Investitionsrisiken.

Ziele der Konzernstrategie



Mit unserer nachhaltigen und auf Verantwortung ausgerichteten Unternehmensstrategie verfolgen wir konsequent den Ansatz, den Anforderungen des Geschäfts und der Anspruchsgruppen von Deutsche Post DHL Group sowie den Bedürfnissen von Umwelt und Gesellschaft gerecht zu werden. Gemeinsam mit unseren Stakeholdern bestimmen wir Handlungsfelder, die wir als essenziell für unser Unternehmen erachten. Im Rahmen einer Materialitätsanalyse haben wir acht materielle Themen identifiziert sowie Steuerungsgrößen und Ziele festgelegt. Anhand dieser Messgrößen überprüfen wir auch den Fortschritt bei der Implementierung unserer nachhaltigen Unternehmensstrategie.

Kennzahlen und Ziele

Thema	Steuerungsgröße (KPI)	Ziel
<u>Arbeits- und Gesundheitsschutz</u>	Unfallquote (LTIFR)	2016 werden wir geeignete Zielsetzungen prüfen und festlegen
<u>Mitarbeiterengagement</u>	Kennzahl „Aktive Führung“	2016 soll die Zustimmung auf 74 Prozent steigen
<u>Weiterbildung & Personalentwicklung</u>	Teilnehmer an Certified-Initiative	Bis 2020 sollen 80 Prozent der Mitarbeiter zertifiziert sein
<u>Energieeffizienz und Klimawandel</u>	CO ₂ -Effizienzindex (CEX)	Verbesserung des CEX um mindestens einen Indexpunkt gegenüber dem Vorjahr.
<u>Lokale Luftschadstoffe und Lärmemissionen</u>	Wir werden verstärkt in diesem Themenbereich arbeiten, um geeignete Zielsetzungen zu entwickeln und bestehende Steuerungsgrößen auf ihre zusätzliche Eignung für diesen Bereich zu prüfen.	

Die materiellen Themen Compliance, Datenschutz- und Sicherheit sowie Umwelt- und Sozialstandards in der Lieferkette steuern wir ebenfalls zentral anhand definierter Messgrößen. Diese Informationen betreffen jedoch für unser Geschäft sensible Daten und werden daher nicht extern berichtet.

Schwerpunktthemen & CR-Aktivitäten PwC

Unsere konzernweiten Nachhaltigkeitsaktivitäten und -ziele fokussieren wir auf die Dimensionen

- Organisation und Strategie
- Mitarbeiter und Arbeitsplatz
- Grundlagen und Leitlinien
- Gesellschaft und Engagement
- Umwelt und Lösungen

Organisation und Strategie

Unternehmensverantwortung ist integraler Bestandteil der Konzernstrategie von Deutsche Post DHL Group. Die Zuständigkeit für die strategische Ausrichtung liegt im Bereich des Vorstandsvorsitzenden. In seinem Ressort werden die Aufgaben der Unternehmensverantwortung vom Zentralbereich Konzernkommunikation und

Unternehmensverantwortung wahrgenommen. Durch unseren CR-Managementprozess und in diversen Gremien mit internen und externen Stakeholdern identifizieren wir relevante Themen und treffen erforderliche Entscheidungen zur Verbesserung unserer Leistung. Regelmäßig erhalten wir dafür Anerkennung, zum Beispiel durch Rating-Agenturen und weitere externe Institutionen.

Mitarbeiter und Arbeitsplatz

Der Erfolg von Deutsche Post DHL Group hängt maßgeblich von der Fähigkeit und der Bereitschaft unserer Mitarbeiter ab, Leistungen für unsere Kunden auf konstant hohem Niveau zu erbringen und sich dafür kontinuierlich weiterzuentwickeln. Daher bestehen wesentliche Aufgaben unserer Personalarbeit darin, für offene Stellen im Konzern die richtigen Kandidaten zu gewinnen und unsere Belegschaft weltweit kontinuierlich zu motivieren und zu entwickeln. Den Schlüssel zu unserem Erfolg sehen wir darin, für unsere Mitarbeiter eine solide Grundlage für eine wertschätzende, produktive und auf Langfristigkeit ausgerichtete Arbeitsbeziehung zu schaffen. Dazu zählen eine von Offenheit, Vertrauen und Respekt geprägte Unternehmenskultur ebenso wie eine leistungsgerechte Vergütung, gute Entwicklungsperspektiven sowie ein sicheres und gesundes Arbeitsumfeld.

Grundlagen und Leitlinien: Verantwortungsvolle Geschäftspraxis

Die zentrale Plattform für unser strategisches CR-Management bildet das konzernweite Responsible-Business-Practice-(RBP)-Netzwerk, in dem die wesentlichen Themen und Aspekte einer verantwortungsvollen Unternehmensführung bereichs- und funktionsübergreifend koordiniert werden. Zu den CR-relevanten Themenfeldern zählen ethische Unternehmensführung, nachhaltige Geschäftsstrategie, Produktverantwortung und Geschäftspraktiken, Arbeitsbedingungen, Wahrung der Menschenrechte sowie Umwelt und gesellschaftliches Engagement. Mithilfe der Materialitätsanalyse identifiziert das RBP-Netzwerk die Themen, verbessert die entsprechende Leistung des Konzerns und macht Fortschritte in der Zielerreichung transparent. Dabei stehen die Mitglieder des RBP-Netzwerks im kontinuierlichen Austausch mit ihren jeweiligen Stakeholdern. So stellen wir sicher, dass deren Erwartungen in sozialen und ökologischen Fragen angemessen berücksichtigt werden und unser Geschäft systematisch daran ausgerichtet wird. Stets gilt es, Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit miteinander zu verknüpfen.

Gesellschaft und Engagement: Corporate Citizenship

Unser gesellschaftliches Engagement steuern und bündeln wir im Handlungsfeld „Gesellschaft & Engagement“. In enger Zusammenarbeit mit erfahrenen Partnerorganisationen setzen wir unsere Stärken und Kernkompetenzen als weltweit führender Post- und Logistikdienstleister zum Nutzen von Gesellschaft und Umwelt ein. Im Rahmen unserer Konzernprogramme verbessern wir die Bildungs- und Berufschancen sozial benachteiligter junger Menschen, engagieren uns im Katastrophenmanagement an Flughäfen und unterstützen von Mitarbeitern initiierte lokale Umweltschutz- und Hilfsprojekte. Darüber hinaus haben wir im Berichtsjahr gemeinsam mit Partnern eine

umfangreiche Initiative zur Flüchtlingshilfe in Deutschland gestartet. Wir ermutigen unsere Mitarbeiter, sich ehrenamtlich zu engagieren und unterstützen dieses Engagement finanziell.

Umwelt und Lösungen: Shared Value

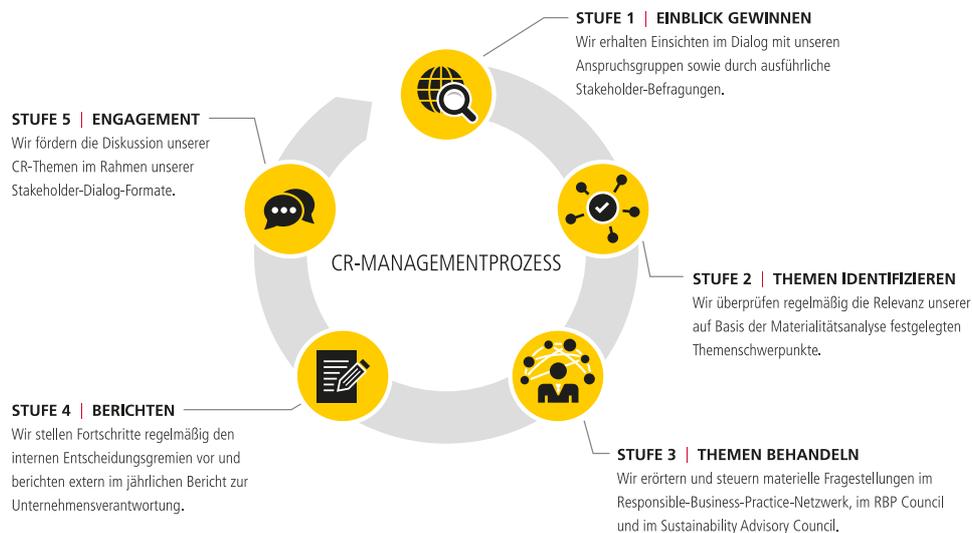
Unsere Aktivitäten, die Umweltauswirkungen unseres Geschäfts zu minimieren und entsprechende Lösungen für unsere Kunden zu entwickeln, werden im Bereich „Shared Value“ vorangetrieben. Das konzernweite Umweltmanagement von Deutsche Post DHL Group orientiert sich am gleichnamigen Wertschöpfungsansatz: Wir leisten nicht nur einen Beitrag für die Gesellschaft und den Erhalt der Umwelt, sondern vergrößern auch den eigenen unternehmerischen Erfolg, beispielsweise mit Maßnahmen zur CO₂-Effizienzsteigerung oder durch die Vermarktung umweltfreundlicher Produkte aus unserem GoGreen-Portfolio. Spezifischen Anforderungen unserer Kunden werden wir gerecht, indem wir gemeinsam mit ihnen nachhaltige Logistiklösungen identifizieren und entwickeln. Auf diese Aufgabe haben wir uns im Rahmen unserer nachhaltigen Unternehmensstrategie zusammen mit allen Geschäftsbereichen verpflichtet. Gleichzeitig wollen wir mit unserem konzernweiten CO₂-Effizienzziel die Auswirkungen unseres Geschäfts auf die Umwelt verringern und bis zum Jahr 2020 unsere CO₂-Effizienz im Vergleich zum Ausgangswert des Jahres 2007 um 30 Prozent steigern. Bis 2015 konnten wir bereits eine Effizienzsteigerung von 25 Prozent erreichen.

CR-Managementprozess & Materialitätsanalyse ✓ PwC

Unser Ziel, zum Maßstab für verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln zu werden, wollen wir erreichen, indem wir unsere Leistung in Bezug auf Unternehmensverantwortung fortlaufend und messbar steigern. Dabei setzen wir auf Offenheit und Struktur. Offenheit bedeutet, dass wir die Informationen, die wir beispielsweise im Rahmen unserer Stakeholder-Dialoge, Initiativen und Partnerschaften oder aus CR-Ratings erhalten, aufnehmen und ihre Relevanz für unser Geschäft bewerten. Struktur bedeutet, dass wir materielle Themen in einem Managementprozess systematisch identifizieren und konkrete Maßnahmen, Ziele und Kennzahlen definieren. Die entsprechenden Entscheidungen wurden im Berichtsjahr vom internen Entscheidungsgremium Responsible Business Practice Council sowie auch vom Konzernvorstand getroffen. Wir berichten unsere Fortschritte an unsere Stakeholder und holen dabei neue Anregungen ein. Darüber hinaus beachten wir die Empfehlungen der unabhängigen Experten des Sustainability Advisory Council.

Die aus diesem kontinuierlichen Prozess gesammelten Erkenntnisse fließen erneut in den Managementkreislauf ein. Nachdem der CR-Managementprozess 2014 erstmals vollständig durchlaufen wurde, haben wir im Berichtsjahr einen neuen Zyklus in Gang gesetzt, eine Materialitätsanalyse mit umfangreicher Stakeholder-Befragung sowie Telefoninterviews mit ausgewählten Stakeholder-Gruppen und der Einbeziehung weiterer Quellen durchgeführt.

CR-Managementprozess



Materialitätsanalyse ✓ PwC

Um die wesentlichen Themen aus den Bereichen Mitarbeiter, Umwelt und Unternehmensführung zu identifizieren, hat Deutsche Post DHL Group im Berichtsjahr erneut eine Materialitätsanalyse durchgeführt. Zudem wurden konkrete Ziele und Kennzahlen definiert bzw. bestätigt.

- Im Bereich Mitarbeiter fokussieren wir auf die Themen Mitarbeiterengagement, Weiterentwicklung von Mitarbeitern sowie Arbeits- und Gesundheitsschutz.
- Im Bereich Umwelt konzentrieren wir uns auf die Themen Energieeffizienz sowie Luftverschmutzung und Lärm.
- Im Bereich Unternehmensführung setzen wir den Schwerpunkt auf die Aspekte Compliance, Datenschutz und -sicherheit sowie auf die Standards in der Wertschöpfungskette mit dem Schwerpunkt auf die Umwelt- und Sozialstandards in der Lieferkette.

Kennzahlen in den Bereichen Compliance, Datenschutz- und Sicherheit sowie Umwelt- und Sozialstandards in der Lieferkette berichten wir nicht, da diese Informationen sensible Daten für unser Geschäft betreffen. Den Fokus und die Entwicklung der weiteren wesentlichen Themen im Jahr 2015 stellen wir in den entsprechenden Kapiteln des vorliegenden Berichts im Detail dar.

Ergebnisse der Materialitätsanalyse 2015 ✓ PwC

SEHR WICHTIG FÜR EXTERNE STAKEHOLDER	<ul style="list-style-type: none"> ■ Innovation & Zukunftstechnologien ■ Nachhaltige Geschäftsstrategie ■ Respektvoller Umgang mit Arbeitnehmern ■ Abschaffung von Kinder- und Zwangsarbeit 	<p>ACHT MATERIELLE RBP-THEMEN FÜR DPDHL GROUP</p> <p>Unternehmensführung</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Compliance ■ Standards in der Wertschöpfungskette ■ Datenschutz & -sicherheit <p>Mitarbeiter</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Mitarbeiterengagement ■ Weiterentwicklung ■ Arbeits- & Gesundheitsschutz <p>Umwelt</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Energieeffizienz ■ Luftverschmutzung & Lärm
WICHTIG FÜR EXTERNE STAKEHOLDER	<ul style="list-style-type: none"> ■ Umweltmanagementsysteme ■ Abfallmanagement & Recycling ■ Artenvielfalt & Ökosystemleistungen ■ Umwelt & sozialverantwortliche Produkte & Dienstleistungen ■ Transparenz & Offenlegung ■ Respekt & Unterstützung der Arbeitnehmerrechte und der Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Beziehungen ■ Vielfältigkeit & Chancengleichheit ■ Gesundheitsmanagement & Wohlbefinden ■ Sicherheitsrisiko-Management & Geschäftskontinuitätsplanung ■ Direkter ökonomischer Beitrag ■ Indirekter ökonomischer Beitrag & Steuer ■ Gesellschaftliches Engagement 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Sorgfaltspflicht in Bezug auf Menschenrechte
	WICHTIG FÜR DEUTSCHE POST DHL GROUP	SEHR WICHTIG FÜR DEUTSCHE POST DHL GROUP

Methodik der Materialitätsanalyse

Die Auswahl der für Deutsche Post DHL Group materiellen Themen fand in einem vierstufigen Prozess statt.

Im ersten Schritt teilten uns 500 Vertreter unserer Anspruchsgruppen im Rahmen einer internationalen und anonymisierten Online-Umfrage ihre Einschätzung zur Bedeutung von Nachhaltigkeitsthemen für unseren Konzern sowie zu unserer Performanz in den einzelnen Bereichen mit. Befragt wurden Mitarbeiter, Kunden, Investoren, Nichtregierungsorganisationen (NGOs), politische Entscheidungsträger, Lieferanten, Journalisten, akademische Einrichtungen, Verbände und Gremien sowie CR-Experten aus anderen Unternehmen.

Der Fragenkatalog basierte auf den fünf Themengebieten „ethische Unternehmensführung und nachhaltige Geschäftsstrategie“, „Produktverantwortung und Geschäftspraktiken“, „Arbeitsbedingungen und Wahrung der Menschenrechte“, „Umwelt“ sowie „gesellschaftliches Engagement“. Die Themenliste wurde auf Basis der wichtigsten Nachhaltigkeitsinitiativen und -standardgeber (darunter Global Reporting Initiative –

GRI, UN Global Compact, OECD) sowie auf Basis der Anforderungen von Kunden, CR-Rating-Agenturen und internen Bewertungsmethoden erstellt. Sie umfasst im Wesentlichen die bereits im Jahr 2013 für unser Unternehmen ausgewählten Themen.

Im zweiten Schritt wurden die Ergebnisse der Stakeholder-Befragungen mit den Erkenntnissen aus weiteren für unser Unternehmen relevanten Informationsquellen verknüpft. Diese Quellen umfassen

- Informationen aus Interviews mit ausgewählten Stakeholdern,
- die Analyse von Kundenanforderungen,
- Erkenntnisse aus der externen Bewertung durch CR-Rating-Agenturen,
- die Bewertung globaler Trends und Themen (Issues Monitoring) sowie
- die Auswirkungen des Logistikgeschäfts auf Umwelt und Gesellschaft, basierend auf der Wirkungsstudie „Responsibility to act“ des Green Transformation Lab.

Im dritten Prozessschritt wurden das interne Nachhaltigkeitsgremium Responsible Business Practice Council sowie der Vorstand von Deutsche Post DHL Group im Rahmen von Interviews um ihre Einschätzung der Themenrelevanz gebeten. Ebenso fand eine Bewertung durch das mit unabhängigen, externen CR-Spezialisten besetzte Sustainability Advisory Council statt.

Im letzten Schritt wurden die durch die interne und externe Bewertung der als materiell eingestuften Themen durch das Management Board final bestätigt und mit individuellen Kennzahlen und Zielen hinterlegt.

Die materiellen Themen, ihre Kennzahlen und Ziele bilden die Grundlage für den kontinuierlichen Prozess von Leistungsverbesserung und entsprechender interner und externer Berichterstattung.

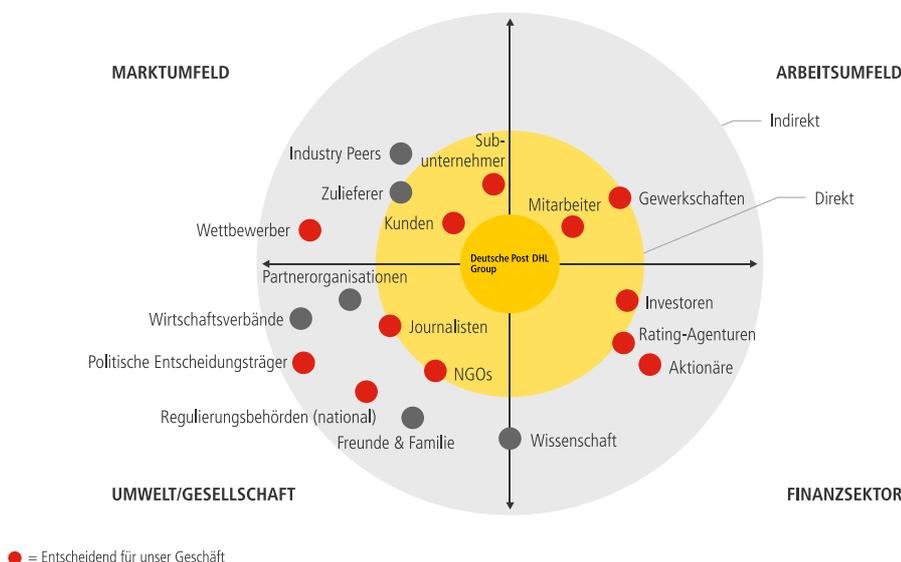
STAKEHOLDER-BEZIEHUNGEN

Im Kontext unserer nachhaltigen Unternehmensstrategie bekennen wir uns dazu, die Bedürfnisse der vielfältigen Anspruchsgruppen von Deutsche Post DHL Group im täglichen Handeln zu berücksichtigen. Im Rahmen von Workshops, die während der globalen Konferenz der Kommunikations- und Nachhaltigkeitsmanager von Deutsche Post DHL Group vom 24. bis 26. Juni 2015 in Berlin stattfanden, identifizierten und validierten etwa 110 Teilnehmer aus verschiedenen Regionen und Divisionen im Konzern Stakeholder-Gruppen und relevante Themen für die jeweilige Region. Im Rahmen der Materialitätsanalyse haben wir zudem eine Übersicht unserer Stakeholder entwickelt und ihre strategische Bedeutung analysiert.

Stakeholder-Engagement ✔ PwC

Der regelmäßige Austausch mit unseren Anspruchsgruppen hat für unser Unternehmen hohe strategische Priorität und ist fester Bestandteil unseres CR-Management-Ansatzes. Zudem ist er ein wichtiges Instrument, um Lösungsansätze für zukünftige gesellschaftliche und unternehmerische Herausforderungen zu ermitteln und zu überprüfen, die wir für unseren Konzern als materiell einstufen. Um die Meinungen und Erwartungen unserer Stakeholder noch besser kennen und verstehen zu lernen, setzen wir unterschiedliche Dialogformate ein. Unter anderem veranstalten wir Diskussionen am runden Tisch oder bitten um direkte Rückmeldung nach Veranstaltungen. Umfassende Stakeholder-Befragungen sind ebenfalls fester Bestandteil der Vorbereitungsmaßnahmen zu unserer kontinuierlichen Aktualisierung der Materialitätsanalyse.

Stakeholder bei Deutsche Post DHL



Im Berichtsjahr haben wir eine Stakeholder-Engagement-Richtlinie mit Schulungsmaterialien veröffentlicht. Mit der Richtlinie, die dem internationalen Stakeholder Engagement Standard AA1000 SES folgt, wollen wir den Prozess des Stakeholder-Dialogs konzernweit einheitlich gestalten. Um die Stakeholder-Orientierung unserer Mitarbeiter und ihre Kenntnis der Richtlinie weiter zu verbessern, haben wir interne Austauschplattformen geschaffen und Trainings durchgeführt. Dazu zählten ein Stakeholder-Engagement-Forum am 8. Oktober in Bonn sowie Telefonkonferenzen mit Mitarbeitern in Asien, Europa und den USA. Außerdem hat der Konzern im Berichtsjahr in die Neuausrichtung des DHL Innovation Centers am Standort Troisdorf investiert sowie das Asia Pacific Innovation Center (APIC) in Singapur eröffnet. Beide Standorte bieten eine zentrale Plattform, in der Kunden und Stakeholder gemeinsam mit DHL-Experten an innovationsbezogenen Themen arbeiten können.

Stakeholder-Gruppen, Dialogformate & Veranstaltungen

Mit unseren Stakeholdern kommunizieren wir auf vielfältige Weise und adressieren dabei die Kernthemen der Unternehmensverantwortung. Zum Beispiel arbeiten wir an unseren Innovation Centern in [Troisdorf](#) und [Singapur](#) eng mit unseren Kunden und einem Netzwerk von Industrie- und Forschungspartnern zusammen, um gemeinsam nachhaltige Lösungen zu entwickeln, die den Welthandel in Bewegung halten und Antworten auf die sich wandelnden Anforderungen globaler Lieferketten geben.

Stakeholder-Aktivitäten: Ausgewählte Beispiele 2015

Bürger

Austausch über Themen der Unternehmensverantwortung im Rahmen von Veranstaltungen und Einholung von Feedback der Teilnehmer.

- Feedback im Rahmen der „Formel E“-Rennserie, siehe Kunden

Experten

Öffentlicher, teilöffentlicher und vertraulicher Austausch mit meinungsführenden Experten über gesellschaftliche Entwicklungen und deren Auswirkung auf die Logistik.

- CDP Climate Leadership Conference: Gastgeber für Carbon Disclosure Project DACH Leadership Award Conference & Ceremony in Bonn. Rund 300 Vertreter von Unternehmen und Investoren diskutierten am 4. Nov. in Bonn im Rahmen der Veranstaltung die Ergebnisse der am gleichen Tag veröffentlichten CDP Climate Disclosure & Performance Scores.

Investoren

[Hauptversammlung](#), Bekanntgabe der [Jahres- und Quartalsergebnisse](#), regelmäßige [Investoren-Roadshows](#) und [Investoren-Konferenzen](#), Tutorial Workshops, Aktionärsumfragen und Studien.

- Nomura European Responsible Investing Conference: Diskussion mit zahlreichen SRI-Investoren zu den [CR-Aktivitäten](#) von Deutsche Post DHL Group am 21. Mai in Paris.

Journalisten

Permanenter Austausch mit Journalisten, aktive und reaktive Pressearbeit, Medien-Monitoring, Medienresonanzanalysen, Medienkooperationen, Workshops, Social-Media-Aktivitäten, [Logistics Newsroom](#).

- [Presseportal von Deutsche Post DHL Group](#)
Das Presseportal vereinfacht Journalisten die Kontaktaufnahme zu ihren Ansprechpartnern im Konzern und bietet unter anderem mit aktuellen Meldungen, Hintergrundberichten, Bild-, Ton- und Videomaterial, Social Media Anwendungen und einem Logistics Newsroom relevante Informationen zum Konzern, seinen Marken sowie den Produkten und Dienstleistungen.

Kunden

Jährliche Befragung zur Kundenzufriedenheit, Marktforschung, zahlreiche Kundenkonferenzen und -Events, Kundenmagazine, Kundenservice Center, Workshops in den DHL Innovation Center
 Digital: Websites, Social-Media-Kanäle, Logistics Newsroom

- Kunden-Event „Formel E“-Rennserie
 Offizieller Logistikpartner der FIA Formel E Meisterschaft als Betreiber einer der größten Flotten grüner Fahrzeuge in der Branche. Rennen fanden im Berichtsjahr in Argentinien, Deutschland, Großbritannien, Russland und den USA statt. Die Veranstaltungen mit vollelektrischen Rennwagen wurden dazu genutzt, bei den Besuchern ein Feedback zu sechs grundsätzlichen Fragen der Elektromobilität einzuholen. Über 2.600 Teilnehmer nahmen an der Erhebung teil. Im Ergebnis sind 57 Prozent der Befragten der Meinung, dass sich Elektromobilität als zukünftige Antriebsform durchsetzen wird. Ebenso glauben weitere 57 Prozent, dass die Formel E dazu beiträgt, ein besseres Verständnis über Elektromobilität zu vermitteln. Mehr als die Hälfte der Befragten bewerten Deutsche Post DHL Group als führendes Unternehmen im Bereich der technischen Entwicklung nachhaltiger Lösungen.
- Globales Kundenmagazin „Delivered“
 Fünfmal jährlich erscheinende Printpublikation mit umfassenden Informationen und Expertenmeinungen zu Logistiklösungen, Industrie- und Sektorentrends. Der Online-Auftritt wird kontinuierlich mit neuen Inhalten gepflegt.
- Innovation Centers
 Das DHL Innovation Center in Troisdorf wurde am 19. Mai neu ausgerichtet wiedereröffnet. Es basiert auf der Idee, Innovationen in Zusammenarbeit mit Kunden und einem Netzwerk von Industrie- und Forschungspartnern zu entwickeln.

Am 9. Dez. wurde das erste DHL Innovation Center außerhalb Deutschlands in Singapur eröffnet, und dient als regionale Plattform, um gemeinsam mit Kunden, Branchenpartnern und unabhängigen Experten innovative Lösungen für die sich wandelnden Anforderungen globaler Lieferketten zu entwickeln.

Lieferanten und Transportdienstleister

Gemeinsame Arbeitsgruppen in Fachverbänden und Brancheninitiativen, unter anderem zur Entwicklung branchenweiter Standards zur Ermittlung von Emissionsdaten

- Nachfolgetreffen Smart Freight Latin America Roundtable
Vertreter der verschiedenen nationalen Green-Freight-Programme und andere Stakeholder tauschten am 14. Sep. in São Paulo Informationen und Erfahrungen zu den bestehenden Programmen in den USA, China und Frankreich aus. Zudem wurde dabei untersucht, welche Möglichkeiten zur Zusammenarbeit bestehen, die zur Entwicklung künftiger Programme in lateinamerikanischen Ländern wie Brasilien, Argentinien oder Chile beitragen können.

Lieferantenmanagement: DPDHL Group Supplier Day

- DPDHL Group Supplier Day
Am 4. Mai fanden Diskussionsrunden, Fachvorträge und Workshops mit mehr als 370 internationalen Teilnehmern, darunter Vertreter der strategischen Lieferanten, statt.

Meinungsführer

Öffentlicher Austausch mit Meinungsführern verschiedener Disziplinen und Themenbereiche im Rahmen des Formats „Delphi Dialog“

- Delphi Dialog 2020: „HAPP-e-NESS – Wie die Digitalisierung unsere Lebenszufriedenheit beeinflusst“
Rund 130 Experten aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Medien trafen sich zum zehnten Delphi Dialog am 25. Nov. in Berlin und diskutierten über das Thema „HAPP-e-NESS – Wie die Digitalisierung unsere Lebenszufriedenheit beeinflusst“. Auch der am selben Tag veröffentlichte „Deutsche Post Glücksatlas 2015“ wurde thematisiert.

Veröffentlichung von Trend-Reports

- Deutsche Post DHL Group erarbeitet und veröffentlicht regelmäßig Studien zu globalen Trends und Themen, die in der Gesellschaft sowie in der Post- und Logistikbranche diskutiert werden. Im Berichtsjahr wurden Trend Reports zu den Themen „Internet der Dinge“, „Omni Channel-Logistik“ sowie „Faire und verantwortungsbewusste Logistik“, teils unter Mitwirkung von Kunden, Partnern und Branchenexperten, veröffentlicht.

Mitarbeiter und deren Vertreter

Jährliche Mitarbeiterbefragung, Employee Trend Monitor (vier mal im Jahr), interne Medien, Diskussionsangebote im Intranet und Extranet, interne Kollaborationsplattform (Yammer), Mitarbeiterveranstaltungen, Betriebsratsversammlungen, Betriebsratsgremien, Deutsche Post DHL Forum (zweimal jährlich).

- Die jährliche Mitarbeiterbefragung ist das zentrale Element unseres Mitarbeiterdialogs. Die Ergebnisse sind ein Indikator dafür, wie nahe wir unserem Ziel kommen, Arbeitgeber erster Wahl zu werden.

Nichtregierungsorganisationen

Regelmäßige Treffen, Konferenzen und Symposien, laufende Partnerschaften und Kooperationsprojekte.

- Wir beteiligen uns 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.

Politische Entscheidungsträger

Regelmäßiger Austausch über wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklungen.

- Delphi Dialog 2020: „HAPP-e-NESS – Wie die Digitalisierung unsere Lebenszufriedenheit beeinflusst“

Wissenschaft und Forschung

Zusammenarbeit bei Innovationsprojekten, Austausch über Konferenzen und Symposien.

- Roundtable-Diskussion „Was macht einen globalen Logistikkonzern zum Vorreiter beim Klimaschutz? Diskussion im Rahmen der Carbon Disclosure Project DACH Leadership Award Conference & Ceremony. 15 ausgewählte Teilnehmer erörterten unter anderem die folgenden Leitfragen: Welchen Beitrag erwarten Sie von einem globalen Logistikkonzern im Kampf gegen den Klimawandel? Welche Maßnahmen sind geeignet, ökologische und wirtschaftliche Ziele in Einklang zu bringen?
- Delphi Dialog 2020: „HAPP-e-NESS – Wie die Digitalisierung unsere Lebenszufriedenheit beeinflusst“, siehe Meinungsführer

Mitglied- und Partnerschaften

Partnerschaften mit oder Mitgliedschaften in nationalen und internationalen Organisationen sind für unsere Arbeit von hoher strategischer Bedeutung. Der damit verbundene Erfahrungsaustausch trägt maßgeblich zum Erfolg unserer unternehmerischen Verantwortung bei.

Wir nutzen den Weg über Mitgliedschaften, um übergreifende Themen der Nachhaltigkeit mitzugestalten. Dazu gehören beispielsweise das World Economic Forum (WEF), der Global Compact der Vereinten Nationen (UNGC) sowie die internationale Initiative Partnering against Corruption (PACI).

In allen Schwerpunkten unserer CR-Aktivitäten kooperieren wir mit einer Vielzahl von Einrichtungen und Institutionen und entwickeln gemeinsame Lösungen und Positionen zu spezifischen Themen.

Im Bereich Gesundheit & Arbeitsschutz sind dies beispielsweise die Weltgesundheitsorganisation, das globale Arbeits- und Gesundheitsschutznetzwerk der internationalen Arbeitgeberorganisation oder die Europäische Charta für Straßensicherheit.

Im Bereich Umwelt engagieren wir uns unter anderem bei folgenden Verbänden und Vereinen:

- aireg – Aviation Initiative for Renewable Energy in Germany e.V.
Gemeinsam mit anderen Unternehmen wollen wir die Entwicklung von Biokraftstoffen auch in der Luftfahrt vorantreiben.
- Clean Cargo Working Group der Business for Social Responsibility
Über diese Mitgliedschaft setzen wir uns für mehr Nachhaltigkeit im internationalen Seefrachtgeschäft ein.
- Global Logistics Emissions Council, Green Freight Asia, Green Freight Europe
Mit unserem Engagement in diesen Initiativen möchten wir die Vereinheitlichung der Emissionserfassung und -berechnung vorantreiben und die Subunternehmer im Landtransport für die Notwendigkeit der Daten sensibilisieren.

Mitgliedschaften im Bereich Corporate Citizenship nutzen wir, um Berechnungsstandards weiterzuentwickeln und das soziale Engagement unserer Mitarbeiter zu unterstützen. Bereits seit vielen Jahren arbeiten wir vertrauensvoll mit anerkannten Kooperationspartnern zusammen:

- LBG Network
Über unsere Mitgliedschaft in diesem Netzwerk haben wir die Möglichkeit, die Weiterentwicklung des LBG-Modells zu fördern, mit dem wir unsere Aktivitäten in der Unternehmensverantwortung evaluieren.
- Entwicklungsprogramm der Vereinten Nationen (UNDP)
Über das UNDP sind wir in ein weltweites humanitäres System eingebunden. Mit den Vereinten Nationen verbindet uns eine mittlerweile zehnjährige Partnerschaft.

- Teach For All, Inc.
Wir teilen das Ziel dieser Organisation, dass jedes Kind – unabhängig vom sozialen Status seiner Eltern – Zugang zu exzellenter Bildung haben sollte, und fördern das Engagement unserer Mitarbeiter, die sich in ihrer Freizeit zum Beispiel als Mentoren zur Verfügung stellen.
- SOS-Kinderdörfer weltweit Hermann-Gmeiner-Fonds Deutschland e.V.
Wir unterstützen SOS-Kinderdörfer, um Jugendliche beim Übergang ins Berufsleben zu begleiten und ihre Chancen auf ein selbstbestimmtes Leben zu verbessern.

Eine vollständige Übersicht über unsere Mitglied- und Partnerschaften ist auf unserer [Konzern-Website](#) einsehbar.

GREMIEN

Als deutsche börsennotierte Aktiengesellschaft hat die Deutsche Post AG 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 schwerpunktmäßig diskutierten Themen und Entscheidungen werden im Bericht des Aufsichtsrats im [Geschäftsbericht 2015](#) dargestellt.

Der Vorstand

Mit Zustimmung des Aufsichtsrats hat sich der Vorstand eine Geschäftsordnung gegeben, die unter anderem die Zusammenarbeit innerhalb des Vorstands enthält. Danach 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 nichtdelegierbaren Aufgaben alle Entscheidungen, die dem Aufsichtsrat gemäß der Geschäftsordnung zur Zustimmung vorzulegen sind. 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. Die Satzung (Gesellschaftsvertrag) ist auf der [Konzern-Website](#) abrufbar.

Vorstandsmitglieder



Dr. Frank Appel
Vorstandsvorsitz¹
Bestellt bis Okt. 2017



Melanie Kreis
Vorstand Personal
Bestellt bis Okt. 2017



Lawrence A. Rosen
Vorstand Finanzen, Global Business Services
Bestellt bis Aug. 2017



Jürgen Gerdes
Vorstand Post - eCommerce - Parcel
Bestellt bis Juni 2020



Ken Allen
Vorstand Express
Bestellt bis Juli 2020



John Gilbert
Vorstand Supply Chain
Bestellt bis März 2017

¹ Dr. Frank Appel ist bis auf Weiteres zusätzlich verantwortlich für das Ressort Global Forwarding, Freight.

Der Vorstand umfasst sieben Positionen, die seit 2015 von sechs Mitgliedern besetzt sind, darunter ein weibliches Vorstandsmitglied. Die Lebensläufe der Vorstandsmitglieder sowie die Ressortfunktionen, Berufungszeiträume und weitere Mandate sind auf der Konzern-Website dargestellt.

Organisatorische Veränderungen im Vorstand 2015

Am 27. April 2015 hat Roger Crook sein Mandat als Mitglied des Vorstands niedergelegt. Bis zur Berufung eines neuen Vorstands für den Unternehmensbereich Global Forwarding, Freight hat der Vorstandsvorsitzende Dr. Frank Appel, die entsprechenden Aufgaben in Personalunion übernommen.

Der Aufsichtsrat

Der Aufsichtsrat berät und überwacht den Vorstand und bestellt dessen Mitglieder. In der Geschäftsordnung des Aufsichtsrats sind die Grundsätze seiner inneren Ordnung, ein Katalog zustimmungspflichtiger Geschäfte des Vorstands sowie Regelungen zu den Aufsichtsratsausschüssen enthalten. Er tritt mindestens zweimal 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 vor allem Beschlussfassungen des

Aufsichtsratsplenums vorbereiten. Einzelne Themen hat der Aufsichtsrat zur abschließenden Entscheidung an Ausschüsse delegiert.

Der Aufsichtsrat besteht aus 20 Mitgliedern, darunter zehn Vertreter der Anteilseigner, die in der Hauptversammlung gewählt werden, und zehn Vertreter der Arbeitnehmer, die von den Arbeitnehmern nach den Bestimmungen des Mitbestimmungsgesetzes gewählt werden. Alle Mitglieder des Aufsichtsrats sind im Sinne des Deutschen Corporate-Governance-Kodex unabhängig. Die Frauenquote im Aufsichtsrat beträgt 35 Prozent. Damit wird die gesetzliche Vorgabe in Deutschland übertroffen.

35 %

Frauenquote im Aufsichtsrat

Die Lebensläufe der Vertreter der Anteilseigner und die Zusammensetzung der Aufsichtsratsausschüsse sind auf unserer Konzern-Website dargestellt.

Organisation der Unternehmensverantwortung ✔ PwC

Corporate Center und Global Business Services legen die Standards für die verantwortliche Unternehmensführung fest. Dazu zählen vor allem die strategische Ausrichtung, der systematische Austausch mit den Stakeholder-Gruppen, die für die Unternehmensverantwortung wesentlichen Konzernrichtlinien, wie zum Beispiel der Verhaltenskodex, aber auch bereichsübergreifende Funktionen wie Compliance oder das Lieferantenmanagement. Außerdem werden Standards für die Vergütung im Konzern, für das Gesundheitsmanagement und den Arbeitsschutz gesetzt. Die Unternehmensbereiche sind dafür verantwortlich, Kundenanforderungen mit den strategischen und ethischen Grundsätzen der Unternehmensverantwortung zu verknüpfen und den Verhaltenskodex für Lieferanten in ihren Vertragsbeziehungen zu verankern.

Steuerung der Unternehmensverantwortung

DEUTSCHE POST DHL GROUP	
CORPORATE CENTER Standards verantwortlicher Unternehmensführung, z.B. Verhaltenskodex, Compliance, Datenschutz	UNTERNEHMENSBEREICHE Geschäft und Verantwortung miteinander verknüpfen, z.B. Kundenanforderungen, Verhaltenskodex für Lieferanten ¹
THEMEN IDENTIFIZIEREN UND ENTSCHEIDUNGEN TREFFEN	<ul style="list-style-type: none"> ■ Themenspezifische Gremien, z.B. HR Board, GoGreen Sponsors Board ■ Übergreifende Responsible Business Working Group/RBP Council ■ Vorstand
THEMEN STEUERN UND TRANSPARENZ SCHAFFEN	<ul style="list-style-type: none"> ■ Governance-Strukturen ■ Managementsysteme ■ KPIs und Ziele ■ Transparenz, z.B. regelmäßiges Reporting

¹ Der Begriff Lieferanten umfasst auch Transportdienstleister.

Wesentliche interne Gremien und Arbeitsgruppen

- **Responsible Business Practice (RBP) Council und RBP-Arbeitsgruppe**

Der bereichsübergreifende Austausch zwischen den Zentralfunktionen und den Unternehmensbereichen zu den verschiedenen Themenfeldern in der verantwortlichen Unternehmensführung erfolgt in der RBP-Arbeitsgruppe. Fortschritte und Best-Practice-Beispiele werden miteinander geteilt, neue Aspekte diskutiert und Informations- oder Entscheidungsvorlagen für das RBP Council erstellt. Dieses setzt sich als Entscheidungsgremium aus den Führungskräften der Unternehmensbereiche und der Konzernfunktionen zusammen. Je nach Tragweite des Entscheidungsbedarfs werden Themen dem Vorstand vorgestellt.
- **HR Board**

Konzernweit steuert das HR Board sämtliche Personalthemen. Neben dem vorsitzenden Personalvorstand sind die Leiter der divisionalen Personalbereiche sowie zentrale HR-Funktionen im HR Board vertreten.
- **Diversity Council**

Dieses Gremium legt die strategische Ausrichtung von Diversität unter Berücksichtigung der spezifischen Anforderungen an das Diversity-Management in den Unternehmensbereichen fest.
- **Operations Board**

Im Operations Board sind unter der Leitung des Vorstandsvorsitzenden Führungskräfte der Unternehmensbereiche vertreten. Unter anderem ist dieses Führungsgremium für die Steuerung und Entwicklung der Arbeitsschutzkennzahlen verantwortlich.
- **Occupational Health & Safety Committee**

Das Occupational Health & Safety Committee definiert bereichsübergreifend Standards und Regelungen im Arbeitsschutz, untersucht Unfallschwerpunkte, entwickelt Präventionsmaßnahmen und bereitet Entscheidungen für das Operations Board vor.
- **GoGreen Sponsors Board**

Das GoGreen Sponsors Board entscheidet über die Umsetzung der Umweltstrategie und die Entwicklung von Umweltprodukten auf Konzernebene. Es wird vom Vorstandsvorsitzenden geleitet und besteht aus Führungskräften aller Unternehmensbereiche sowie Vertretern der relevanten Konzernfunktionen. Darüber hinaus werden Umweltschutzthemen regelmäßig in den Sitzungen des Konzernvorstands diskutiert. In jedem Unternehmensbereich, in den größeren Regionen auch auf lokaler Ebene und auf Länder- und Standortebeine, gibt es GoGreen-Teams, die direkt an die Geschäftsentwicklungsabteilungen berichten.

Externe Beratungsgremien

Die Perspektiven und Expertise externer Fachleute holen wir in diesen beiden Gremien ein:

- **Sustainability Advisory Council (SAC)**

Das SAC übernimmt die Aufgabe, unsere Nachhaltigkeits-Agenda aus externer Sicht zu überprüfen. Es setzt sich aus unabhängigen Experten und Vordenkern aus verschiedenen

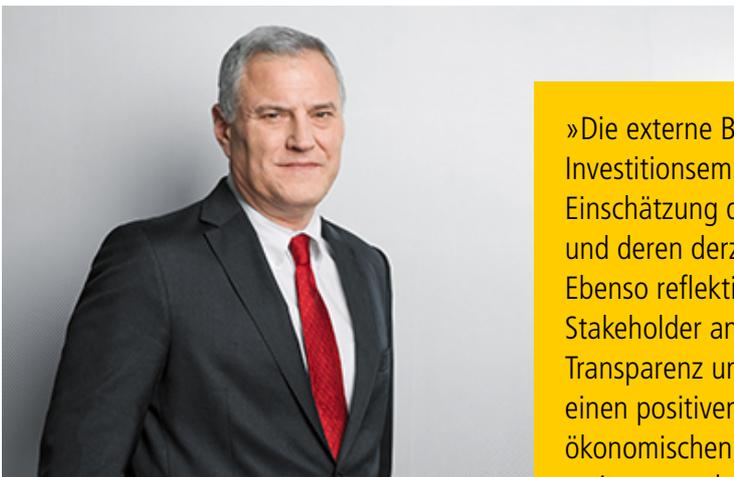
Disziplinen (Wissenschaft, Wirtschaft, humanitäre Gemeinschaft, Umwelt, Logistik, Politik, Medien und Ethik) zusammen.

■ Integrity Board

Das Integrity Board befasst sich mit Grundsatzfragen der Unternehmensintegrität, der Ausgestaltung des übergeordneten Integritätsmanagements und der Weiterentwicklung unseres Verhaltenskodex. Es setzt sich sowohl aus Führungskräften des Konzerns als auch namhaften externen Persönlichkeiten zusammen.

EXTERNE ANERKENNUNG

Rating-Agenturen und andere Institutionen bewerten unsere Leistungen nach ökonomischen, ökologischen, sozialen und ethischen Maßstäben unabhängig und nach eigenen Grundsätzen. Darüber hinaus nutzen wir ausgewählte Bewertungsplattformen, um unsere Leistungen als Anbieter nach ähnlichen Maßstäben extern bewerten zu lassen.



»Die externe Bewertung durch Rating-Agenturen und Investitionsempfehlungen von Finanzanalysten spiegeln die Einschätzung der Leistungsfähigkeit von Organisationen und deren derzeitiger und zukünftiger Finanzkraft wider. Ebenso reflektieren sie die wachsenden Ansprüche der Stakeholder an die unternehmerische Verantwortung. Die Transparenz und Vergleichbarkeit der Ergebnisse schaffen einen positiven Anreiz für Unternehmen, ihre Performanz in ökonomischen, ökologischen und sozialen Belangen immer weiter zu verbessern.«

LAWRENCE A. ROSEN

MITGLIED DES VORSTANDS FINANZEN, GLOBAL BUSINESS SERVICES

Im Berichtsjahr wurden unsere positiven Bewertungen von den diversen Rating-Agenturen oder ESG-Performance-Plattformen bestätigt. Darüber hinaus erhielten wir Auszeichnungen für unsere Leistungen in den Bereichen Diversity, Gesundheit- und Arbeitsschutz sowie Umweltschutz.

Wesentliche Bewertungen von Rating-Agenturen 2015



Rating-Management

Immer mehr Investoren ziehen in ihre Unternehmensanalysen nicht-finanzielle Kennzahlen und die Bewertungen von CR-Rating-Agenturen ein, die als Grundlage für Investitionsentscheidungen dienen. Bereits 42

42 %

des Aktienkapitals wird von PRI-Unterzeichnern gehalten

Prozent unseres Aktienkapitals wird von Unterzeichnern der Investoreninitiative Principles for Responsible Investment gehalten, die sich unter anderem für mehr Transparenz in der Berichterstattung von nichtfinanziellen Kennzahlen einsetzen.

Auch Kunden berücksichtigen immer häufiger die Zugehörigkeit eines Unternehmens in einem ESG-Index als zusätzliches Kriterium bei ihrer Auftragsvergabe.

Für unser Unternehmen haben diese Bewertungen vor allem strategische Bedeutung. Wir ziehen sie bei der Überprüfung der Ausrichtung unserer CR-Aktivitäten hinzu und nutzen sie als Benchmark-Vergleich. Rating-Agenturen zählen zu den Anspruchsgruppen, die wir im Rahmen der Materialitätsanalyse in unsere Stakeholder-Befragung einbeziehen. Wir werden den Dialog mit ihnen weiter vertiefen.

Fortschritte 2015

Wesentliche Erfolge im Berichtsjahr waren die Bestätigung als Mitglied im Dow Jones Sustainability Indices (DJSI World, DJSI Europe), die erneute Auszeichnung mit der RobecoSam Bronze Class, sowie im Bereich Umweltschutz das Erreichen der maximalen Punktzahl im CDP. Von besonderer Bedeutung ist die Bestätigung der Spitzenbewertung „AAA“ durch MSCI. Nach wie vor ist Deutsche Post DHL Group das einzige Logistikunternehmen mit dieser Einstufung.

Auch als Anbieter konnten wir unsere guten Bewertungen halten. So erzielten wir bei Electronic Industry Citizenship Coalition (EICC) 93 von 100 erreichbaren Punkten und damit eine niedrige Risikoklassifizierung; EcoVadis bestätigte den „Gold Standard“. Im Ranking „Newsweek World's Greenest Companies“ konnten wir unsere Vorjahresplatzierung um 18 Plätze verbessern.

Externe Bewertungen 2015

Ratings	Ergebnis
CDP Carbon Disclosure Project	100 von 100 Punkten
FTSE4Good	3,5 von 5
MSCI	AAA
Oekom Research	C+ Prime Standard
RobecoSam	Bronze Class
Sustainalytics Research	Rang 6 unter 143 Unternehmen, Industry Leader

ESG-Indizes	Ergebnis
CDP Climate Disclosure Leadership Index (DACH)	✓
DJSI World Index, DJSI Europe Index	✓
Euronext Vigeo – Eurozone 120 Index	✓
Euronext Vigeo Europe 120 Index	✓
FTSE4Good Europe und Global Indizes	✓
MSCI Europe und Global Indizes	✓
STOXX Global ESG Leaders Index	✓

Lieferantenbewertungen	Ergebnis
EcoVadis	Gold Standard
Electronic Industry Citizenship Coalition (EICC)	93 von 100 Punkten

Rankings	Platzierung
International Postal Corporation	Rang 2, Gold Standard
Newsweek World's Greenest Companies	Rang 125 von 500

Preise & Auszeichnungen

Erneut wurde Deutsche Post DHL Group 2015 mit zahlreichen Auszeichnungen von Kunden, Umweltorganisationen, Sozialverbänden und anderen Institutionen geehrt. Dies spiegelt die weltweit große Anerkennung unserer Aktivitäten in der Unternehmensverantwortung wider und bestärkt uns in unserem Streben, auch in diesem Bereich zum Maßstab zu werden. In allen Schwerpunktbereichen unserer CR-Aktivitäten erhielten wir renommierte Preise und Auszeichnungen. Die vollständige Liste steht auf der [CR-Website](#) bereit.

Preise und Auszeichnungen (Auszug)

- **SAMA Excellence Awards™ 2015**

Auszeichnung für systematische Unternehmensmethodik als Grundlage kundengetriebener Innovation

Auszeichnung für Einsatz geschäftlicher und/oder sozialer Technologien für eine optimierte Identifizierung und gemeinsame Nutzung von Kundenbedürfnissen

Mitarbeiter

- **Total E-Quality Prädikat für Chancengleichheit und Diversity**

Auszeichnung für nachhaltige Verankerung der Chancengleichheit von Frauen und Männern in der Personalarbeit sowie für für vorbildliches Engagement im Bereich Diversity

- **Healthy Workplace Award**

Auszeichnung für Aktivitäten im Themenfeld „Management von Stress“ der Europäischen Agentur für Sicherheit und Gesundheitsschutz am Arbeitsplatz am Arbeitsplatz

- **Unternehmenspreis Gesundheit**

Preis für herausragendes Engagement im betrieblichen Gesundheitsmanagement des Europäischen Netzwerks für Gesundheitsförderung und des BKK-Dachverbands

- **Top Employer Global 2015**

Anerkennung von Arbeitgebern, die weltweit hervorragende Bedingungen für die berufliche und persönliche Entwicklung ihrer Mitarbeiter schaffen. DHL Express wurde als einziges Unternehmen für Mitarbeiterentwicklung und Arbeitsbedingungen auf allen Kontinenten ausgezeichnet

Umwelt (Shared Value)

- **Huawei Supplier Sustainability Excellence Award 2015**

Anerkennung der engen Zusammenarbeit mit Kunden und Geschäftspartnern wie Huawei im gemeinsamen Streben nach Nachhaltigkeit

- **SHD Environment/Logistics Award 2015**

Auszeichnung für messbare CO₂-Reduktion und innovative nachhaltige Lösungen

- **Sustainable Business Awards Singapore 2015**
Zum zweiten Mal in Folge Auszeichnung in der Kategorie Energiemanagement für innovative, energiesparende und nachhaltige Supply-Chain-Lösungen
- **Green Brands Germany 2014/2015**
Im zweijährlichen Turnus vergebenes Gütesiegel für „Leuchtturm“-Marken in Deutschland, Österreich und weiteren europäischen Ländern, die nachweislich ökologische Nachhaltigkeit praktizieren
- **CDP Supplier Climate A List**
71 von rund 4.000 Unternehmen weltweit wurden für Transparenz, Strategie- und Zielsetzungen sowie außergewöhnliche Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels ausgezeichnet
- **Payload Asia Awards 2015**
Green Award und Corporate Social Responsibility Award für unser Expressgeschäft in der Region Asien/Pazifik

Corporate Citizenship

- **Tiger Award 2015**
Auszeichnung als langjähriger, engagierter Förderer des weltweiten Teach-For-All-Netzwerks

ESSAY

Der gesellschaftliche Wertbeitrag als Leistungsmerkmal



Der Blick in die Zukunft zeigt, dass die Unternehmensverantwortung weiter an Bedeutung gewinnen wird. Zum einen besteht eine äußerliche Notwendigkeit zu verantwortlichem Handeln – der Weltgemeinschaft stehen enorme soziale, ökologische und ökonomische Herausforderungen bevor, die Politik und Gesellschaft nur im Schulterschluss mit der Wirtschaft bewältigen können. Zum anderen erkennen Unternehmen im Sinne des „Shared Value“ zunehmend die großen Vorteile, die das verantwortungsvolle unternehmerische Handeln für ihre Innovations- und Zukunftsfähigkeit birgt.

Eine besondere Rolle spielt dabei der Dialog mit den unterschiedlichen Interessensgruppen, der Unternehmen wichtige Impulse zur Ausrichtung ihrer Geschäfts- und Nachhaltigkeitsagenda liefert. Er ist unabdingbar, um die Bedürfnisse der Stakeholder zu verstehen, systematisch auszuwerten und darauf basierend innovative und nachhaltige Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsprozesse für den Markt von morgen zu entwickeln. Das sogenannte „Stakeholder-Kapital“ wird zum Wettbewerbsfaktor – und damit zu einer relevanten Währung im Geschäft.

Auch die demographische Entwicklung beeinflusst das unternehmerische Handeln der Zukunft: Mit den „Millennials“, der Altersgruppe, die zwischen 1980 und Anfang der 2000er geboren wurde, wird bald eine kritische Generation den Stab übernehmen. Sie ist mit einem verstärkten Bewusstsein für die Themen aufgewachsen, die für die Arbeit im Bereich der Unternehmensverantwortung zentral sind: Umweltschutz, soziale Gerechtigkeit, faire Arbeitsbedingungen, Diversität. Diese Generation fordert das verantwortliche Handeln der Wirtschaft ein und wird deren Authentizität noch weitaus stärker auf den Prüfstand stellen, als es heute der Fall ist – sei es als Kunde, Mitarbeiter oder Investor.

- » Im Nachhaltigkeitsmanagement setzen wir uns ebenso realistische wie quantifizierbare Ziele, deren Fortschritt wir kontinuierlich überprüfen. So stellen wir langfristig sicher, dass wir unserer Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft im Einklang mit unseren ökonomischen Interessen gerecht werden. ‹‹

Der gesellschaftliche Wertbeitrag entwickelt sich zunehmend zum Leistungs- und Unterscheidungsmerkmal der Unternehmen. Seine steigende Relevanz macht sich auch in der hohen Erwartungshaltung hinsichtlich einer regelmäßigen Fortschrittmessung und Berichterstattung bemerkbar. Folglich steht die Wirtschaft vor der Aufgabe, die Transparenz und Vergleichbarkeit der nichtfinanziellen Kennzahlen zu erhöhen sowie vermehrte

gesetzliche Anforderungen an das Reporting zu erfüllen. Nicht zuletzt führt die externe Bewertung durch CR-Rating-Agenturen Unternehmen in den Wettbewerb. Denn Geschäftskunden und Investoren betrachten die Rating-Performanz zunehmend als zuverlässigen Indikator für die Leistungsfähigkeit von Unternehmen in Sachen verantwortungsvoller Geschäftspraxis und Resilienz. Indem geschäftliche Entscheidungen auf Basis von Kriterien der verantwortungsvollen Unternehmensführung getroffen werden schließt sich der Kreislauf aus Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit.

Wir bei Deutsche Post DHL Group sehen den kommenden Herausforderungen mit Respekt, jedoch optimistisch entgegen. In unserer Konzernstrategie ist die unternehmerische Verantwortung als essenzieller Bestandteil verankert. Damit wollen wir den hohen Anspruch an uns selbst ebenso wie die stetig wachsenden Erwartungen unserer Stakeholder erfüllen. Im Nachhaltigkeitsmanagement setzen wir uns ebenso realistische wie quantifizierbare Ziele, deren Fortschritt wir kontinuierlich überprüfen. So stellen wir langfristig sicher, dass wir unserer Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft im Einklang mit unseren ökonomischen Interessen gerecht werden und unser Ziel erreichen, zum Maßstab für verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln zu werden.

Prof. Dr. Christof Ehrhart

Executive Vice President Konzernkommunikation und Unternehmensverantwortung



mo | ti | vie | rend

[Adjektiv];
anregend, anspornend, ermutigend

WAS BEDEUTET MOTIVIEREND FÜR UNS?

Unsere Mitarbeiter sind unser wertvollstes Gut. Im Rahmen einer Unternehmenskultur, in der die Leistung jedes Einzelnen gewürdigt wird, ermutigen wir sie, ihr Potenzial voll zu entfalten. Zum Vorteil für die Mitarbeiter selbst, das Unternehmen und die Gesellschaft.

IN DIESEM KAPITEL

43 MANAGEMENTANSATZ & ZIELE

44 MITARBEITERSTRUKTUR

45 MITARBEITERZUFRIEDENHEIT

Dialog mit unseren Mitarbeitern

50 DIVERSITY-MANAGEMENT

Bewusstsein schärfen
Vielfalt leben

54 MITARBEITERBEZIEHUNGEN

Grundsätze & Rahmenbedingungen
Employee Relations Forum
Bewusstsein schärfen
Austausch mit Mitarbeitervertretern

58 PERSONALPLANUNG

Fluktuation & Neueinstellungen
Personalentwicklung
Nachwuchskräfte gewinnen

64 ARBEITSSCHUTZ & GESUNDHEIT

Krankenstand & Unfallstatistik
Unfallprävention & Arbeitssicherheit
Gesundheitsmanagement

71 INTERVIEW MIT MELANIE KREIS

INTERVIEW MIT MELANIE KREIS



»Wir stellen fest, dass Mitarbeiter wie Bewerber zunehmend Wert darauf legen, dass Unternehmen ihrer Verantwortung nachkommen. Wir halten dieser Prüfung stand und erfahren viel Zustimmung für unsere Leistungsbeiträge als verantwortungsvoll agierendes Unternehmen.«

[INTERVIEW LESEN AUF SEITE 71 →](#)

MANAGEMENTANSATZ & ZIELE

Die wirtschaftliche Stärke von Deutsche Post DHL Group beruht ganz wesentlich auf dem Wissen, dem Engagement und der Kreativität unserer rund 500.000 Mitarbeiter. Ihre Fähigkeit, Spitzenleistungen für unsere Kunden zu erbringen, und ihre Bereitschaft zu stetiger Weiterentwicklung ermöglichen unsere marktführende und zukunftssichere Stellung im Post- und Logistiksektor. Arbeitgeber erster Wahl zu sein ist daher eines der drei Kernziele unserer Unternehmensstrategie. An unsere Personalarbeit erheben wir den Anspruch, einen konkreten Beitrag zum Erfolg des Unternehmens zu leisten, indem wir für offene Stellen im Konzern die richtigen Kandidaten gewinnen und unsere Belegschaft weltweit kontinuierlich motivieren und entwickeln. Wir begegnen unseren Mitarbeitern mit Respekt und drücken unsere Wertschätzung auch durch eine wettbewerbsfähige Vergütung aus. So schaffen wir eine solide Basis für eine produktive und auf Langfristigkeit ausgerichtete Arbeitsbeziehung.

Grundlage unseres Handelns ist unser Verhaltenskodex. Er ist das Fundament einer von Offenheit, Vertrauen und gegenseitiger Wertschätzung geprägten Unternehmenskultur. In der Vielfalt unserer Mitarbeiter und dem Potenzial jedes Einzelnen sehen wir eine große Stärke; Vorurteilen und jedweder Form von Diskriminierung treten wir entschlossen entgegen. Mit unserem Diversity-Management wollen wir das Bewusstsein für verantwortungs- und respektvolles Verhalten auf allen Hierarchieebenen schärfen und erhalten.

Höchste Priorität haben Sicherheit und Gesundheit unserer Mitarbeiter. Arbeitsplätze stellen wir nach den neuesten Standards aus und bieten ein breites Spektrum an Schulungen an – die Themen reichen von der Unfallprävention bis hin zur gesunden Lebensführung. Damit kommen wir unseren Aufgaben als verantwortungsvoller Arbeitgeber nach und steigern die Motivation und Leistungsfähigkeit unserer Beschäftigten.

Die hohe Qualität unserer Serviceleistungen und Produkte entsteht aus dem Einsatz, dem Können und der Innovationskraft unser Mitarbeiter. Mit der konzernweiten Initiative Certified wollen wir das Engagement unserer Mitarbeiter fördern und sie zu den Besten der Branche entwickeln. In den Modulen werden sowohl konzernweite als auch divisions- und funktionsspezifische Inhalte vermittelt.

Engagement und Motivation unserer Mitarbeiter ermitteln wir anhand unserer jährlichen Mitarbeiterbefragung. Sie ist das zentrale Element eines konstruktiv und offen geführten Dialogs mit unseren Beschäftigten. Aus den Ergebnissen leiten wir die Kennzahl „Aktive Führung“ ab, die Bestandteil der variablen Vergütung aller Führungskräfte ist.

Kennzahlen & Ziele

Den Erfolg unserer Personalarbeit messen wir anhand verschiedener Kennzahlen, deren Entwicklung wir mithilfe der HR Scorecard auswerten und dem Management regelmäßig berichten. Für die Kernthemen, die im Rahmen der Materialitätsanalyse erneut bestätigt wurden, haben wir folgende Steuerungsgrößen und Ziele definiert:

Kennzahlen und Ziele

Thema	Steuerungsgröße (KPI)	Ziel
<u>Mitarbeiterengagement</u>	Kennzahl „Aktive Führung“	2016 soll die Zustimmung auf 74 Prozent steigen
<u>Weiterbildung und Personalentwicklung</u>	Teilnehmerzahl an Certified-Initiative	Bis 2020 sollen 80 Prozent der Mitarbeiter zertifiziert sein
<u>Arbeits- und Gesundheitsschutz</u>	Unfallquote (LTIFR)	2016 werden wir geeignete Zielsetzungen prüfen und festlegen

MITARBEITERSTRUKTUR

497.745

Mitarbeiter zum Jahresende 2015

35,5 %

Weibliche Beschäftigte

Mit 497.745 Mitarbeitern zum Jahresende 2015 sind wir einer der größten Arbeitgeber weltweit. Auf der Grundlage unserer wirtschaftlichen Stärke als führendes Unternehmen im Post- und Logistiksektor schaffen wir stetig neue und sichere Arbeitsplätze. In Europa sind für uns rund 327.000 Mitarbeiter tätig, davon rund 209.000 in Deutschland, dem Hauptsitz unseres Unternehmens. Zum Ende des Berichtsjahres beschäftigten wir rund 8.900 Mitarbeiter mehr als im Vorjahr.

Konzernweit beträgt der Anteil der männlichen Beschäftigten 64 Prozent, 36 Prozent sind Frauen. Eines unserer Ziele ist, die Attraktivität der Berufsbilder für Männer und Frauen gleichermaßen zu verbessern. Jedoch stehen in manchen Arbeitsbereichen aufgrund der schweren körperlichen Tätigkeit mehr männliche als weibliche Bewerber zur Verfügung.

20,7 %

Frauen in Führungspositionen

18 %

Teilzeitbeschäftigte

Der Anteil von Frauen in Führungspositionen im oberen und mittleren Management liegt bei 21 Prozent. Mit gezielten Maßnahmen wollen wir weibliche Mitarbeiter noch besser auf Führungsaufgaben vorbereiten, und so den Anteil von Frauen im mittleren und oberen Management weiter steigern.

Die Möglichkeit einer Teilzeitbeschäftigung nutzen 18 Prozent der Mitarbeiter im Konzern; in Deutschland liegt der Anteil sogar bei 34 Prozent.

Die vollständigen Mitarbeiterdaten und deren Entwicklung werden im Anhang dieses Berichts ausführlich dargestellt.

Mitarbeiter

Weltweit

497.745



Amerika	Europa	Weitere Regionen	Asien/Pazifik
78.027	326.979	18.896	73.843
Mitarbeiter	Mitarbeiter	Mitarbeiter	Mitarbeiter
Weibliche Beschäftigte 32,0 %	Weibliche Beschäftigte 38,7 %	Weibliche Beschäftigte 22,3 %	Weibliche Beschäftigte 28,8 %
Männliche Beschäftigte 68,0 %	Männliche Beschäftigte 61,3 %	Männliche Beschäftigte 77,7 %	Männliche Beschäftigte 71,2 %
Fluktuation 31,1 %	Fluktuation 8,0 %	Fluktuation 15,4 %	Fluktuation 19,2 %
Unfallquote 1,4	Unfallquote 6,3	Unfallquote 0,8	Unfallquote 0,3

MITARBEITERZUFRIEDENHEIT

Wir sind überzeugt, dass eine leistungsorientierte und marktübliche Vergütung, die sich an den Unternehmenszielen orientiert und langfristige Anreize setzt, wesentlich dazu beiträgt, die Loyalität und das Vertrauen unserer Mitarbeiter zu stärken, sie zu motivieren und an uns zu binden. Gleichmaßen haben nicht finanzielle Anreize für uns einen hohen Stellenwert. Dazu zählen vor allem ein sicherer Arbeitsplatz, ein offener Dialog, der auf Respekt, Ehrlichkeit und gegenseitigem Vertrauen beruht, sowie gute Entwicklungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten, ein sicheres Arbeitsumfeld und weitreichende Gesundheitsleistungen.

Grundsätze der Vergütung

Die Vergütung umfasst das Grundgehalt sowie variable Vergütungselemente wie Bonuszahlungen, die nationalen und stellenspezifischen Anforderungen und Vorschriften unterliegen. Im Konzern sind über 70 Prozent unserer Mitarbeiter auf Basis von Arbeitsverträgen beschäftigt, bei denen die monetäre Vergütung durch bestimmte

Rahmenbedingungen beeinflusst wird, darunter gesetzlich vorgeschriebene Gehaltssteigerungen, Tarifverträge und Betriebsvereinbarungen.

Die Bewertung eines Arbeitsplatzes richtet sich allein nach der Tätigkeitskategorie sowie dem Aufgabeninhalt. Gemäß unserem Verhaltenskodex und unserer Erklärung zu Vielfalt und Inklusion erfolgt dies unabhängig von den persönlichen Eigenschaften des Mitarbeiters wie Geschlecht, Religionszugehörigkeit, Alter, Hautfarbe, sexuelle Orientierung, Zugehörigkeit zu Ethnien oder anderen Faktoren, die zu einer Diskriminierung führen könnten. Mithilfe einer systematischen Stellenbewertung stellen wir eine gerechte und ausgewogene Vergütungsstruktur innerhalb des Unternehmens sicher.

Als verantwortungsbewusster Arbeitgeber berücksichtigen wir bei der Festlegung unserer Vergütungsstrukturen nicht nur die staatlich festgelegten Mindestlöhne und die Anforderungen der Unternehmensbereiche, sondern auch die Marktbedingungen vor Ort. In allen Märkten, in denen wir tätig sind, bemühen wir uns um gerechte und wettbewerbsfähige Vergütungspakete.

Über die reine Vergütung hinaus bieten wir unseren Mitarbeitern in vielen Ländern leistungs- und beitragsorientierte betriebliche Altersversorgungssysteme. In diversen Ländern übernimmt Deutsche Post DHL Group auch die Kosten für Krankenversicherung und Behandlung. In Ländern mit einem vorrangig privat finanzierten Gesundheitssystem öffnen wir unseren Mitarbeitern über Zuschüsse den Zugang zu Krankenversicherungen.

Besonderheit Deutschland

Im Unterschied zu vielen anderen Ländern erhält die überwiegende Zahl der Arbeitnehmer in Deutschland Löhne oder Vergütungen, die in Firmen- oder Branchentarifverträgen geregelt sind. In vielen unserer deutschen Tochtergesellschaften erhalten auch die tariflichen Arbeitnehmer neben ihrem monatlichen Lohn oder Gehalt ein leistungsbezogenes Entgelt. Zum Beispiel beträgt das leistungsbezogene Entgelt für die tariflichen Arbeitnehmer in unserer Hauptgesellschaft Deutsche Post AG in der Regel zwischen 5 Prozent und 17,5 Prozent vom Jahresgrundentgelt; für außertarifliche nicht leitende Arbeitnehmer liegt dieser Wert zwischen 17,5 Prozent und 40 Prozent.

Nachhaltiger Tarifabschluss

Für die Beschäftigten unserer Hauptgesellschaft in Deutschland, Deutsche Post AG, wurde am 5. Juli 2015 ein nachhaltiger Tarifabschluss erzielt, der den Beschäftigten auf Jahre hinaus Sicherheit und Perspektive garantiert und für das Unternehmen die Basis für künftiges Wachstum gelegt hat.

Vorausgegangen war ein langwieriger Tarifkonflikt, der aber durch Kompromissbereitschaft und konstruktiven Dialog zwischen Geschäftsleitung, Mitarbeitervertretern und Gewerkschaften einvernehmlich beendet werden konnte. Detaillierte Informationen zum Tarifabschluss finden sich im Geschäftsbericht 2015.

Als wesentliches Ergebnis bleiben die DHL Delivery-Gesellschaften als Teil des Unternehmensbereichs Post - eCommerce - Parcel unverändert erhalten. Die Beschäftigung

in den neuen Gesellschaften erfolgt zu den jeweils regional geltenden tariflichen Bedingungen der Speditions- und Logistikbranche, die von den Arbeitgeberverbänden der Branche mit der Gewerkschaft ver.di ausgehandelt wurden. Mit den neuen Gesellschaften haben wir die Möglichkeit, neue, attraktive und vor allem unbefristete Arbeitsplätze zu schaffen und zugleich unser Paketgeschäft mit konkurrenzfähigeren Löhnen auf eine belastbare und zukunftssichere Grundlage zu stellen.

Altersteilzeitmodell Generationenvertrag

Insbesondere in Deutschland muss sich unser Personalmanagement mit dem steigenden Altersdurchschnitt unserer Mitarbeiter auseinandersetzen. Eine Lösung dafür ist der sogenannte Generationenvertrag, der im Jahr 2011 zwischen der Deutschen Post AG und den Gewerkschaften abgeschlossen wurde und im Wesentlichen ein Altersteilzeitprogramm sowie Lebenszeitkonten beinhaltet. Vergleichbare Regelungen gelten ab 2016 auch für die Beamten, die bei unserer Hauptgesellschaft in Deutschland, Deutsche Post AG, beschäftigt werden.

Weitere Leistungen

Über die monatliche finanzielle Vergütung hinaus bieten wir unseren Mitarbeitern attraktive nicht finanzielle Leistungen:

Arbeitsmodelle zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Familie

Arbeitsmodelle und -formen verändern sich zunehmend. Abhängig von den betrieblichen Erfordernissen bieten wir flexible Arbeitsmodelle an. Mit diesen Angeboten tragen wir auch zu einer besseren Vereinbarkeit von Berufs- und Familienleben bei.

Angebote zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf

Deutsche Post DHL Group investiert an strategisch wichtigen Standorten unter anderem in den Ausbau von Kinderbetreuungsplätzen. So haben wir für die Beschäftigten der Konzernzentrale in Bonn betrieblich unterstützte Kinderbetreuungseinrichtungen geschaffen. Ebenso haben wir uns finanziell am Neubau einer Kindertagesstätte in der Nähe des Express-Luftdrehkreuzes in Leipzig beteiligt.

Über einen Kooperationspartner erhalten unsere Mitarbeiter Unterstützung bei der Suche nach geeigneten Betreuungsangeboten für Kinder oder auch pflegebedürftige Familienangehörige. Mitarbeitern, die an einen anderen Standort versetzt werden, wird darüber hinaus ein Umzugsservice angeboten, sodass sie sich in kürzester Zeit in ihrer neuen Umgebung einleben und wieder einsatzfähig sind.

Stipendien für Kinder unserer Mitarbeiter

Die Bindung von Mitarbeitern an unser Unternehmen ist ein Aspekt unseres Stipendienprogramms „UPstairs“. Seit dem Beginn des Programms konnten wir über 1.800 Stipendien an Kinder unserer Mitarbeiter in mehr als 120 Ländern vergeben. Als Voraussetzung für den Erhalt eines Stipendiums darf

1.800

Stipendien an Kinder unserer Mitarbeiter

das Familieneinkommen eine landesabhängige Grenze nicht übersteigen. Für einen Zeitraum von durchschnittlich drei Jahren erhalten die Stipendiaten eine finanzielle Zuwendung für das Schulgeld sowie den Kauf von Büchern, Lernmitteln und Schuluniformen. Daneben bietet das Stipendium ein individuelles Paket an weiteren Leistungen: Mentoring durch unsere Mitarbeiter, Praktika im Unternehmen, zusätzliches Lernmaterial und weitere Bildungsangebote wie Fremdsprachen- oder IT-Kurse. Im Berichtsjahr wurde das Programm um einen zusätzlichen Baustein erweitert: Berufsvorbereitungsangebote, die Bewerbungstrainings, Ferienkursangebote und Praktika im Unternehmen beinhalten.

Günstige Urlaubsreisen und Zuschüsse für Familien

Seit über 40 Jahren ist das Erholungswerk der Ferienanbieter für unsere aktiven und ehemaligen Mitarbeiter. Die finanzielle Unterstützung durch Deutsche Post DHL Group kommt vor allem mitreisenden

Mitarbeiterkindern zugute, deren Eltern zu einkommensschwächeren Tarifgruppen zählen oder beispielsweise als Alleinverdiener unter bestimmte Bemessungsgrenzen fallen. Das Erholungswerk ist ein eingetragener Verein und verfügt über zahlreiche eigene Ferienanlagen. Darüber hinaus werden Unterkünfte in Ferienanlagen anderer europäischer Postunternehmen sowie kostengünstige Urlaubsangebote, wie beispielsweise Flug-, Schiffs- und Gruppenreisen, von Drittanbietern vermittelt. Im Berichtsjahr wurden rund 11.400 Urlaubsreisen von Mitarbeitern über das Erholungswerk gebucht.

11.400

Reisen gebucht

Dialog mit unseren Mitarbeitern

Mit unseren Mitarbeitern pflegen wir einen offenen Dialog, der auf Respekt, Ehrlichkeit und Vertrauen beruht. Auf allen Hierarchieebenen informieren wir regelmäßig und zeitnah über wesentliche Entwicklungen und organisatorische Veränderungen im Konzern. Zudem haben unsere Führungskräfte die Verantwortung, in den Dialog mit ihren Mitarbeitern einzutreten. Informationen werden unverzüglich über eine Reihe von Kommunikationskanälen verbreitet, wie Mitarbeiterversammlungen, Teambesprechungen sowie Einzelgespräche mit Mitarbeitern.

Daneben haben unsere Mitarbeiter die Möglichkeit, im Rahmen des Ideenmanagements Verbesserungspotenziale aufzuzeigen. Für den Austausch kreativer Ideen und Verbesserungsvorschläge steht eine mehrsprachige Intranetplattform zur Verfügung. Umgesetzte Ideen, die einen nachgewiesenen Nutzen bringen, honorieren wir über ein Prämiensystem.

Konzernweite Mitarbeiterbefragung

Das zentrale Element in unserem Mitarbeiterdialog ist die jährliche Mitarbeiterbefragung. Die Befragung findet konzernweit statt und ist vollständig anonymisiert. Dabei erhalten alle Mitarbeiter dieselben Fragen und werden eingeladen, ihre Meinung zu äußern. Im Berichtsjahr haben wir den Fragebogen aktualisiert und im Einklang mit unserer Konzernstrategie neue Schwerpunkte gesetzt. Er umfasst jetzt 41 Fragen in zehn Themenbereichen.

73 %

Beteiligungsquote

Die Ergebnisse im Bereich „Aktive Führung“ dienen als wesentliche nicht finanzielle Steuerungsgröße und sind bonusrelevant für die Führungskräfte. Hier erreichten wir 2015 konzernweit eine Verbesserung um einen Prozentpunkt gegenüber dem Vorjahr.

Neben der „Aktiven Führung“ richtet sich unser Augenmerk insbesondere auf den Bereich „Mitarbeiterengagement“ und auf die neu eingeführte Kategorie „Kundenbezogene Handlungsfähigkeit“ („Performance Enablement“).

Die Aktualisierung des Fragebogens ermöglicht uns nun einen Vergleich mit externen Standards: In der Kategorie „Mitarbeiterengagement“ liegen unsere Befragungsergebnisse leicht über dem externen Durchschnitt, im Bereich „Kundenbezogene Handlungsfähigkeit“ sogar deutlich darüber. Diese Kategorie haben wir eingeführt, um nicht nur eine Aussage darüber treffen zu können, ob unsere Mitarbeiter motiviert sind, bestmögliche Leistung für unsere Kunden zu erbringen, sondern auch, ob sie sich dazu in die Lage versetzt fühlen.

Wo ein Vorjahresvergleich möglich ist, wurde 2015 auf Konzernebene eine Verbesserung in fast allen Themenfeldern erreicht.

Ergebnisse der Mitarbeiterbefragung 2015

Kundenorientierung & Qualität		79 %
Mitarbeiter-Engagement		73 %
Aktive Führung ¹		73 %
Zukunft & Strategie		69 %
Kommunikation		74 %
Zusammenarbeit		83 %
Lernen & Entwicklung		79 %
Arbeitsbedingungen		77 %
Kontinuierliche Verbesserung		65 %
Unternehmensverantwortung		75 %
Kundenbezogene Handlungsfähigkeit		80 %

¹ Kennzahl ist bonusrelevant für Führungskräfte

Erkennbar wurde durch die Mitarbeiterbefragung auch, dass manche Maßnahmen besonders wirksam sind, wie zum Beispiel die Konzerninitiativen Certified und First Choice. Insgesamt sind die Ergebnisse der Mitarbeiterbefragung eine Bestätigung für die

Zufriedenheit unserer Mitarbeiter mit unserem Unternehmen und ein Indikator dafür, wie wir unserem Ziel nahe kommen, Arbeitgeber erster Wahl zu werden.

Die guten Ergebnisse, die unsere Mitarbeiterbefragung im Berichtsjahr erzielt hat, wollen wir weiter verbessern. Für das Jahr 2016 haben wir uns das Ziel gesetzt, die Zustimmung für die Kennzahl „Aktive Führung“ auf Basis des im Berichtsjahr angepassten Fragebogens auf 74 Prozent zu erhöhen.

Darüber hinaus dienen die Ergebnisse der Mitarbeiterbefragung als Startpunkt, um konzernweit in allen Bereichen bis hinunter auf Länder- und Teamebene Handlungsfelder zu identifizieren und Maßnahmen abzuleiten. So können alle Mitarbeiter gemeinsam das Arbeitsumfeld kontinuierlich verbessern.

Die ausführlichen Ergebnisse der Mitarbeiterbefragung stellen wir im Anhang dieses Berichts dar.

DIVERSITY-MANAGEMENT

Bei uns arbeiten Menschen unterschiedlicher Kulturen, mit verschiedenen Sichtweisen und Fähigkeiten erfolgreich zusammen. Gerade in dieser Vielfalt sehen wir enormes Potenzial für das weitere Wachstum unseres Unternehmens und eine Chance, die besten Talente für uns zu halten und zu gewinnen.

Die Vielfalt unserer Mitarbeiter zu nutzen und konzernweit eine Arbeitsumgebung zu schaffen, wo jeder seine individuellen Fähigkeiten einbringen kann, ist Aufgabe des Diversity-Managements. Demzufolge lehnen wir jedwede Form von Diskriminierung ab und haben diesen Grundsatz nicht nur in unserem Verhaltenskodex festgeschrieben, sondern mit der Erklärung zu Vielfalt und Inklusion bei Deutsche Post DHL Group noch einmal ausdrücklich hervorgehoben.

» Alle verschieden, zusammen erfolgreich «

Wir betreiben rund 12.000 Standorte in 220 Ländern und Territorien und unsere Führungskräfte gehören etwa 100 Nationen an; dementsprechend ist Diversität gelebte Praxis in unserem Konzern. Für unser vorbildliches Engagement wurde Deutsche Post DHL Group im Berichtsjahr erneut ausgezeichnet.

Unser Bekenntnis zur Vielfalt drückt sich auch in unserem Beitrag zur Flüchtlingshilfe in Deutschland aus. Die Details dazu berichten wir im Kapitel Gesellschaft & Engagement.

Diversity Council & Organisation

Mit dem Diversity Council haben wir vor zwei Jahren ein internes Gremium geschaffen, das mit Führungskräften aus den Zentralfunktionen und Unternehmensbereichen unter dem

Vorsitz des Personalvorstands besetzt ist. Damit gewährleisten wir einen breiten Austausch und gewinnen wichtige Erkenntnisse zum Beispiel über die Entwicklung regionaler Arbeitsmärkte und Maßnahmen in den Unternehmensbereichen. Im Berichtsjahr tagte das Diversity Council zwei Mal; Schwerpunkte der Beratungen waren Frauen in Führungspositionen und die Zusammensetzung unserer Managementteams, zum Beispiel im Hinblick auf Nationalitäten. Darüber hinaus agieren die Mitglieder des Diversity Council als Botschafter für Diversität in ihren jeweiligen Unternehmensbereichen. Zusätzlich zu diesem Gremium gibt es Verantwortliche in den Regionen und Ländern, die unter der Leitung der Konzernzentrale das Diversity-Kernteam bilden.

Bewusstsein schärfen

Unsere Führungskräfte spielen eine Schlüsselrolle, wenn es darum geht, Diversität im täglichen Miteinander umzusetzen – nicht zuletzt, weil sie eben selbst vielen unterschiedlichen Nationen angehören. Dementsprechend bieten wir für diese Zielgruppe maßgeschneiderte Schulungen an, um das Bewusstsein zu schärfen und die verschiedenen Dimensionen des Diversity-Managements zu fördern.

Internationale Diversity-Woche

Um das Verständnis für Vielfalt und Inklusion unter den Mitarbeitern zu fördern und die zahlreichen einzelnen Aktivitäten an den verschiedenen Standorten miteinander zu verbinden, haben wir vom 8. bis 12. Juni 2015 – rund um den von der „Charta der Vielfalt“ in Deutschland veranstalteten Diversity-Tag – eine Diversity-Woche durchgeführt. Konzernweit, in über 120 Aktivitäten und Veranstaltungen, zeigten unsere Mitarbeiter, wie sie mit dem Thema auf ganz unterschiedliche Weise umgehen, zum Beispiel in Bezug auf die Berücksichtigung lokaler oder religiöser Bräuche. Im Fokus stand die Vernetzung von Diversity-Aktionen von Japan bis USA in unseren internen sozialen Medien. Die beste Aktivität wurde vom Management ausgezeichnet.

Im Rahmen einer Podiumsdiskussion in der Konzernzentrale diskutierten Personalvorstand und Diversity-Verantwortliche aus den Unternehmensbereichen über die Bedeutung von Vielfalt und Inklusion für Deutsche Post DHL Group.

Verstöße melden & Hinweisen nachgehen

Da unser Verhaltenskodex – wie beschrieben – jedwede Form von Diskriminierung im Konzern verbietet, gehen wir möglichen Verstößen konsequent nach und ergreifen angemessene Maßnahmen zur ordnungsgemäßen Klärung. Bei zweifelsfrei belegten Verstößen sind arbeits- oder disziplinarrechtliche Maßnahmen im Rahmen lokaler Gesetze und Gepflogenheiten möglich. Verstöße gegen den Verhaltenskodex können über viele verschiedene Kommunikationskanäle, unter anderem anonym über unsere Compliance-Hotline gemeldet werden.

Vielfalt leben

20,7 %

Frauen in Führungspositionen

+1,4 %

Frauen in Führungspositionen ggü. 2014

Im Rahmen von Diversität und Chancengleichheit stehen Aktivitäten zur Erhöhung des Frauenanteils in Führungspositionen im Mittelpunkt. In unserer Belegschaft beträgt der Anteil weiblicher Beschäftigter weltweit 36 Prozent. Dabei werden konzernweit 21 Prozent der Führungspositionen in unserem oberen und mittleren Management von Frauen wahrgenommen.

Den Anteil von Frauen in Führungspositionen wollen wir kontinuierlich und nachhaltig erhöhen. Dazu erfassen wir konzernweit Daten als Teil unserer HR Scorecard und berichten deren Entwicklung regelmäßig an das HR Board. Zusätzlich bieten wir beispielsweise verschiedene Entwicklungsprogramme in den Unternehmensbereichen für weibliche Nachwuchskräfte oder Frauen-Netzwerke.

Ein Schwerpunkt im Berichtsjahr in Deutschland war die Umsetzung des neuen „Gesetzes für die gleichberechtigte Teilhabe von Frauen und Männern an Führungspositionen in der Privatwirtschaft und im öffentlichen Dienst“. Darin haben wir uns verpflichtet, bis zum Jahresende 2016 bei unserer Hauptgesellschaft in Deutschland, Deutsche Post AG, den Frauenanteil auf 19 Prozent in der ersten beziehungsweise auf 23 Prozent in der zweiten Führungsebene zu steigern.

Inklusion von Mitarbeitern mit Behinderungen

Teil unseres Selbstverständnisses als verantwortungsvoller Arbeitgeber ist es, gute Voraussetzungen dafür zu schaffen, dass Menschen mit Behinderungen gleichberechtigt am Arbeitsleben teilhaben können. Sowohl bei der Einstellung neuer Mitarbeiter als auch bei der Weiterbeschäftigung von Mitarbeitern, deren Behinderung die Folge einer Krankheit oder eines Unfalls ist, lassen wir uns von diesem Grundsatz leiten.

15.149

Mitarbeiter mit Behinderungen

20

Praktikumsplätze für Menschen mit Behinderungen

In Deutschland beschäftigten wir in unserer Hauptgesellschaft Deutsche Post AG im Berichtsjahr 15.149 Mitarbeiter mit Behinderungen; das entspricht einer Beschäftigungsquote im Jahresdurchschnitt von 9,6 Prozent. Damit liegen wir erneut deutlich über der vergleichbaren Quote der privaten Wirtschaft in Deutschland (4,1 Prozent im Jahr 2013, Quelle: Bundesagentur für Arbeit).

Gezielt sprechen wir junge Menschen mit Behinderungen an und geben ihnen die Möglichkeit, einen Beruf zu erlernen. Ende 2015 befanden sich bei unserer Hauptgesellschaft in Deutschland, Deutsche Post AG, 16 Jugendliche mit Behinderungen in Ausbildung.

Unser Wissen und unsere Erfahrung in der behinderungsgerechten Umgestaltung von Arbeitsplätzen leiten wir an das REHADAT-Informationssystem des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln e.V. weiter. So teilen wir unsere Praxis auch mit Dritten. Außerdem engagieren wir uns bei der Aufklärungsarbeit und stehen im permanenten Austausch mit Verbänden, Institutionen und anderen Unternehmen.

Die Begegnung von Menschen mit und ohne Behinderungen im Alltag ist der Schlüssel zu einer inklusiven Gesellschaft. Da diese Begegnung noch zu selten stattfindet, starteten wir in Deutschland gemeinsam mit der „Aktion Mensch“ ein Projekt, bei dem „inklusive Zustell-Tandems“ – Postzusteller gemeinsam mit Menschen mit Behinderungen – in bundesweit fünf Zustellbezirken die tägliche Brief- und Paketpost auslieferten.

Die Deutsche Post stellt ab 2016 zudem 20 Praktikumsplätze für Menschen mit Behinderungen bereit.

LGBTI-Netzwerk

Wir begegnen unseren Mitarbeitern mit Achtung und Respekt, unabhängig von sexueller Orientierung, geschlechtlicher Identität, dem geschlechtlichen Ausdruck oder geschlechtlichen Eigenschaften. Bereits vor sieben Jahren haben wir RAINBOWNET aufgebaut – ein Netzwerk für lesbische, schwule, bisexuelle, transsexuelle und intersexuelle (LGBTI) Beschäftigte im Konzern. Es unterhält zahlreiche Kontakte zu Beschäftigten in einigen Ländern Europas sowie in Malaysia, Singapur und den USA.

Deutsche Post DHL Group zählt ferner zu den Gründungsmitgliedern der im Januar 2014 gegründeten PROUT AT WORK Foundation, die sich für mehr Wertschätzung von und Chancengleichheit für LGBTI-Personen in der Arbeitswelt einsetzt. Im Beirat der Stiftung sind wir mit einem Sitz vertreten. Mit unserem Engagement haben wir die Möglichkeit, die künftige Arbeit der Stiftung mitzugestalten und setzen ein deutliches Zeichen für Vielfalt. Im Berichtsjahr hat Deutsche Post DHL Group an zwei Beiratssitzungen teilgenommen.

MITARBEITERBEZIEHUNGEN ✓ PwC

Grundsätze & Rahmenbedingungen ✓ PwC

Der Mensch steht im Mittelpunkt unseres Handelns. Respekt vor dem Einzelnen und Fairness am Arbeitsplatz sind bei Deutsche Post DHL Group gelebte Werte. Mit unseren Mitarbeitern und ihren vertretungsberechtigten Repräsentanten führen wir einen offenen und konstruktiven Dialog.

Als Unterzeichner des UN Global Compact umfasst unser Verständnis von Mitarbeiterbeziehungen auch die Wahrung der Menschenrechte und geht damit über die klassischen Arbeitsbeziehungen hinaus. Dies beinhaltet zum einen das Verbot jedweder Form von Diskriminierung und Menschenrechtsverletzungen, wie Zwangs- und Kinderarbeit, zum anderen das Recht auf Kollektivverhandlungen, das Recht einer Gewerkschaft beizutreten beziehungsweise dies zu unterlassen, sowie die Freiheit, Tarifverhandlungen zu führen.

Als Dienstleister sind wir auf unsere Mitarbeiter angewiesen. Sie sind unser entscheidender Wettbewerbsvorteil. Offenheit, Vertrauen und konstruktiver Dialog sind die Basis für funktionierende Mitarbeiterbeziehungen. Eine Unternehmenskultur, in der die Leistung und das Engagement jedes Einzelnen gewürdigt werden, ist für uns die beste Voraussetzung, Arbeitgeber erster Wahl zu werden.



»Gegenseitiger Respekt und Fairness am Arbeitsplatz sind unser Anspruch. Wir haben rund 500.000 Mitarbeiter und damit ebenso viele Mitarbeiterbeziehungen.«

TISH CLYDE
SENIOR VICE PRESIDENT CORPORATE HR INTERNATIONAL

Nachhaltige Mitarbeiterbeziehungen

Wir wollen unsere Mitarbeiterbeziehungen nachhaltig gestalten, das heißt, das Engagement und die Motivation unserer Mitarbeiter steigern und unsere Führungskräfte im offenen, korrekten und verantwortungsvollen Umgang mit ihren Mitarbeitern stärken. So stellen wir sicher, dass wir auch im Einklang mit nationalen Gesetzen und Gepflogenheiten handeln. Aus diesem Grund haben wir Rahmenbedingungen geschaffen, die uns dabei helfen, unser

strategisches Konzernziel „erste Wahl als Arbeitgeber“ zu erreichen. Nicht zuletzt gehört dazu, dass wir zukünftige Trends antizipieren und unsere Prozesse entsprechend vorbereiten und anpassen.

Unsere Herangehensweise und unsere Maßnahmen für nachhaltige Mitarbeiterbeziehungen werden nicht nur intern positiv aufgenommen, sondern auch von externen Stakeholdern gewürdigt und ausgezeichnet.

Employee Relations Forum ✓ PwC

Die Erweiterung der Mitarbeiterbeziehungen um den Aspekt der Menschenrechte unterstützt den Wandel unserer Unternehmenskultur. Um die damit verbundenen Herausforderungen meistern zu können und die Zusammenarbeit zwischen den Unternehmensbereichen und auch mit der Konzernzentrale zu verbessern, haben wir das Employee Relations Forum (ER Forum) etabliert. Dabei handelt es sich um ein Führungsgremium, bestehend aus Experten für Mitarbeiterbeziehungen aller Unternehmensbereiche und der Konzernzentrale. Seine Aufgabe ist es, proaktiv Fragen der Mitarbeiterbeziehungen anzugehen, die weltweit auftreten und bereichsübergreifende oder konzernweite Auswirkungen haben könnten. Im Berichtsjahr haben zehn Sitzungen stattgefunden. Handlungsempfehlungen dieses Gremiums werden im HR Board diskutiert und entschieden.

Weitere Handlungsfelder des ER Forums sind:

- Best-Practice-Lösungen und -Prozesse zur Verfügung stellen
- Entwicklung von Schulungen, die auf die lokalen Bedürfnisse zugeschnitten sind
- Den Erfahrungsaustausch auf regionaler und Länderebene zwischen den Unternehmensbereichen fördern
- Verständnis für die neuen Anforderungen und Erwartungen unserer Stakeholder zu Mitarbeiterbeziehungen und Menschenrechtsfragen vertiefen

Bewusstsein schärfen

Um das Bewusstsein für gute Mitarbeiterbeziehungen zu schärfen und zukünftige Entwicklungen vor allem in den Schwellenländern zu antizipieren, führen wir seit 2013 sogenannte „Employee Relations Impact Assessments“ auf Länderebene durch. Bei diesen Assessments handelt es sich um einen den Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte der Vereinten Nationen entsprechenden Due-Diligence-Prozess, der uns dabei hilft, einen Einblick in die Mitarbeiterbeziehungen vor Ort zu gewinnen. Außerdem nutzen wir die Assessments, um Herausforderungen in diesem Handlungsfeld zu erkennen, und unterstützen die Führungskräfte dabei, diesen mit den richtigen Mitteln zu begegnen.

✓ PwC

Teil des Assessments sind „runde Tische“ mit zufällig ausgewählten Mitarbeitern aus unterschiedlichen operativen Bereichen. Respekt vor dem Einzelnen ist der Grundsatz, von dem wir uns bei der Durchführung der „runden Tische“ leiten lassen; dies beinhaltet auch das Recht auf freie Meinungsäußerung. Das Feedback aus den Gesprächen wird dem Management, das für die Entwicklung und Umsetzung geeigneter Maßnahmen verantwortlich ist, in anonymisierter Form zur Verfügung gestellt.

✓ PwC

Personalexperten der Konzernzentrale führen die Assessments durch, da sie über die notwendige Kompetenz verfügen und Objektivität gewährleisten. Die Auswahl erfolgt nach festgelegten, mit den Unternehmensbereichen abgestimmten Kriterien. Auf Basis der Ergebnisse und im Dialog mit der Konzernzentrale erarbeitet das Management vor Ort einen Aktionsplan. Im Berichtsjahr wurden fünf Assessments in den Regionen Südostasien und Südamerika durchgeführt, darunter zwei Folge-Assessments.

Schulen und sensibilisieren

Um das Bewusstsein für Mitarbeiterbeziehungen und Menschenrechtsfragen, vor allem für Mitarbeiter mit Führungsaufgaben auf allen Ebenen zu schärfen, bieten wir im Rahmen unserer Konzerninitiative Certified entsprechende Module an. Im Berichtsjahr haben wir ein weiteres Trainingsmodul für alle Mitarbeiter mit Führungsaufgaben entwickelt, darunter zum Beispiel Teamleiter und Vorarbeiter.

Ein separates E-Learning-Modul für Führungskräfte hat den Wandel im Bereich der Mitarbeiterbeziehungen zum Gegenstand und verdeutlicht die Herausforderungen, die die Einhaltung globaler Standards und lokaler Praktiken mit sich bringt. Seit der Einführung des Moduls im Jahr 2013 haben bereits über 50 Prozent des relevanten Teilnehmerkreises das Online-Training erfolgreich abgeschlossen.

Austausch mit Mitarbeitervertretern

Die Mehrheit unserer Belegschaft lässt ihre Interessen gegenüber dem Arbeitgeber durch Gremien wie zum Beispiel Arbeitnehmerschüsse, Betriebsräte oder Gewerkschaften vertreten oder wird durch Tarifverträge abgedeckt. In Deutschland, wo wir 42 Prozent unserer Mitarbeiter beschäftigen, arbeiten wir in allen Bereichen, in denen sich Betriebsräte gebildet haben, mit den Arbeitnehmervertretern zusammen. Auch unser Aufsichtsrat ist zur Hälfte mit gewählten Arbeitnehmervertretern besetzt.

✓ PwC

Die Hauptverantwortung für den Umgang mit den örtlichen Arbeitnehmervertretern und Gewerkschaften liegt bei den Unternehmensbereichen auf Länder- und Standortebene. Auf globaler Ebene stehen wir mit internationalen Gewerkschaftsbündnissen wie der UNI Global Union (UNI) und der International Transport Workers' Federation (ITF) im regelmäßigen Austausch.

✓ PwC

Gemäß der im Jahr 2014 verabschiedeten „Gemeinsamen Erklärung“ der deutschen Nationalen Kontaktstelle der OECD mit Deutsche Post DHL Group und der beiden Gewerkschaftsbündnisse haben wir uns mit den Repräsentanten von UNI und ITF vier Mal im Berichtsjahr getroffen. Mehrheitlich konnten die Folgevorgänge aus der „Gemeinsamen Erklärung“ abgeschlossen werden. Im ersten Quartal 2016 werden sich die betroffenen Parteien bei der Nationalen Kontaktstelle in Berlin treffen, mit dem Ziel den OECD-Prozess einvernehmlich zu beenden. Unabhängig hiervon wird der Austausch mit den globalen Gewerkschaftsbündnissen fortgeführt.

Initiativen auf europäischer Ebene

Auf europäischer Ebene beteiligen wir uns gemeinsam mit unseren Sozialpartnern an vielfältigen Initiativen und Aktivitäten. Das Deutsche Post DHL Forum als gemeinsames Gremium von Arbeitnehmervertretern (Europäischer Betriebsrat) und Managementvertretern (Europäisches Management Forum) aus 30 europäischen Ländern und seine Ausschüsse tagten im Berichtsjahr 35 Mal. Gegenstand der Beratungen waren im Wesentlichen die Umstrukturierungen des Konzerns in Europa sowie die wirtschaftliche Entwicklung des Konzerns. Die Gewerkschaftsbündnisse UNI Global Union und European Transport Workers' Federation sind berechtigt, jeweils einen Repräsentanten zu beiden Plenarsitzungen des Deutsche Post DHL Forums zu entsenden.

Der Europäische Ausschuss für Sozialen Dialog Post hat 2015 termingerecht das von der EU-Kommission geförderte Projekt „Demografische Herausforderungen im Postsektor“ umgesetzt und abgeschlossen. Dies ist das Ergebnis der engen und intensiven Zusammenarbeit mit unseren europäischen Sozialpartnern.

Im November 2015 führten die Partner des Europäischen Ausschusses für Sozialen Dialog Post in Brüssel ein zweitägiges Seminar zum Thema „Neue Dienstleistungen“ durch. Mehr als 60 Mitglieder und Fachexperten nahmen daran teil, um sich über Marktentwicklungen und neue Technologien im Postsektor zu informieren.

PERSONALPLANUNG

Unseren mittelfristigen Personalbedarf ermitteln wir methodisch: In der Berechnung stehen Altersstruktur und Fluktuationsrate der prognostizierten Entwicklung des Geschäfts und der zu erwartenden Steigerung der Produktivität gegenüber. Dadurch ist es möglich, sehr genaue Abschätzungen für unseren Personalbedarf abzuleiten. Außerdem können wir verschiedene Szenarien simulieren und aus den Ergebnissen frühzeitig Maßnahmen ableiten. Schon heute sind wir beispielsweise in der Lage, neue Ausbildungsangebote zu schaffen, um einer möglichen Personalunterdeckung in einigen Jahren zuvorzukommen.

Um offene Positionen weltweit mit den am besten geeigneten Kandidaten zu marktüblichen Leistungen besetzen zu können, haben wir eine moderne Online-Rekrutierungsplattform entwickelt und implementiert.

Zudem leiten wir aus den Ergebnissen unserer Analysen Qualifizierungsmaßnahmen ab, um frei werdende Stellen nicht ausschließlich über den Personalmarkt besetzen zu müssen. Vielmehr möchten wir geeigneten Mitarbeitern über unsere Personalentwicklungsmaßnahmen Aufstiegschancen ermöglichen. Dazu bauen wir unsere Trainingsmethoden und -maßnahmen sowohl über Online-Angebote als auch Präsenztrainings kontinuierlich aus.

Fluktuation & Neueinstellungen

Fluktuation

Eine der wichtigsten Aufgaben unserer Personalarbeit besteht darin, Mitarbeiter langfristig an uns zu binden. Die durchschnittliche Fluktuation lag 2015 konzernweit bei 14 Prozent. Dagegen liegt der Wert in Europa, wo wir rund 327.000 unserer Mitarbeiter beschäftigen, bei einem vergleichsweise niedrigen Wert von 8 Prozent. In anderen Regionen, insbesondere in den Amerikas, stieg dagegen die Fluktuationsrate 2015 um bis zu zwei Prozentpunkte an.

Die sogenannte geplante Fluktuation, diese beinhaltet unter anderem das Ausscheiden von Mitarbeitern in den Ruhestand, betrug im Konzern 7 Prozent. Insbesondere in der Kontraktlogistik ist der Anteil geplanter Fluktuation hoch, da wir in diesem Bereich mit unseren Kunden mittel- bis langfristige Geschäftsbeziehungen eingehen, zum Beispiel in der Lagerhaltung. Erneuert der Kunde nach Ablauf der Vertragszeit den Vertrag nicht, werden die dort Beschäftigten in der Regel vom neuen Vertragspartner des Kunden weiterbeschäftigt. Freiwillig, also ungeplant, schieden ebenfalls 7 Prozent der Mitarbeiter aus unserem Unternehmen aus. Die Fluktuation in den Unternehmensbereichen weisen wir in der externen Berichterstattung nicht mehr aus.

Mitarbeiter

Weltweit

497.745



Amerika	Europa	Weitere Regionen	Asien/Pazifik
78.027	326.979	18.896	73.843
Mitarbeiter	Mitarbeiter	Mitarbeiter	Mitarbeiter
Weibliche Beschäftigte 32,0 %	Weibliche Beschäftigte 38,7 %	Weibliche Beschäftigte 22,3 %	Weibliche Beschäftigte 28,8 %
Männliche Beschäftigte 68,0 %	Männliche Beschäftigte 61,3 %	Männliche Beschäftigte 77,7 %	Männliche Beschäftigte 71,2 %
Fluktuation 31,1 %	Fluktuation 8,0 %	Fluktuation 15,4 %	Fluktuation 19,2 %
Unfallquote 1,4	Unfallquote 6,3	Unfallquote 0,8	Unfallquote 0,3

Die frei werdenden Führungspositionen im oberen und mittleren Management des Konzerns konnten zu 81 Prozent mit internen Nachfolgern besetzt werden.

In Deutschland nutzten bei unserer Hauptgesellschaft Deutsche Post AG im Berichtsjahr 3.625 Mitarbeiter die Möglichkeit der unbezahlten Beurlaubung, um sich Aufgaben in ihrer Familie zu widmen. Davon waren 1.396 Mitarbeiter in Elternzeit, 88 Prozent Frauen und 12 Prozent Männer.

Neueinstellungen

Bei der Einstellung neuer Mitarbeiter machen wir keinen Unterschied zwischen Nationalität oder ethnischer Herkunft, Geschlecht, Religion oder Weltanschauung, Alter oder einer Behinderung eines Bewerbers. Entscheidendes Kriterium ist einzig die fachliche und persönliche Eignung. Bei Neueinstellungen gilt grundsätzlich das Diskriminierungsverbot, wie wir es in unserem Verhaltenskodex und unserer Erklärung zu Vielfalt und Inklusion festgeschrieben haben. Konzernweit erfassen wir die Anzahl der Neueinstellungen nicht.

Während wir uns in den Industrienationen vor allem mit den Folgen des demografischen Wandels auseinandersetzen müssen, besteht in den bevölkerungsstarken Entwicklungs- und Schwellenländern eine besondere Herausforderung darin, dass ein gleichwertiges

Bildungssystem nicht vorausgesetzt werden kann. Am Beispiel der Altersstruktur in unserer Hauptgesellschaft in Deutschland ergibt sich ein Durchschnittsalter der Männer von 44,6 Jahren und der Frauen von 46,9 Jahren.

Altersstruktur der Mitarbeiter in Deutschland 2015¹



¹ Deutsche Post AG

Personalentwicklung

Demografischer Wandel in den Industrienationen und unterschiedliches Bildungsniveau in Entwicklungs- und Schwellenländern stellen uns auch im Bereich der Personalentwicklung vor große Herausforderungen.

Das vorhandene Potenzial unserer rund 500.000 Mitarbeiter zu entdecken und gezielt zu fördern, ist Kern unserer Arbeit. Zur Weiterqualifizierung und Motivation bieten wir unseren Mitarbeitern individuelle Entwicklungsmöglichkeiten. So tragen wir dazu bei, den Erfolg des Unternehmens nachhaltig zu sichern.

Mitarbeiter zu Spezialisten machen

Wir wollen herausragenden Service bieten und damit in allen Bereichen die erste Wahl für unsere Kunden werden. Ebenso wollen wir für unsere Mitarbeiter die Nummer eins als Arbeitgeber sein. Diese Ziele können wir nur erreichen, indem wir sie zu den Besten ihrer Branche machen und ihnen die Möglichkeit geben, ihre Potenziale auszuschöpfen. Aus diesem Grund haben wir die Konzerninitiative Certified ins Leben gerufen, durch die alle Mitarbeiter zu zertifizierten Spezialisten im jeweiligen Unternehmensbereich entwickelt werden sollen. Ein breit gefächertes modulares Programm vermittelt Einblicke in das Geschäftsmodell, die Strategie und die Kultur des betreffenden Unternehmensbereichs und ermöglicht den Mitarbeitern, spezifisches Wissen über den Konzern und die Rolle, die jeder Einzelne darin spielt, zu erwerben.

80 %

der Mitarbeiter sollen bis 2020 zertifiziert sein

Unsere Erfahrung hat gezeigt, dass Mitarbeiter sehr viel motivierter sind, wenn jemand „vom Fach“ zu ihnen spricht. Daher werden Certified-Module in der Regel von internen Führungskräften und Mitarbeitern durchgeführt, die dafür zu Moderatoren ausgebildet

werden. Konzernweit wurden bereits rund 2.500 Mitarbeiter und Führungskräfte als Moderatoren für die Certified-Module der Unternehmensbereiche geschult.

Fort- und Weiterbildungsangebote

Darüber hinaus bieten wir einen umfangreichen Katalog mit Weiterbildungsangeboten, darunter Kompetenz- und Talentprogramme, Weiterbildung zum Ausbilder, Expertenseminare und Sprachtrainings. Viele Weiterbildungen sind als Online-Schulungen abrufbar, zum Teil erfolgt die Wissensvermittlung auch bei Präsenzveranstaltungen oder in Videokonferenzen. Speziell für Mitarbeiter in lokalen Geschäftseinheiten haben wir regionale Programme entwickelt.

Persönliche Entwicklung

Ein weiteres Element unserer Personalentwicklung sind persönliche Entwicklungsgespräche, die gemeinsam mit dem Vorgesetzten durchgeführt werden. Anschließend werden ein Entwicklungsplan aufgesetzt und Personalentwicklungsmaßnahmen sowie Schulungen hinterlegt. Die Entwicklungspläne sowie deren Ergebnisse werden in einem konzernweiten, IT-gestützten Talent- und Leistungs-Managementsystem erfasst und verwaltet. Dementsprechend werden dem einzelnen Mitarbeiter auch gezielte Trainingsmaßnahmen auf unserer E-Learning-Plattform angeboten.

Führungskräfteentwicklung

Dass Führungskräfte ihre Fähigkeiten beständig weiterentwickeln und auch ihren Mitarbeitern entsprechende Entwicklungsperspektiven aufzeigen sollen, ist eines unserer wichtigsten Führungsprinzipien. Dies schließt sowohl die fachliche als auch die persönliche Entwicklung ein. Außerdem geht es darum, ein Bewusstsein für die Leitlinien in unserem Verhaltenskodex zu entwickeln, um diese vorleben und besser vermitteln zu können.

Als Beitrag zur Umsetzung der Konzernstrategie und zur Weiterentwicklung der Führungskultur beschäftigen sich Führungskräfte der oberen Ebenen mit der Frage, wie sie ihren eigenen Managementstil ganzheitlicher gestalten und weiterentwickeln können. Eine aufeinander aufbauende Serie von internationalen, konzernweiten Entwicklungsprogrammen für diese Zielgruppe setzt seit Jahren besonders auf Trainingsmethoden wie Reflexion, Feedback und Coaching. Dabei kommt auch den Vorstandsmitgliedern eine zentrale Rolle zu, die sich aktiv an den Programmen beteiligen und ihre Erfahrungen als Führungskraft einbringen. Darüber hinaus bieten wir zahlreiche weitere Führungsseminare sowie individuelle Entwicklungsmaßnahmen an.

Alle weiteren Führungskräfte und Mitarbeiter erhalten Entwicklungsmöglichkeiten durch Entwicklungsprogramme in ihren jeweiligen Unternehmensbereichen sowie durch die Konzerninitiative Certified.

Trainingsaufwand

2015 haben unsere Mitarbeiter durchschnittlich 1,4 Tage für alle Arten von Weiterbildungsmaßnahmen in Anspruch genommen. Selbstverständlich richten sich die Weiterbildungsangebote auch an Teilzeitkräfte.

Einzige Bedingung für die Teilnahme ist ein unbefristeter Arbeitsvertrag. Die an dieser Stelle bisher berichteten Kosten für Aus- und Weiterbildungsangebote weisen wir nicht mehr aus, da diese Kennzahl nicht zur Erfolgsmessung unserer Trainingsmaßnahmen genutzt wird.

1,4

Tage nehmen Mitarbeiter für Weiterbildungsmaßnahmen in Anspruch

Weil die Nachfrage nach Online-Trainings aufgrund ihrer flexiblen und zielgerichteten Einsatzmöglichkeit kontinuierlich steigt, wird das breite Spektrum an fachspezifischen Schulungen und Sprachtrainings laufend ausgebaut und in zahlreichen Sprachversionen bereitgestellt. Zusätzlich stellen wir allen Mitarbeitern in Deutschland ein offenes Seminarprogramm in den Kategorien Führungs- und Fachwissen sowie Soft Skills zur Verfügung.

Nachwuchskräfte gewinnen

Konzernweit steigen die Bewerberzahlen kontinuierlich an. Immer häufiger nutzen Bewerber unsere [Online-Plattform](#). Hier können sich Kandidaten über Karrieremöglichkeiten im Konzern informieren und sich direkt online bewerben.

Junge Mitarbeiter bilden wir nach den jeweils im Land gültigen Normen, Standards und Leitlinien aus und bereiten sie während ihrer Ausbildungszeit auf ihre zukünftige Rolle im Berufsleben vor.

Im Gegensatz zur Hochschulausbildung mit ihrer weltweit relativ einheitlichen Struktur gibt es bei den beruflichen Ausbildungssystemen in verschiedenen Ländern und Regionen deutliche Unterschiede: Während die Berufsausbildung in vielen Regionen als Training-on-the-Job stattfindet, überwiegt in Europa die Ausbildung an beruflichen Schulen. Mit dem dualen System aus betrieblicher Ausbildung und staatlicher Berufsschule nehmen die Länder Deutschland, Österreich, die Schweiz und Dänemark weltweit eine Sonderrolle ein.

Ausbildungsberufe in Deutschland

Das Spektrum unserer Ausbildungsberufe ist vielfältig. Je nach Schulabschluss und persönlicher Neigung haben Schulabgänger in unserem Unternehmen in Deutschland die Auswahl aus über 15 staatlich anerkannten

[Ausbildungsmöglichkeiten](#) sowie zehn Studiengängen im [dualen System](#), eine Mischform aus Hochschulstudium und fest integrierten Praxisblöcken im Unternehmen. 2015 befanden sich im Durchschnitt 4.006 Mitarbeiter in Deutschland in der Ausbildung.

4.006

Mitarbeiter in Ausbildung in Deutschland

2015 haben wir in Deutschland 2.375 neue Auszubildende und Studierende im dualen System eingestellt. Im Ausbildungsjahr 2016 möchten wir 2.450 neue Ausbildungs- und Studienplätze anbieten.

Im Rahmen der 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.

Rund 22.500 Schulabgänger in Deutschland bewarben sich bei uns im Berichtsjahr um einen Ausbildungsplatz, ebenso viele wie im Vorjahr. Mit rund zehn Bewerbern pro Ausbildungsplatz haben wir die Möglichkeit, eine Auswahl zu treffen und unsere freien Stellen nur mit hoch qualifizierten und ambitionierten jungen Menschen zu besetzen. Die Abbrecher-Quote ist in unserem Unternehmen mit rund 5 Prozent vergleichsweise niedrig. 2015 übernahmen wir mehr als zwei Drittel aller Auszubildenden nach Abschluss ihrer Prüfung in eine Vollzeitbeschäftigung. Auf Wunsch bieten wir auch Teilzeitstellen an. Auf diese Weise konnten wir die hohen Übernahmequoten der Vorjahre halten.

Über die seit dem Jahr 1996 bestehende Partnerschaft mit der Studierendenorganisation AIESEC und vielen weiteren Kontaktmöglichkeiten bieten wir Praktikumsstellen für herausragende Studierende an. Damit schaffen wir uns entscheidende Vorteile im internationalen Wettbewerb um die besten Köpfe.

Traineeprogramme

Absolventen stehen im Konzern mehrere Traineeprogramme zur Verfügung. Im Traineeprogramm GROW (Graduate Opportunities Worldwide) entwickeln wir junge Talente mit hervorragendem Bachelor- oder Master-Abschluss in 18 Monaten zu zukünftigen Fach- und Führungskräften. Über den gesamten Zeitraum werden unsere Trainees von einem Mentor begleitet, der ihnen regelmäßig Rückmeldung gibt und Hilfestellung bei der Karriereplanung leistet. 2015 haben sich über 3.400 Absolventen für GROW beworben, davon konnten wir 43 Teilnehmer in das Programm aufnehmen.

ARBEITSSCHUTZ & GESUNDHEIT

Nur mit motivierten und handlungsfähigen Mitarbeitern sind wir in der Lage, Bestleistungen für unsere Kunden zu erbringen. Daher ist es unser Anspruch, unseren Mitarbeitern ein Arbeitsumfeld zu bieten, in dem sie wirkungsvoll vor Gefahren und Risiken geschützt sind. Ebenso wollen wir die Gesundheit und das Wohlbefinden unserer Mitarbeiter erhalten und verbessern. Beides ist gleichermaßen wichtig, wenn es darum geht, Arbeitgeber erster Wahl zu sein.

Mitarbeiter: Gesundheitsmanagement



Unsere Ziele und Maßnahmen zur Förderung von Arbeitsschutz und Gesundheitsmanagement haben wir in der Konzerngesundheitsrichtlinie festgeschrieben. Zusätzlich konkretisieren wir unser Verständnis und unsere Ansprüche für den Bereich Arbeits- und Gesundheitsschutz in der Konzernrichtlinie zu Arbeits- und Gesundheitsschutz. Das für ein Transport- und Logistikunternehmen besonders bedeutsame Thema der Verkehrssicherheit ist in den „Sieben Regeln für mehr Sicherheit im Straßenverkehr“ abgebildet.

Der Arbeits- und Gesundheitsschutz ist Teil des Qualitätsmanagementsystems und entspricht in Deutschland der Norm DIN EN ISO 9001. Konzernweit orientieren wir uns an dem weltweit anerkannten Arbeitssicherheitsstandard OHSAS 18001.

Organisation im Arbeits- und Gesundheitsschutz

Aufgaben und neue Entwicklungen im Bereich Arbeits- und Gesundheitsschutz liegen in der Zuständigkeit der Unternehmensbereiche, die über eigene Arbeitsschutzorganisationen verfügen und entsprechende Verantwortlichkeiten wahrnehmen. Übergreifende Themen werden im Operations Board diskutiert. Dabei handelt es sich um ein Führungsgremium, bestehend aus Führungskräften der Unternehmensbereiche unter der Leitung des Vorstandsvorsitzenden, das unter anderem auch für die Steuerung und Entwicklung der

Arbeitsschutzkennzahlen verantwortlich ist. Im Berichtsjahr hat das Gremium fünf Mal getagt und folgende Maßnahmen im Bereich des Arbeitsschutzes diskutiert und beschlossen:

- Entwicklung und Implementierung des OHS Policy Statement im Konzern
- Angleichen der Berechnung der Unfallquote an internationale Standards
- Anwendung der OHSAS 18001
- Verbesserung der Abdeckungsquoten für die Kennzahlenerfassung
- Entwicklung von geeigneten Zielen, um die Arbeitsunfallquote zu senken

Diese Maßnahmen werden nun von den Verantwortlichen in den Unternehmensbereichen mit fachlicher Beratung und Unterstützung durch unsere Fachkräfte für Arbeitssicherheit umgesetzt.

Die Zusammenarbeit und der Informationsaustausch zwischen den Arbeitsschutzexperten in den Unternehmensbereichen werden durch das konzernweite Occupational Health & Safety Committee sichergestellt. Es definiert bereichsübergreifend Standards und Regelungen, untersucht Unfallschwerpunkte, entwickelt Präventionsmaßnahmen und bereitet Entscheidungen für das Operations Board vor.

Leiter des Gesundheitsmanagements ist der Chief Medical Officer (CMO). Er steht im direkten Austausch mit wichtigen externen Institutionen und Einrichtungen, um im Rahmen der Vorsorge gegen mögliche gesundheitliche Bedrohungen und der damit verbundenen ökonomischen Herausforderungen Handlungsbedarfe für den Konzern abzuleiten und Entscheidungsvorlagen vorzubereiten. Darüber hinaus berät er die Führungskräfte bei der Umsetzung von Maßnahmen und leitet den betriebsärztlichen Dienst in Deutschland. Im Rahmen unseres Zentralen Arbeitskreises Gesundheit, der als internes Gremium eine Schlüsselrolle in unserem Managementsystem zur Gesundheitsförderung spielt, legt der CMO jährlich einen Gesundheitsbericht zur Beratung vor. Außerdem berichtet er regelmäßig dem HR Board.

Außerhalb Deutschlands werden gemeinsam mit dem CMO lokale Initiativen zur Gesundheitsförderung entwickelt und Vorschläge zur Umsetzung vor Ort erarbeitet. Grundlage hierfür sind entweder die Daten von lokalen Versicherungsanbietern, mit denen wir bereits im Rahmen eines globalen Versicherungsprogramms zusammenarbeiten, oder die Länderprofile der World Health Organization (WHO). Dadurch können wir für jede Region gezielte Gesundheitsmaßnahmen anbieten.

Krankenstand & Unfallstatistik ✓ PwC

Zentrale Steuerungsgröße im Arbeits- und Gesundheitsschutz ist die Unfallquote (LTIFR), die wir im Berichtsjahr an internationale Berichtsstandards angepasst haben und nun erstmalig konzernweit berichten.

Entwicklung des Krankenstands

Der Krankenstand im Konzern lag im Berichtsjahr bei rund 5 Prozent und damit nahezu auf Vorjahresniveau. Arbeitsunfälle trugen mit 0,3 Prozent zu diesem Ergebnis bei. In Deutschland wird der Krankenstand im Wesentlichen vom zunehmenden Alter der Beschäftigten und, damit einhergehend, dem Anstieg chronischer Erkrankungen beeinflusst. Diesen Trend kann man in allen Industrieländern beobachten.

5,1 %

Krankenstand

Unfalldaten als zentrale Steuerungsgröße

4,0

Unfallquote Konzern

15,6

Ausfalltage je Unfall

Wie angekündigt haben wir unsere Bemühungen um Transparenz in den Unfalldaten im Berichtsjahr intensiviert. Nun sind wir erstmals in der Lage, die Unfallstatistik für den Konzern vollständig zu veröffentlichen. Außerdem wurden die Erfassungsmethoden und Berichtsformate konzernweit vereinheitlicht und an internationale Standards angepasst. Die Arbeitsunfalldaten werden nun zentral erfasst, regelmäßig im Operations Board vorgestellt und die Entwicklung der Daten diskutiert. In der [Arbeitsunfallstatistik 2015](#) wird nun auch das weisungsgebundene Personal erfasst (Abdeckungsquote 65 Prozent), Subunternehmer dagegen nicht.

Als Folge unserer Transparenzinitiative gleichen wir die externe Berichterstattung der neuen Berechnung an und berichten nicht mehr die Unfallstatistik unserer Hauptgesellschaft in Deutschland, Deutsche Post AG (Abdeckungsquote 34 Prozent). Aufgrund der konzernweiten Erfassung erreichen wir eine nahezu vollständige Abdeckungsquote. Wir berichten folgende Kennzahlen:

- Unfallquote (Unfälle pro 200.000 Arbeitsstunden)
- Ausfalltage je Unfall
- Anzahl der Todesfälle aufgrund von Arbeitsunfällen

2015 lag die Unfallquote konzernweit bei 4,0; es wurden 15,6 Ausfalltage je Unfall verursacht.

Arbeitsunfälle mit Todesfolge

Mit diesem Bericht weisen wir zum ersten Mal die Arbeitsunfälle mit Todesfolge konzernweit aus. Bisher konnten wir diese Information nur für unsere Hauptgesellschaft in Deutschland, Deutsche Post AG, berichten.

Im Berichtsjahr starben sechs Mitarbeiter bei einem Arbeitsunfall oder an den Folgen ihrer dabei erlittenen Verletzungen.

Jeder Todesfall ist einer zu viel! Die Sicherheit unserer Mitarbeiter und der Schutz ihrer Gesundheit ist unser wichtigstes Anliegen. Wir analysieren die Unfallursachen, um Rückschlüsse auf den Unfallhergang ziehen zu können und unsere bestehenden Präventionsmaßnahmen gegebenenfalls zu optimieren. Dazu setzen wir in einigen Ländern im Einklang mit dem Datenschutz Kamerasysteme ein. Häufigste Unfallursache, ob selbst- oder fremdverschuldet, ist menschliches Versagen aufgrund von Unachtsamkeit beim Rangieren beziehungsweise im Straßenverkehr, oder weil Sicherheitsregeln nicht befolgt wurden.

Demzufolge wollen wir unsere Präventionsarbeit intensivieren und die bereits sehr hohen Sicherheitsstandards in unseren Betrieben weiter verbessern. Entsprechende Schulungsangebote werden ausgeweitet, ebenso Maßnahmen zur Überprüfung und Unterweisung von Mitarbeitern.

Die vollständige Unfallstatistik bilden wir im Anhang dieses Berichts ab.

Unfallprävention & Arbeitssicherheit

Alle unsere Maßnahmen zielen darauf ab, das Bewusstsein unserer Mitarbeiter für mögliche Gefahren zu schärfen – nicht nur zu ihrem eigenen Schutz, sondern ebenso zum Schutz anderer. Dabei betrachten wir auch Gefahrenquellen, die außerhalb unseres Verantwortungsbereichs liegen. Indem wir zum Beispiel technische Anlagen und Kraftfahrzeuge bereits im Vorfeld der Beschaffung einer arbeitssicherheitstechnischen und arbeitsmedizinischen Prüfung unterziehen, tragen wir dafür Sorge, dass Beschäftigte die bereitgestellten Arbeitsmittel sicher verwenden können und der Schutz der Gesundheit gewährleistet ist.

Die Arbeitsbedingungen unserer Beschäftigten unterziehen wir einer systematischen Gefährdungsbeurteilung. Demnach wird unter anderem das Arbeitsumfeld von Zustellern, Fahrern, Maschinenführern und Lageristen als potenziell gefährlich eingestuft. Zusätzlich führen wir regelmäßige Arbeitsstättenbegehungen und -prüfungen durch und tragen durch regelmäßige Unterweisungen und Trainingsmaßnahmen dazu bei, das Bewusstsein der Mitarbeiter für Arbeitssicherheit zu schärfen. Die Beachtung gesetzlicher und betrieblicher Vorschriften wird durch Managementsysteme überwacht.

An unserem DHL-Standort in Eindhoven, Niederlande, wurde im Berichtsjahr ein Pilotprojekt durchgeführt, um Mitarbeiter für mögliche Gefahren beim Materialumschlag zu sensibilisieren. Dadurch konnte das Verletzungsrisiko signifikant reduziert werden.

In Griechenland haben wir 2015 alle Fahrer für Straßenverkehrssicherheit nach ISO 39001 zertifiziert. Diese Maßnahme soll dazu beitragen, die Zahl der Unfälle im Straßenverkehr zu senken.

Gefahrguttransporte

Im Rahmen unserer Allgemeinen Geschäftsbedingungen sind wir darauf spezialisiert, potenziell gefährliche Stoffe und Gegenstände vorschriftsmäßig, fachgerecht und sicher zu transportieren und zu lagern. Bei der Beförderung von Gefahrgut haben die Sicherheit der Mitarbeiter und der Umweltschutz oberste Priorität.

Die an der Beförderung gefährlicher Güter beteiligten Mitarbeiter werden regelmäßig entsprechend den national und international geltenden Gefahrgutregularien geschult und mit allen notwendigen Informationen versorgt. Darüber hinaus bieten wir unseren Fahrern spezielle Fahrertrainings an, die zum Großteil von eigenen Trainern durchgeführt werden.

In Europa, dem Nahen Osten und Afrika entsprechen unsere Gefahrgutschulungen nicht nur dem in der Europäischen Union und vielen angrenzenden Ländern gesetzlich vorgegebenen ADR-Standard, sondern richten sich nach den weiterführenden SQAS-Standards (Safety & Quality Assessment System). Sobald sich eine Vorschrift ändert, werden die für unsere Kunden geltenden Beförderungsregelungen für gefährliche Stoffe und Gegenstände angepasst und nach Produkt- sowie Verkehrsträgerkategorien veröffentlicht.

Schulungen für Führungskräfte

Unsere Führungskräfte tragen große Verantwortung für das Wohlergehen unserer Mitarbeiter. Zu ihren wichtigsten Aufgaben gehört es, die Arbeitsbedingungen der Mitarbeiter zu prüfen, das Gefährdungspotenzial richtig einzuschätzen und durch geeignete Maßnahmen zu minimieren. Dabei werden sie durch Richtlinien, Empfehlungen und Beratungsangebote unserer Arbeitsschutzexperten unterstützt. Außerdem verbessern wir kontinuierlich das Schulungsangebot, um sie für die Wahrnehmung ihrer Arbeitsschutzpflichten zu sensibilisieren und vorzubereiten.

Internationale Woche zur Arbeitssicherheit

In hohem Maße wird die Wirksamkeit von Arbeitsschutzmaßnahmen vom Verhalten der Mitarbeiter bestimmt. Um diese für die Belange des Arbeitsschutzes und für ihre eigene Sicherheit zu sensibilisieren, haben wir vom 27. bis 30. April 2015 – rund um den von der International Labour Organization veranstalteten „World Day for Safety and Health at Work“ – eine Aktionswoche durchgeführt. Konzernweit fanden zahlreiche Einzelmaßnahmen und Trainings statt, darunter Sicherheitstrainings für den Straßen- und Hofverkehr, Fahrradtrainings, praktische Übungen zur Ladungssicherung sowie

sicherheitstechnische Überprüfungen von Arbeitsmitteln wie Rollbehälter und Zustellfahräder.

Gesundheitsmanagement

Wir schaffen ein gesundheitsförderliches Arbeitsumfeld und motivieren unsere Beschäftigten über zahlreiche Aktivitäten, einen gesunden Lebensstil zu pflegen und gesundheitsschädliche Faktoren zu meiden. Über Gesundheitskampagnen und Best-Practice-Initiativen der Gesundheitsförderung erreichen wir einen Großteil unserer Mitarbeiter auch international. Darüber hinaus unterstützen wir unsere Führungskräfte mit Angeboten wie beispielsweise dem webbasierten Training „Führung und mentale Gesundheit“, das den Zusammenhang zwischen Führung, psychischer Gesundheit und Stressbewältigung thematisiert.

Ein weiterer Schwerpunkt unseres Gesundheitsmanagements sind Programme zur Vermeidung chronischer Erkrankungen. Ergänzt werden sie durch Initiativen zur Vermeidung, Erkennung und Bekämpfung von Infektionskrankheiten wie Influenza, Ebola oder etwa MERS. Gesundheitsrisiken werten wir länderspezifisch aus, um passende Maßnahmen anbieten zu können. Zusätzlich leisten wir zum Beispiel Aufklärungsarbeit bei der HIV- und Aids-Prävention.

Um unsere Gesundheitsvorsorge auch in Ländern wirksam umzusetzen, in denen es keine gesetzlichen Versicherungsmöglichkeiten gibt, bieten wir über lokale Anbieter Programme zur Gesundheitsvorsorge an und gestalten diese entsprechend den kulturellen Gepflogenheiten vor Ort. Vorrangiges Ziel ist es, Krankheiten vorzubeugen und zu mindern.

Für vorbildliches Gesundheitsmanagement wurde Deutsche Post DHL Group 2015 mehrfach ausgezeichnet.

Berufskrankheiten

Die Tätigkeiten unserer Mitarbeiter sind herausfordernd. Mit vielfältigen Aktivitäten und Vorsorgemaßnahmen zielt unser Gesundheitsmanagement darauf ab, berufs- und arbeitsbedingte Erkrankungen zu verhindern. Dabei unterstützen wir unsere Mitarbeiter, chronische Erkrankungen zu vermeiden. In Deutschland wurde in 20 Fällen das Vorliegen einer Berufskrankheit durch die Unfallversicherung anerkannt. Diese sind überwiegend durch eine im Berichtsjahr neu in die deutsche Berufskrankheitenverordnung aufgenommene Hautschädigung durch natürliche UV-Strahlung begründet. Seit Jahren begegnen wir diesen Erkrankungen mit systematischen Präventionsaktivitäten.

In Deutschland haben Mitarbeiter die Möglichkeit, sich bei Konflikten am Arbeitsplatz, traumatischen Ereignissen, gesundheitlichen Problemen oder in persönlichen Krisensituationen an die betrieblichen Sozialberater zu wenden. Diese stellen Kontakt zu Fachärzten und externen Beratungs- und Rehabilitationseinrichtungen her, beraten

Mitarbeiter in Konflikt- und Krisensituationen und sind als betriebliche Notfallbetreuer und Suchthelfer qualifiziert.

Bei Maßnahmen, die wir zur gesundheitsförderlichen Verbesserung des Arbeitsumfelds umsetzen, greifen wir auf die Erfahrungen und das Wissen aus anderen Bereichen zurück. Beispielsweise haben wir 2015 einen E-Trolley entwickelt, der die Zustellung zu Fuß effektiver und zugleich angenehmer machen soll. Mit seinem elektrischen Antrieb können größere Mengen Post sicher befördert werden. Bei der Entwicklung wurden Erkenntnisse genutzt, die wir auf dem Feld der Elektromobilität gewonnen haben.

Risikobewertung von Zivilisationskrankheiten

In diversen Ländern übernehmen wir die Kosten für die Krankenversicherung und Behandlung unserer Mitarbeiter. Die Erkenntnisse aus dem 2014 abgeschlossenen Pilotprojekt „Risikobewertung von

Zivilisationskrankheiten“ in Mexiko, China und den Vereinigten Arabischen Emiraten haben wir in unsere Präventionsarbeit einfließen lassen und damit eines unserer Ziele erreicht. Weiterhin liegen die Krankheitsrisiken vor allem im Bereich der nicht übertragbaren beziehungsweise chronischen Erkrankungen. 2015 wurde die Risikobewertung in 16 weiteren Ländern durchgeführt. Die Ergebnisse sind in das Konzernprogramm für Gesundheit und Wohlbefinden eingeflossen und dienen als Grundlage für gezielte Maßnahmen zur Bekämpfung der Krankheitsursachen.

16

Risikobewertung in 16 Ländern durchgeführt

Um Zivilisationskrankheiten und ihre Risiken noch besser verstehen zu können, engagieren wir uns in diversen Gesundheitsnetzwerken wie Enterprise for Health, im Business Leadership Forum Target Depression in the Workplace, in der Deutschen Gesellschaft für Arbeits- und Umweltmedizin und in Verwaltungsräten der privaten und gesetzlichen Krankenversicherung. Darüber hinaus bringen wir uns in namhafte Präventionsnetzwerke ein, wie zum Beispiel die Komen Breast Cancer Foundation oder die Deutsche Herzstiftung.



INTERVIEW

MELANIE KREIS

Mitglied des Vorstands Personal

»Certified ist eine wirklich einmalige Initiative, die unsere Unternehmenskultur nachhaltig verändern kann. Mit einem breiten und hochwertigen Kursprogramm vermitteln wir den Teilnehmern – unseren Kolleginnen und Kollegen weltweit – nicht einfach nur Fachwissen, sondern zeigen ihnen auch, wie wichtig ihre Rolle für das gesamte Unternehmen ist.«

INTERVIEW MIT MELANIE KREIS

Melanie Kreis ist Personalvorstand von Deutsche Post DHL Group. Im Gespräch erläutert sie die Schwerpunkte und vorrangigen Handlungsfelder der Personalarbeit, beschreibt, welche Hoffnungen sie mit der Konzerninitiative Certified verbindet, und entwirft Perspektiven für junge Menschen, die sich für eine berufliche Karriere in unserem Unternehmen entscheiden.

Frau Kreis, das Jahr 2015 war ihr erstes Jahr im Amt als Personalvorstand von Deutsche Post DHL Group. Wie fällt Ihre persönliche Bilanz aus, welche Ereignisse waren für Sie besonders wichtig?

2015 war ein wirklich intensives und ereignisreiches Jahr, in dem wir im HR-Bereich gut vorangekommen sind. Unserer Funktion ist es gut gelungen, zum Erfolg des Unternehmens beizutragen. Ganz wichtig hierbei war sicherlich die Beilegung des Tarifkonflikts, der uns in der ersten Jahreshälfte 2015 in Deutschland sehr bewegt hat. Wir haben für über 130.000 Mitarbeiter einen Tarifabschluss erzielt, mit dem wir bei wettbewerbsfähigeren Personalkosten dauerhaft auf Wachstumskurs bleiben können. Darüber hinaus haben wir die Transformationsprojekte mehrerer Divisionen unterstützt und viele divisionsübergreifende Themen erfolgreich vorangetrieben. Kurzum: Wir haben vieles angepackt und sehen, dass unsere Arbeit Früchte trägt. Ich bin wirklich stolz auf die Kolleginnen und Kollegen, die überall auf der Welt unsere HR-Arbeit mit großer Expertise und viel Engagement gestalten.

Welche Schwerpunkte in der Personalarbeit stehen für Sie 2016 auf der Tagesordnung?

Anfang des Jahres haben wir im HR Board, dem obersten HR-Entscheidungsgremium, intensiv über die gemeinsamen Prioritäten der nächsten zwölf Monate diskutiert. Da sich die inhaltlichen Schwerpunkte in unseren Divisionen, die wir als HR-Bereich unterstützen, mit dem Jahreswechsel nicht radikal verändert haben, sahen wir auch im HR Board keinen fundamentalen Anpassungsbedarf bei unseren HR-Prioritäten. Lediglich in Teilbereichen werden wir die bisherigen Schwerpunkte fortentwickeln. So kommt das Thema HR-Datenqualität für uns 2016 noch prominenter in den Fokus. Denn wir stehen zunehmend vor der Aufgabe, zuverlässige HR-Daten global und divisionsübergreifend bereitzuhalten. Nur so können wir unsere eigenen Analysefähigkeiten weiter stärken. Auch werden wir in diesem Jahr das Thema Mitarbeiterengagement noch intensiver im Konzern voranbringen. Hierzu trägt besonders unsere Certified-Initiative bei, mit der wir unsere Mitarbeiter weltweit zertifizieren und die sich 2016 in einer entscheidenden Umsetzungsphase befindet.

Sie sprachen die Konzerninitiative „Certified“ an. Mit ihr wollen Sie ihre Mitarbeiter zu den Besten der Branche entwickeln. Wie lösen Sie diesen hohen Anspruch ein?

Certified ist eine wirklich einmalige Initiative, die unsere Unternehmenskultur nachhaltig verändern kann. Mit einem breiten und hochwertigen Kursprogramm vermitteln wir den Teilnehmern – unseren Kolleginnen und Kollegen weltweit – nicht einfach nur Fachwissen, sondern zeigen ihnen auch, wie wichtig ihre Rolle für das gesamte Unternehmen ist. Damit fördern wir ihre Motivation und Identifikation und stärken das Unternehmen zugleich. Eine weitere Besonderheit von Certified: Die einzelnen Certified-Programme sind zwar an die spezifischen Bedürfnisse und Inhalte der Divisionen angepasst. Dennoch folgen alle einer gemeinsamen Grundstruktur und beinhalten verbindende Elemente und Module. Bis 2020 wollen wir 80 Prozent unserer Mitarbeiter zertifizieren. Das ist eine große, aber sehr lohnende Aufgabe und alle bisherigen Erfahrungen sind enorm vielversprechend.

Wie unterscheidet sich die Personalarbeit in den Unternehmensbereichen von der in der Konzernzentrale? Welche Handlungsfelder stehen im Vordergrund?

Die Personalbereiche unserer Unternehmensbereiche konzentrieren sich darauf, das operative Geschäft maßgeschneidert mit Lösungen zu unterstützen. Denn in unseren Divisionen und Regionen sind die Herausforderungen sehr unterschiedlich. Dies gilt gerade bei der Frage, wie wir kurz- oder langfristig den Personalbedarf planen oder wie wir unsere Belegschaften vor Ort gezielt motivieren und entwickeln können. Das sind sehr anspruchsvolle Aufgaben! Die zentralen HR-Einheiten widmen sich den Fragen, die von strategischer und übergreifender Bedeutung für den Konzern sind. Dazu gehören Themen wie die Vergütungsstruktur, das übergreifende Talentmanagement, die Personalarbeit für unsere Führungskräfte, das Gesundheitsmanagement oder auch Diversity. Wichtig ist, dass die divisionalen und die zentralen HR-Bereiche reibungslos zusammenarbeiten, was uns in 2015 sehr gut gelungen ist – nicht zuletzt, weil alle Bereiche prominent im HR Board vertreten sind.

Durch verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln will der Konzern auch die Attraktivität und Reputation als Arbeitgeber steigern. Welche Themen haben dabei die höchste Bedeutung für Ihre Mitarbeiter und Bewerber?

Wir stellen fest, dass Mitarbeiter wie Bewerber zunehmend Wert darauf legen, dass Unternehmen ihrer Verantwortung nachkommen. Wir halten dieser Prüfung stand und erfahren viel Zustimmung für unsere Leistungsbeiträge als verantwortungsvoll agierendes Unternehmen. Das liegt daran, dass wir uns auf sehr relevante Schwerpunkte konzentrieren – etwa mit unseren Aktivitäten im Katastrophenmanagement, im Bereich Bildung oder im Umweltschutz. Auch unsere Initiativen mit HR-Bezug stoßen auf gute Resonanz, wie das Stipendienprogramm UPstairs, mit dem wir Mitarbeiterkinder vielerorts dabei unterstützen, einen höheren Bildungsabschluss zu erreichen. Aktuell leisten wir zudem mit der Initiative „Flüchtlingshilfe – Gemeinsam handeln!“ einen wichtigen Beitrag, um die Flüchtlingskrise abzumildern. Zweifellos steigert all dies auch unsere Attraktivität für Bewerber und erhöht das Engagement der Mitarbeiter – was uns sehr freut. Dieser Zuspruch spiegelt sich auch in den Resultaten unserer Mitarbeiterbefragung. 2015 konnten wir mit einer Zustimmungquote von 75 Prozent beim Thema Unternehmensverantwortung erneut gute Werte erreichen.

Was sagen Sie jungen Menschen, die über eine berufliche Zukunft in der Logistik und bei Deutsche Post DHL Group nachdenken?

Auf Sie warten vielseitige und abwechslungsreiche Tätigkeiten, mit denen Sie Ihr Potenzial entfalten und einen gesellschaftlichen Beitrag leisten können. Als Weltmarktführer in der Logistik und einer der größten Arbeitgeber weltweit bietet gerade Deutsche Post DHL Group viele spannende Entwicklungsperspektiven. Bei uns arbeiten Menschen mit nahezu allen beruflichen Hintergründen: Ingenieure, Controller, Lagerfachkräfte, IT-Spezialisten, Zusteller oder Piloten. Sie alle können unterschiedlichste Karrierewege bei uns einschlagen – einschließlich internationaler Einsatzmöglichkeiten. Hinzu kommt: Als Logistiker liefern wir nicht einfach nur Waren von A nach B, sondern leisten einen zentralen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Beitrag. Indem wir globale Handelsströme ermöglichen und organisieren, nehmen wir eine Schlüsselrolle in der Wertschöpfung ein. Dadurch, dass wir Menschen und Unternehmen miteinander verbinden, schaffen wir weltweit mehr Chancen und Wohlstand.



vor|aus|schau|end

[Adjektiv];
mit Weitsicht, visionär

WAS BEDEUTET VORAUSSCHAUEND FÜR UNS?

Chancen, Trends und Herausforderungen erfassen wir systematisch – im stetigen Dialog mit unseren Stakeholdern sowie durch unser Resilienzmanagement. Dadurch erschließen wir neue Geschäftsfelder und Märkte, steigern unsere Leistung in der Unternehmensverantwortung und minimieren wirtschaftliche, ökologische und soziale Risiken.

IN DIESEM KAPITEL

- | | | | |
|-----------|---------------------------------------|-----------|---------------------------------------|
| 76 | VERHALTENSKODEX | 86 | DATENSCHUTZ |
| | | | Managementansatz & Ziele |
| | | | Managementsystem |
| 77 | LIEFERANTENMANAGEMENT | 88 | SICHERHEITSMANAGEMENT |
| | Managementansatz & Ziele | | Globale IT-Plattform |
| | Zentraler Einkauf | 89 | CHANCEN & RISIKEN ERFASSEN |
| | Verhaltenskodex für Lieferanten | | |
| | Subunternehmermanagement | 92 | INTERVIEW MIT KEN ALLEN |
| 82 | COMPLIANCE | | |
| | Managementansatz & Ziele | | |
| | Managementsystem | | |
| | Transparenz bei Interessenwahrnehmung | | |

INTERVIEW MIT KEN ALLEN



»Unser Anspruch lautet, der weltweit führende Anbieter internationaler Expressdienstleistungen zu sein. Damit kommt uns eine zentrale Rolle als Unterstützer und Wegbereiter des globalen Handels zu.«

[INTERVIEW LESEN AUF SEITE 92 →](#)

UNSER VERHALTENSKODEX ✔ PwC

Seit 2006 ist der Verhaltenskodex in unserer Unternehmenskultur fest verankert. Über Weltregionen und Unternehmensbereiche hinweg ist er für unseren Konzern zum Bindeglied geworden. Er orientiert sich an den Grundsätzen der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte und den Prinzipien des UN Global Compact und folgt allgemein anerkannten rechtlichen Standards, einschließlich maßgeblicher Antikorruptionsgesetze und -vereinbarungen.

Der Verhaltenskodex bildet die Grundlage für das ethische Handeln unserer Mitarbeiter und ist somit Richtschnur für sämtliche Geschäftspraktiken in unserem Unternehmen. Von Qualität und Kundenbeziehungen, über Standards der Zusammenarbeit und Integrität in der Geschäftspraxis bis hin zu unternehmerischer Verantwortung und Umwelt sind die darin enthaltenen Themen ein Abbild des gesamten Spektrums unserer täglichen Arbeit.

Konzernrichtlinien Deutsche Post DHL Group

GRUNDSÄTZE ¹	WESENTLICHE KONZERNRICHTLINIEN	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Allgemeine Erklärung der Menschenrechte ■ UN Global Compact 	<p>Richtlinien</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Verhaltenskodex ■ Verhaltenskodex für Lieferanten² ■ Entsprechenserklärung zum Corporate-Governance-Kodex ■ Konzerndatenschutzrichtlinie ■ Konzerngesundheitsrichtlinie ■ Richtlinie zu Arbeits- und Gesundheitsschutz ■ Kodex für die Sicherheit im Straßenverkehr ■ Energie- und Umweltrichtlinie ■ Papierrichtlinie ■ Stakeholder-Engagement-Richtlinie 	<p>Interne Richtlinien</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Antikorruptionsrichtlinie ■ Standards für Geschäftsethik ■ Wettbewerbsrichtlinie ■ Datenschutzrichtlinie für internationale Datenübermittlung ■ Konzerneinkaufsrichtlinie ■ Investitionsrichtlinie ■ Biokraftstoffrichtlinie

¹ Die Grundsätze der 1948 verabschiedeten Erklärung der Internationalen Arbeitsorganisation über die grundlegenden Rechte und Prinzipien bei der Arbeit sowie den OECD-Leitsätzen für multinationale Unternehmen wurden bei der Entwicklung des Verhaltenskodex ebenfalls berücksichtigt.
² Der Begriff Lieferanten umfasst auch Transportdienstleister.

Alle weiteren Konzernrichtlinien sowie regional gültigen Richtlinien und Verhaltensanweisungen stützen sich auf den Verhaltenskodex und leiten sich von ihm ab. Der Kodex liegt in 21 Sprachversionen vor; seine Einhaltung wird im Konzern von der Compliance-Organisation überwacht. Verstöße können über viele verschiedene Kanäle, unter anderem eine Compliance-Hotline, gemeldet werden.

Vor dem Hintergrund sich verändernder politischer oder gesellschaftlicher Anforderungen werden wir bei der Weiterentwicklung des Verhaltenskodex vom Integrity Board beraten, das im Berichtsjahr zu einer Sitzung zusammenkam.

Wir machen unsere Mitarbeiter mit den Inhalten des Verhaltenskodex über Online-Seminare vertraut. Mittlerweile können die Schulungsprogramme in 21 Sprachversionen genutzt werden.

LIEFERANTENMANAGEMENT

Managementansatz & Ziele

Grundlage für unsere Lieferantenbeziehungen und verbindlicher Bestandteil der Konzernverträge ist der Verhaltenskodex für Lieferanten. Damit verpflichten wir unsere Lieferanten, die strategischen Ziele und Werte von Deutsche Post DHL Group einzuhalten und in ihrer gesamten Lieferkette umzusetzen.

Bei der Auswahl von Lieferanten und Transportdienstleistern wenden wir ein standardisiertes, mehrstufiges Beurteilungssystem an. Um die Qualität und Objektivität dieses Verfahrens zu verbessern, werden wir zusätzlich externe Lieferantenbewertungen heranziehen und Schwellenwerte definieren.

In bereits bestehenden Vertragsbeziehungen mit Lieferanten legen wir den Schwerpunkt auf deren Weiterentwicklung mit dem Ziel, das Bewusstsein für unsere Standards zu schärfen und uns eine dauerhafte Partnerschaft mit ihnen zu ermöglichen. Die wichtigsten Unterlagen werden in den Landessprachen der Lieferanten angeboten.

Auch unsere Mitarbeiter unterweisen wir und lassen nicht darin nach, sie für mögliche Risiken im Einkaufsprozess zu sensibilisieren und stets die internen Einkaufsrichtlinien zu beachten. Regelmäßig aktualisieren wir das Schulungsangebot und überprüfen die Richtlinien auf Aktualität.

Kennzahlen & Ziele

Ein konsequentes und nachhaltiges Lieferantenmanagement ist wesentlich für den Geschäftserfolg von Deutsche Post DHL Group. Wie die 2015 erneut durchgeführte Materialitätsanalyse zeigt, wird dies auch von unseren Stakeholdern so bewertet. Für die Kernthemen haben wir folgende Steuerungsgrößen und Ziele definiert. Die internen Steuerungsgrößen berichten wir nicht, da diese Informationen sensible Daten für unser Geschäft betreffen.

Kennzahlen und Ziele

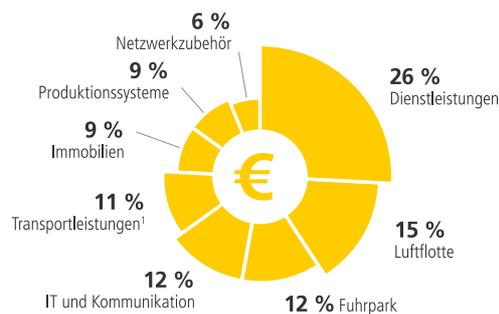
Thema	Aktivität	Ziel
<u>Verhaltenskodex für Lieferanten</u>	Vollständigkeit und Aktualität prüfen	2016 mit dem Verhaltenskodex des Konzerns in Übereinstimmung bringen und in verschiedene Sprachen übersetzen
Lieferantenmanagement	Verfahren für Lieferantenbewertungen verbessern	Bis 2020 Entscheidungskriterien für externe Lieferantenbewertungen entwickeln und Mindestwerte definieren
<u>Konzerneinkaufsrichtlinie</u>	Umwelt- und Sozialstandards in die Lieferantenauswahl integrieren	Diese Standards bis 2020 als verbindliches Auswahlkriterium einbeziehen und Neufassung im Konzern ausrollen

Zentraler Einkauf & Lieferantenmanagement ✓ PwC

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 Umwelt- und Sozialaspekte zu berücksichtigen.

Beschaffungsvolumen Deutsche Post DHL Group 2015¹ ✓ PwC

Gesamt 10,7 Mrd €



¹ Bis zu 90 Prozent unseres eingekauften Transportvolumens entfallen auf den dezentralen Einkauf.

Das Lieferantenmanagement wird im Konzerneinkauf zentral gesteuert und setzt bereits am Anfang der Wertschöpfungskette an. Damit schaffen wir die Voraussetzungen, dass der Verhaltenskodex für alle Lieferanten des Konzerns angewendet wird und die Anforderungen in unserer gesamten Lieferkette eingehalten werden. Unsere Lieferanten verstehen wir nicht nur als Zulieferer der Güter unseres Bedarfs oder als Transportdienstleister, sondern schätzen sie gleichermaßen als Ideengeber für Verbesserungen in unserem Unternehmen.

Wir unterstützen die Lieferanten mit unserem Know-how und bieten ihnen ein interaktives Lernmodul zum Verhaltenskodex sowie Umwelt- und Sozialstandards an. Darüber hinaus stellen wir den Subunternehmern im Straßentransport unsere Einkaufskontakte zur Verfügung, zum Beispiel bei der Beschaffung von neuen, effizienteren Fahrzeugen.

Beschaffungsplattform implementiert

Im Berichtsjahr lagen die Schwerpunkte auf der weiteren Verbesserung der Effizienz in den Einkaufsprozessen sowie einer höheren Transparenz. So wurden die unterschiedlichen Beschaffungsvorgänge weiter standardisiert und in die bestehende Einkaufsplattform integriert. Vor allem die internen Prozesse konnten dadurch erheblich verbessert werden.

Mit dieser zentralen Plattform ist nun auch das Lieferantenmanagement verknüpft. Dies führt zu einer Transparenzsteigerung und ermöglicht eine konzernweite strategische Steuerung von Beschaffungsaufgaben. Darüber hinaus unterstützt es uns, die Verfahren zur Überprüfung und Bewertung in standardisierter Form durchzuführen.

Bestandteil der Lieferantenbewertung ist das „Due Diligence Screening“. Wir unterziehen Lieferanten diesem Prozess, wenn sie bestimmte Risikokriterien unserer

Antikorruptionsrichtlinie erfüllen. So gewährleisten wir, dass sie den Anforderungen des Konzerns entsprechen und so unsere Umweltziele und Sozialstandards unterstützen.

Über einzelne Beschaffungsmaßnahmen unter dem Aspekt des Umweltschutzes, wie etwa die weltweite Beschaffung von Strom aus erneuerbaren Quellen, berichten wir ausführlich im Kapitel Shared Value.

Mitarbeiter entwickeln

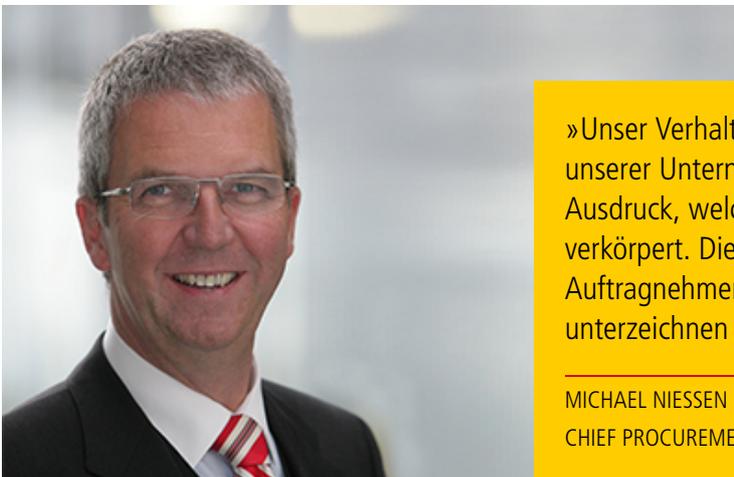
2015 wurde die Pilotphase des Experten Workshops „Sicherheits- und Compliance Sensibilisierung“ erfolgreich abgeschlossen. Der Workshop wurde als Teil des Seminars „Anwendung von rechtlichen Standards und Richtlinien“ in das Trainingsangebot integriert.

Verhaltenskodex für Lieferanten ✓ PwC

Als Grundlage unseres Lieferantenmanagements und verbindlicher Bestandteil der Konzernverträge gilt der Verhaltenskodex für Lieferanten sowohl für Lieferanten im klassischen Sinn als auch für Transportsubunternehmer und andere Dienstleister. Im Kodex fordern wir unsere Lieferanten auf, dafür Sorge zu tragen, dass unsere Bestimmungen auch in ihrer Lieferkette – also auch von weiteren Unterbeauftragten – eingehalten werden.

Kontinuierlich entwickeln wir den Verhaltenskodex für Lieferanten weiter. Im Berichtsjahr haben wir damit begonnen, unseren Verhaltenskodex für Lieferanten zu überarbeiten und der gültigen Fassung des Verhaltenskodex anzugleichen. 2016 soll die überarbeitete Version verabschiedet werden.

Damit sich unsere Lieferanten schon vor den Vertragsverhandlungen mit unseren Standards vertraut machen können, haben wir auf unseren Websites ein interaktives Lernmodul eingestellt, das nicht nur in den beiden Standardsprachen (Deutsch und Englisch) genutzt werden kann, sondern auch auf Spanisch und Chinesisch angeboten wird. Den Verhaltenskodex für Lieferanten stellen wir in 26 verschiedenen Sprachversionen zum Download bereit.



»Unser Verhaltenskodex für Lieferanten ist ein Spiegelbild unserer Unternehmenskultur und bringt am besten zum Ausdruck, welche Werte Deutsche Post DHL Group verkörpert. Dies ist der wichtigste Grund, weshalb unsere Auftragnehmer und Geschäftspartner den Kodex unterzeichnen sollten.«

MICHAEL NIESSEN
CHIEF PROCUREMENT OFFICER

Standardisiertes Ausschreibungsverfahren

Lieferanten und Transportdienstleister wählen wir in einem standardisierten, mehrstufigen Ausschreibungsverfahren aus. Neben unserem bestehenden Prüfverfahren beziehen wir auch unabhängige, externe Lieferantenbewertungen ein. Dabei arbeiten wir nur mit Anbietern zusammen, mit denen wir bei der Beurteilung unserer eigenen Nachhaltigkeitsleistung positive Erfahrungen sammeln konnten und deren Prozesse wir für glaubwürdig und überzeugend halten.

Auf Basis dieser Ergebnisse wollen wir die Lieferantenbewertung noch weiter differenzieren, indem wir beispielsweise auch länderspezifische Faktoren jener Länder berücksichtigen, in denen unsere Lieferanten operieren.

Entwicklung bestehender Lieferanten

Manche Lieferanten verfügen über Kompetenzen, die für unser Geschäft von besonderer Bedeutung sind, wie beispielsweise Innovationsträger aus dem Bereich grüner Technologien oder Informationstechnologie. Mit diesen Partnern arbeiten wir besonders eng zusammen, tauschen uns regelmäßig mit ihnen aus und entwickeln in gemeinsamen Projekten Innovationen oder neue Geschäftsmodelle.

Um den Kontakt zu strategischen Lieferanten zu intensivieren, haben wir am 4. Mai 2015 in der Konzernzentrale in Bonn einen „DPDHL Group Supplier Day“ mit mehr als 370 internationalen Teilnehmern veranstaltet. Vertreter unserer strategischen Lieferanten und Vertreter der Unternehmensbereiche nahmen an intensiven Diskussionsrunden, diversen Fachvorträgen und Workshops teil. Eine Fachausstellung mit Informationsständen rundete die Veranstaltung ab.

Reaktionen auf Verstöße

Wir setzen Vertrauen in unsere Vertragspartner und führen Kontrollen, ob die Vereinbarungen auch eingehalten werden, auf Stichprobenbasis durch. Die Auswahl, wer überprüft wird, richtet sich vor allem nach der wirtschaftlichen und strategischen Bedeutung des Lieferanten für den Konzern und der Einschätzung des Risikopotenzials. In die Entscheidung werden alle wesentlichen Konzernfunktionen wie HR und Compliance einbezogen.

Erhalten wir konkrete Hinweise darauf, dass sich ein Lieferant nicht an die Bestimmungen des Kodex hält, fordern wir verbindliche Zusagen ein, das Fehlverhalten innerhalb eines angemessenen, möglichst kurzfristigen Zeitraums abzustellen. Stellt sich bei Nachfolgekontrollen heraus, dass der Lieferant unseren Forderungen nicht oder nur unvollständig Folge leistet, ergreifen wir Maßnahmen, die bis zur Beendigung des Geschäftsverhältnisses reichen können.

Subunternehmermanagement

Der Einkauf von Transportdienstleistungen erfolgt vorwiegend dezentral durch die Unternehmensbereiche, da Auswahl und Entscheidungen für eine Auftragsvergabe sehr eng mit dem operativen Geschäft verknüpft sind. Auch in der dezentralen Beschaffung wird der Verhaltenskodex für Lieferanten als verbindlicher Vertragsbestandteil genutzt.

So sind die CO₂-Emissionen der Subunternehmer in unserem Umweltziel, die CO₂-Effizienz bis 2020 um 30 Prozent gegenüber 2007 zu verbessern, enthalten. Um dies zu erreichen, ist die weltweite Harmonisierung der Berechnung von Treibhausgasemissionen ein Schlüsselthema unseres Umweltprogramms. Deshalb wollen wir unsere Subunternehmer von Anfang an in unsere Entscheidungen und Aktivitäten einbeziehen. Gemeinsam mit den Subunternehmern arbeiten wir in verschiedenen Initiativen, um den Kraftstoffverbrauch zu reduzieren und damit auch die Entstehung der Treibhausgasemissionen zu minimieren.

Damit wir die Emissionsdaten der verschiedenen Transportdienstleister vergleichen und auf ihrer Basis die Auftragsvergabe entscheiden können, benötigen wir vergleichbare Berechnungsgrundlagen. Gemeinsam mit unseren wichtigsten Kunden und Lieferanten sowie unseren direkten Wettbewerbern arbeiten wir an einer Harmonisierung der Emissionsberechnungen. Deshalb engagieren wir uns unter anderem im Global Logistics Emissions Council, einer unabhängigen, weltweiten Initiative, die diesen Harmonisierungsprozess koordiniert. Zu den Mitgliedern zählen neben den großen Logistikunternehmen auch Großkunden, Vertreter von Industrie-Initiativen, kleine und mittelständische Unternehmen sowie Forschungseinrichtungen.

Luft- und Seefracht

Im Gegensatz zu unserem Expressgeschäft verfügen wir als Luftfrachtspediteur über keine eigene Flugzeugflotte, sondern treten lediglich als Vermittler zwischen Kunden und Frachtunternehmen auf. In der Auswahl des Subunternehmers berücksichtigen wir auch ökologische Kriterien und prüfen dabei drei Bausteine:

1. Die Effizienz des Unternehmens, die wir monatlich messen.
2. Die Transparenz über die Zusammensetzung der Flotte.
3. Die Beteiligung des Unternehmens an Industrie-Initiativen wie der „Airfreight Carbon Initiative“.

Damit wir die ökologische Entwicklung des Subunternehmers nachvollziehen können, werden die gewonnenen Daten in der „Carrier Scorecard“ zusammengetragen, die auch in die Gesamtbewertung des Transportsubunternehmers einfließen.

In der Seefracht vermitteln wir ebenfalls ausschließlich Transportkapazitäten und unterhalten keine eigene Schiffsflotte. Eines unserer wichtigsten Instrumente für die Auswahl der Reedereien ist die „Green Carrier Scorecard“

Die Bewertung basiert auf vier Kriterien:

1. Kooperation: Bereitstellung von CO₂-Effizienz- und Umweltdaten über die Clean Cargo Working Group (CCWG)
2. CO₂-Effizienz: Effizienz des Unternehmens pro Handelsroute im Vergleich zum Industriedurchschnitt
3. Transparenz: Verifizierung der Daten durch eine externe, unabhängige Partei
4. Engagement: Beteiligung des Unternehmens an Industrie-Initiativen sowie außergewöhnliches Engagement in Umweltprojekten und -initiativen

Die Reedereien erhalten ein jährliches GoGreen Carrier Certificate mit einer Zusammenfassung der Bewertungsergebnisse.

Landtransport

Bei den Landtransporten ist das Management unserer Subunternehmer eine deutlich größere Herausforderung als in der Luft- und Seefracht. Der Hauptgrund dafür ist die wesentlich höhere Fragmentierung des Anbietermarktes. 2013 betrug das Marktvolumen im europäischen Straßentransport rund 65 Milliarden Euro. Mit einem Marktanteil von 2,6 Prozent sind wir bereits der zweitgrößte Anbieter in diesem Bereich.

Um auch die Treibhausgas-Emissionseffizienz bei unseren Subunternehmern auf der Straße zu verbessern, sind wir Mitglied in mehreren Initiativen, die daran arbeiten, die Umweltperformanz von Transportunternehmen zu erfassen und einen einheitlichen Berechnungsstandard für CO₂-Emissionen zu etablieren.

Außerdem nehmen wir auf die Effizienz unserer Transportsubunternehmer Einfluss, indem wir sie bei ihren Maßnahmen zur Effizienzverbesserung unterstützen und unter anderem unsere Einkaufskonditionen zur Verfügung stellen, zum Beispiel bei der Beschaffung von neuen effizienteren Fahrzeugen.

COMPLIANCE PwC

Managementansatz & Ziele PwC

Als internationaler Logistikkonzern sind wir in vielen Ländern mit ganz unterschiedlichen politischen Systemen, Rechtsordnungen und kulturellen Wertvorstellungen tätig. Unserem Verständnis von Compliance und Verantwortung entsprechend achten wir darauf, dass unsere Mitarbeiter stets im Einklang mit nationalen Gesetzen handeln, sich mit den Unternehmenswerten von Deutsche Post DHL Group identifizieren und unsere ethischen Grundsätze überall auf der Welt verbindlich umsetzen. Im Rahmen des Verhaltenskodex für Lieferanten verpflichten wir unsere Geschäftspartner auf dieselben hohen Standards.

Ein wesentliches Augenmerk liegt für uns auf dem Thema Korruptionsbekämpfung. Als Mitglied der „Partnering Against Corruption Initiative“ (PACI) des Weltwirtschaftsforums bekennen wir uns, deren sechs Prinzipien in konkrete und messbare Aktivitäten umzusetzen.

Durch gezielte Kommunikation und regelmäßige Schulungen unterstützen wir alle Mitarbeiter und Geschäftspartner dabei, unsere Compliance-Regeln zu verstehen und einzuhalten und erwarten darüber hinaus, dass etwaige Verstöße gegen geltende rechtliche Vorschriften und Richtlinien gemeldet werden.

Compliance ist ein fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur; als solche wird sie auf allen Hierarchieebenen im Konzern gelebt. Unsere Führungskräfte sind eine wichtige Orientierungsgröße. Es wird erwartet, dass sie ein sichtbares Vorbild in Haltung und Werten sind, die Unternehmenskultur von Deutsche Post DHL Group in allen Belangen unterstützen und unsere Leitlinien an die Mitarbeiter und Geschäftspartner von Deutsche Post DHL Group weitergeben.

Kennzahlen und Ziele ✔ PwC

Compliance ist Grundvoraussetzung für ein erfolgreiches weltweites Geschäft. Aus der 2015 aktualisierten Materialitätsanalyse geht hervor, dass dies auch unsere verschiedenen Stakeholder-Gruppen so wahrnehmen. Als materielles Thema wird Compliance anhand definierter Messgrößen gesteuert. Jedoch betreffen diese Informationen für unser Geschäft sensible Daten und werden daher nicht extern berichtet.



»Ein Unternehmen, das sich zu hohen Standards der Geschäftsethik bekennt und Compliance in seiner Unternehmenskultur fest verankert, ist eindeutig im Vorteil gegenüber dem Wettbewerb. Compliance ist für mich eine Investition in die Zukunft.«

DR. GORDON WEBER
CHIEF COMPLIANCE OFFICER

Organisation & Berichtswege ✔ PwC

Verantwortlich für das Compliance-Management-System bei Deutsche Post DHL Group ist der Chief Compliance Officer, er berichtet direkt an den Finanzvorstand. Unterstützt wird er vom Global Compliance Office, das konzernweit Standards für das Compliance-Management entwickelt, die entsprechenden Aktivitäten der Unternehmensbereiche begleitet und als Compliance Office für das Corporate Center und den Global Business

Services fungiert. 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. Deren Aktivitäten und Berichtsinhalte fließen in den Bericht des Chief Compliance Officer an den Gesamtvorstand sowie in den Bericht an den Finanz- und Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats ein.

Elemente des Managementsystems ✔ PwC

Zu den wichtigsten Aufgaben unseres Compliance-Managements zählt die Identifizierung möglicher Risiken. Zusammen mit der Analyse des unternehmensspezifischen Risikoprofils ist sie von grundlegender Bedeutung für die Ausrichtung und Weiterentwicklung des Systems. Die Risikoanalyse wird regelmäßig in allen Unternehmensbereichen und Regionen durchgeführt; auf ihrer Grundlage werden geeignete Maßnahmen erarbeitet, um Verstößen vorzubeugen. Wesentliche Bausteine des Compliance-Programms sind die Bewertung von Geschäftspartnern im Hinblick auf Compliance, das Meldewesen für potenzielle Verstöße gegen Gesetze und Richtlinien inklusive der entsprechenden Sanktionierung im Bedarfsfall sowie die Entwicklung und Implementierung von Trainings- und internen Kommunikationsmaßnahmen.

Elemente Compliance-Managementsystem ✔ PwC



Das Thema Compliance ist grundsätzlicher Bestandteil der Audits, die von der Konzernrevision in allen Unternehmensbereichen durchgeführt werden.

Auch innerhalb unserer Compliance-

Organisation werden alle Managementprozesse regelmäßig geprüft, die Ergebnisse dokumentiert und dem Gesamtvorstand berichtet, sowie Verbesserungsvorschläge erarbeitet. Im Berichtsjahr wurden in den Unternehmensbereichen 245 Regel-Audits mit einem unmittelbaren bzw. mittelbaren Bezug auf Aspekte der Compliance durchgeführt. Darüber hinaus gab es mehrere Einzelprüfungen, für die ein konkreter Anlass bestand. Die Audits ergänzen das konzerninterne Überwachungssystem und unterstützen die laufenden Compliance-Aktivitäten sowie die Identifizierung von Compliance-Risiken. Sie dienen als Grundlage für Maßnahmen zur kontinuierlichen Weiterentwicklung des Compliance-Programms im Konzern.

245

Regel-Audits

Transparenz bei Interessenwahrnehmung ✓ PwC

Bei unseren Tätigkeiten zur Interessenwahrnehmung legen wir besonderes Gewicht auf Transparenz. In unserer „Antikorruptionsrichtlinie und Standards für Geschäftsethik“ ist der Umgang mit Spenden und Zuwendungen an politische Parteien und staatliche Einrichtungen geregelt:

- » Mitarbeiter sind nicht befugt, im Auftrag eines Unternehmens des Konzerns Zuwendungen an Parteien, Behörden oder sonstige öffentliche Institutionen zu gewähren. Zuwendungen in diesem Sinne sind Geldzahlungen, Geschenke und andere geldwerte Leistungen. «

ZITAT ABSCHNITT 9 DER ANTIKORRUPTIONSRICHTLINIE UND STANDARDS FÜR GESCHÄFTSETHIK VON POST DHL GROUP

Diese Richtlinie gilt konzernweit – und damit für alle Regionen und Länder, in denen Deutsche Post DHL Group tätig ist. Zu allen Regierungs- und Aufsichtsbehörden pflegen wir ein korrektes und rechtlich einwandfreies Verhältnis und handeln dabei stets aufrichtig, transparent und in Übereinstimmung mit geltendem Recht. So berichten wir im EU-Transparenz-Register freiwillig über Art, Umfang und Finanzierung unserer Tätigkeiten zur Interessenwahrnehmung auf europäischer Ebene.

Gleichwohl hindert dies unsere Mitarbeiter nicht daran, im Rahmen der geltenden Gesetze, zum Beispiel in den USA, sogenannte „Political Actions Committees“ zu organisieren und zu verwalten.

Verstöße melden, Hinweise vertraulich behandeln

Um potenzielle Compliance-Verstöße zu melden, steht unseren Mitarbeitern rund um die Uhr eine spezielle Web-Applikation sowie in rund 150 Ländern eine in 30 Sprachen nutzbare Compliance-Hotline zur Verfügung. Durch Veröffentlichungen in internen Medien stellen wir sicher, dass die Meldesysteme sowie die lokal zuständigen Ansprechpartner in der Compliance-Organisation unseren Mitarbeitern bekannt sind. Meldungen können unter Angabe des Namens oder, soweit nach lokalem Recht zulässig, anonym erfolgen. Alle Hinweise werden professionell und vertraulich behandelt und fließen in den Bericht des Chief Compliance Officers an den Vorstand sowie an den Finanz- und Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats ein.

DATENSCHUTZ ✓ PwC

Managementansatz & Ziele ✓ PwC

Hohe Datenschutzstandards sind ein Teil des Markenkerns von Deutsche Post DHL Group und von besonderer Bedeutung für unser Geschäft. Dies zeigt auch die im Berichtsjahr Materialitätsanalyse wonach Datenschutz von unseren Stakeholder-Gruppen als wesentlich für unseren Geschäftserfolg bewertet wird.

Insbesondere in unserem Wachstumsmarkt E-Commerce sowie in der internationalen Logistik legen unsere Kunden großen Wert auf die Einhaltung von Datenschutzbestimmungen.

Unsere Standards haben wir in der Konzerndatenschutzrichtlinie festgelegt und diese konzernweit implementiert. Durch Kontrollen der Umsetzung und kontinuierliche Weiterentwicklung unserer Standards sowie Schulung unserer Mitarbeiter und Führungskräfte sorgen wir dafür, dass wir die gesetzlichen Anforderungen einhalten.

Als führender Post- und Logistikkonzern mit 12.000 Standorten in über 220 Ländern und Territorien haben wir zum Teil sehr unterschiedliche Datenschutzregelungen zu beachten. Da es kein weltweit einheitliches Datenschutzrecht gibt, stellen wir in allen Ländern, in denen wir tätig sind, durch rechtliche Begleitung sicher, dass sowohl unsere Konzerndatenschutzrichtlinie als auch die jeweils lokal geltenden Vorschriften eingehalten werden. Dort, wo noch keine Datenschutzregelungen existieren, dienen unsere Konzernstandards als Orientierung.

Kennzahlen & Ziele ✓ PwC

Wesentliche Aufgaben unseres Datenschutzmanagements bestehen darin, unsere Mitarbeiter und Führungskräfte in noch stärkerem Maße für das Thema zu sensibilisieren und sicherzustellen, dass die Konzerndatenschutzrichtlinie überall im Konzern angewendet wird. 2016 werden wir prüfen, ob das Thema Datenschutz als Modul in die Konzerninitiative Certified aufgenommen werden sollte. Da unsere Steuerungsgrößen im Bereich Datenschutz sensible Daten berühren, berichten wir diese nicht extern.

Managementsystem ✓ PwC

In Verbindung mit einem effektiven Datenschutzmanagement sind hohe Datenschutzstandards ein wirkungsvolles Instrument, um Kunden, Mitarbeiter und Aktionäre zu binden und neue zu gewinnen.

Wesentliche Aufgaben unseres Datenschutzmanagements bestehen darin, unsere Mitarbeiter und Führungskräfte in noch stärkerem Maße für das Thema zu sensibilisieren

und sicherzustellen, dass die Konzerndatenschutzrichtlinie im Konzern durchgehend angewendet wird.

Mit dem Ziel zusätzlicher Transparenz und Vergleichbarkeit haben wir im Berichtsjahr als zentrales Element unseres Datenschutzmanagements standardisierte Datenschutzkontrollen in die Prozesse aller Unternehmensbereiche implementiert. Darüber hinaus haben wir einen zentralen Prozess zur Meldung von Datenschutzvorfällen etabliert.

Um alle unsere Mitarbeiter und Führungskräfte für das Thema zu sensibilisieren, beinhaltet unser Datenschutzmanagement als weiteren Baustein Online-Seminare zu verschiedenen Datenschutzthemen, etwa zum sicheren Umgang mit Personal- oder Kundendaten. Für Führungskräfte ist eine Schulung zur Konzerndatenschutzrichtlinie verpflichtend.



»Datenschutz hat bei uns einen hohen Stellenwert. Das gilt für unsere digitalen Angebote und Lösungen für den E-Commerce genauso wie für unsere klassischen Briefdienstleistungen. Als multinationales Unternehmen sind internationale Datenflüsse für uns eine besondere Herausforderung, denn ein weltweit geltendes Datenschutzrecht gibt es nicht. Daher haben wir uns konzerninterne Standards gesetzt.«

GABRIELA KRADER
KONZERNDATENSCHUTZBEAUFTRAGTE

Konzerndatenschutzrichtlinie

Einheitliche, angemessene und globale Standards für Datenschutz und Datensicherheit von personenbezogenen Daten sind in der Konzerndatenschutzrichtlinie festgeschrieben. Darauf basierend bestehen weitere global geltende Konzernleitlinien unter anderem für die Verarbeitung von Personaldaten, Direktmarketing- und eCommerce-Aktivitäten.

Die Umsetzung der Konzerndatenschutzrichtlinie wird regelmäßig durch die zuständige Aufsichtsbehörde, der Bundesbeauftragten für den Datenschutz und die Informationsfreiheit, überprüft. Eine erneute Überprüfung in 2015 führte zu keinen Feststellungen.

SICHERHEITSMANAGEMENT

Der geschäftliche Erfolg global agierender Logistikunternehmen hängt maßgeblich von einem stabilen und sicheren Umfeld und der Sicherheit der weltweiten Transportwege zu Wasser, zu Lande und in der Luft ab. Global vernetzte Lieferketten sind vielfältigen und wachsenden Risiken ausgesetzt und stellen mögliche Ziele für kriminelle Aktivitäten verschiedenster Art dar, darunter organisierte Kriminalität, Terrorismus, Piraterie oder Internetkriminalität.

Um für Mitarbeiter, Geschäftspartner und Kunden weltweit ein hohes Sicherheitsniveau zu gewährleisten, betreibt Deutsche Post DHL Group ein umfangreiches risikobasiertes Sicherheitsmanagementsystem. Durch kontinuierliche Überprüfung und Weiterentwicklung der Sicherheitsmaßnahmen machen wir unsere globalen Lieferketten auf effiziente Weise widerstandsfähig und stärken langfristig das Vertrauen unserer Kunden und Mitarbeiter in unsere Dienstleistungen und Produkte. So steigern wir unsere Leistungsfähigkeit als Anbieter erster Wahl und tragen maßgeblich zur Unternehmensstrategie und zum geschäftlichen Erfolg von Deutsche Post DHL Group bei.



»Wir verfügen über ein umfassendes und solides Sicherheitsrisikomanagement und sind gegen globale Sicherheitsgefährdungen gut gerüstet. Beim Thema Sicherheit in der Logistik sollten Kunden zuerst an Deutsche Post DHL Group denken.«

FRANK HELMUT EWALD
ABTEILUNGSLEITER KONZERNSICHERHEIT

Unter Berücksichtigung der spezifischen Anforderungen unserer unterschiedlichen Unternehmensbereiche und Geschäftsmodelle analysieren wir Sicherheitsrisiken konzernweit einheitlich und orientieren uns dabei an internationalen Standards. Kontinuierlich identifizieren wir relevante Sicherheitsrisiken, untersuchen sie im Hinblick auf potenzielle Schadensauswirkungen und wirken ihnen nach eingehender Bewertung mit angemessenen Sicherheitsmaßnahmen entgegen. Unser Sicherheitsmanagementsystem ist in das Gesamtmanagementsystem des Unternehmens eingebettet und unterstützt die Einhaltung aller rechtlichen und regulatorischen Vorgaben.

Mitarbeiter für Sicherheitsrisiken sensibilisieren

Durch qualifizierte Schulungen stellen wir sicher, dass unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Sicherheitsrisiken ihres Arbeitsumfeldes kennen und angemessen darauf reagieren können. Zum Beispiel unterweisen wir sie in die für ihren Arbeitsplatz gültigen

Normen sowie Richtlinien der betrieblichen Compliance. In unseren Sicherheitsrichtlinien haben wir den Schutz von Persönlichkeitsrechten und die Einhaltung aller rechtlichen Anforderungen ausdrücklich festgelegt. Damit fördern wir eine unternehmensweit akzeptierte und rechtskonforme Sicherheitskultur.

Globale IT-Plattform ✓ PwC

Ein Bestandteil unseres Sicherheitsmanagements ist die kontinuierliche Beobachtung und Auswertung der weltweiten Sicherheitslage sowie die Erstellung von Prognosen und Analysen, um Geschäftstätigkeiten auch in Regionen mit schwierigem Sicherheitsumfeld verantwortungsvoll zu ermöglichen. Dazu haben wir unter maßgeblicher Beteiligung unserer Sicherheitsexperten eine globale IT-Sicherheitsplattform – Resilience 360 – entwickelt, die der strategischen Bewertung von globalen Sicherheitsrisiken in unseren Lieferketten dient, und unsere Lieferketten und Standorte weltweit visualisiert und vernetzt. Informationen über sicherheitsrelevante Vorfälle aus externen und internen Quellen fließen in diese Sicherheitsplattform in nahezu Echtzeit ein. Bei sicherheitsrelevanten Störungen dient das System als Kommunikationsplattform, über die wir alle Beteiligten in der Lieferkette informieren und über die sich diese auch untereinander austauschen können. Dadurch bieten wir unseren Kunden einen Wettbewerbsvorteil, da sie über die Plattform ihre eigenen Lieferketten überwachen und absichern können.

Austausch auf breiter Ebene

Darüber hinaus pflegen wir einen intensiven Austausch mit Sicherheitsbehörden und vertreten die Interessen unseres Unternehmens in nationalen und internationalen Gremien und Institutionen, die sich mit dem Thema Sicherheit befassen. Mit unserer breiten Erfahrung können wir hier helfen, sicherheitspolitische Lösungen aktiv mitzugestalten. Durch die konzernweite Implementierung kriminalpräventiver Maßnahmen sowie Ermittlungen bei sicherheitsspezifischen Zwischenfällen schützen wir unsere Mitarbeiter, die uns anvertrauten Kundengüter sowie unsere materiellen und immateriellen Unternehmenswerte.

CHANCEN & RISIKEN ERFASSEN ✓ PwC

Als weltweit tätiges Logistikunternehmen ist Deutsche Post DHL Group vielfältigen Einflüssen ausgesetzt. Einerseits eröffnen sich dadurch Chancen zum Erschließen neuer Geschäftsfelder und Märkte. Andererseits können Risiken für die Wahrung unserer Reputation, unserer Compliance-Standards sowie für die Stabilität unserer Finanzen auftreten.

Mit dem Resilience-Management gewinnen wir wichtige Einsichten zum Vorteil unseres Geschäfts und können im Ernstfall rechtzeitig Vorsorgemaßnahmen treffen, die unser Unternehmen, unsere Mitarbeiter und unsere Kunden wirkungsvoll vor negativen Auswirkungen schützen. Gleichzeitig verbessern wir damit unsere Position im Wettbewerb.

Denn Unternehmen in Industrie und Handel bevorzugen den Logistikanbieter, der auch in kritischen Situationen die Versorgung mit Gütern und den Absatz von Waren aufrechterhalten kann. In innovativen Lösungen zur Erhöhung der Lieferkettensicherheit liegt für unser Unternehmen ein großes Marktpotenzial.

Chancen- und Risikomanagementprozess ✓ PwC



Strategisches Themenmanagement ✓ PwC

Im Rahmen unseres strategischen Themenmanagements („Issues Management“) nutzen wir ein intelligentes Monitoring-System, um öffentliche Debatten zu globalen Entwicklungen unter anderem in Bezug auf Welthandel, Nachhaltigkeit und Technologien zu verfolgen und die Einschätzungen unserer Stakeholder zu Themen mit hohem Chancen- und Risikopotenzial zu erfassen. Kontinuierlich werden dabei mehr als 20.000 Online-Medien und Social-Media-Quellen in Echtzeit beobachtet und ausgewertet. Die Erkenntnisse fließen nicht nur in die Geschäfts- und Kommunikationsstrategie des Unternehmens ein, sondern werden auch bei der Ausrichtung unserer Aktivitäten in der Unternehmensverantwortung berücksichtigt.

Gesundheitsrisiken ✓ PwC

Um Versicherungsansprüche im Gesundheitswesen zu mindern, werten wir Versicherungsrisiken systematisch länder- und bereichsspezifisch aus. Bei der Identifizierung der Themen arbeiten wir im Rahmen eines globalen Versicherungsprogramms mit lokalen Versicherungsanbietern zusammen oder ziehen die Länderprofile der World Health Organization (WHO) heran.

Finanzielle Chancen & Risiken ✓ PwC

Chancen zu erkennen und schnell zu ergreifen und Risiken entgegenzuwirken, sind wichtige Ziele für unser Unternehmen. Die erwartete Wirkung möglicher Ereignisse und Entwicklungen wird bereits in der Geschäftsplanung berücksichtigt. Chancen und Risiken sind definiert als potenzielle Abweichungen vom prognostizierten Unternehmensergebnis. Um diese Ziele zu erreichen, haben wir ein konzernweites Chancen- und Risikomanagement installiert. In einem ersten Prozessschritt werden darin auch CR-

relevante Chancen und Risiken erfasst und quantifiziert, zum Beispiel aus Rechtsverfahren oder im Personalbereich.

Quartalsweise schätzen Manager die Auswirkungen künftiger Szenarien ein, bewerten die Chancen und Risiken ihrer 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. Chancen und Risiken können jederzeit auch ad hoc gemeldet werden.

Die Früherkennung und Auswertung der Chancen und Risiken erfolgt konzernweit über einheitliche Berichtsstandards. Die dabei eingesetzte IT-Anwendung entwickeln wir stetig weiter. Der Chancen- und Risikobericht für das Berichtsjahr ist Teil des Geschäftsberichts 2015.

**INTERVIEW****KEN ALLEN**

Mitglied des Vorstands Express

»Unser Anspruch lautet, der weltweit führende Anbieter internationaler Expressdienstleistungen zu sein. Damit kommt uns eine zentrale Rolle als Unterstützer und Wegbereiter des globalen Handels zu.«

INTERVIEW MIT KEN ALLEN

Ken Allen ist Mitglied des Vorstands und verantwortlich für den Unternehmensbereich Express. Im Interview erklärt Allen, welchen Beitrag DHL Express zu einer nachhaltigen Entwicklung des Welthandels leistet, welche Anstrengungen der Bereich mit Blick auf das Mitarbeiterengagement unternimmt, und wie die Zukunft des Express-Geschäfts aussehen wird.

In der Konzernstrategie von Deutsche Post DHL Group ist der Anspruch verankert, erste Wahl als Anbieter, Arbeitgeber und Investment zu werden – und damit Maßstab für verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln. Wie würden Sie den Maßstab für ein verantwortungsvolles Express-Geschäft definieren?

Ein Unternehmen braucht vor allem einen ernst gemeinten Beweggrund für sein Handeln. Wenn es einen Wertbeitrag leisten möchte, erfordert dies zudem ein starkes Verantwortungsbewusstsein gegenüber all seinen Stakeholdern, um erfolgreich zu sein – ganz egal ob man das als Corporate Responsibility bezeichnet oder nicht. Unser Anspruch lautet, der weltweit führende Anbieter internationaler Expressdienstleistungen zu sein. Damit kommt uns eine zentrale Rolle als Unterstützer und Wegbereiter des globalen Handels zu. Um diesem Anspruch gerecht zu werden, müssen wir in allen Aspekten unseres Geschäfts führend sein – und dazu gehört auch eine Vorreiterrolle in Umweltfragen und gesellschaftlichen Anliegen in den Märkten, in denen wir tätig sind. Wir blicken nicht nur auf eine Geschichte als Pioniere der internationalen Expressindustrie zurück, sondern haben uns auch als erstes internationales Logistikunternehmen ein messbares CO₂-Effizienzziel gesetzt, um nur ein Beispiel zu nennen. Und durch unsere Disaster Response Team-Partnerschaft mit den Vereinten Nationen sind wir gewöhnlich einer der ersten

Logistikanbieter, der nach Naturkatastrophen vor Ort ist und die Hilfsgüterverteilung in betroffene Gebiete unterstützt.

Wie schafft es DHL Express, in einem zunehmend anspruchsvollen Geschäftsumfeld die richtige Balance zwischen wirtschaftlichen Interessen und Umwelterwägungen zu finden? Beobachten Sie eine größere Nachfrage nach umweltfreundlichen Versandlösungen unter Ihren Kunden?

In einem Geschäft, das darauf basiert, Kundenprodukte so schnell wie möglich in alle Welt zu liefern, gibt es tatsächlich einen gewissen unvermeidbaren Konflikt zwischen ökonomischen und ökologischen Interessen. Mit unseren Serviceleistungen schaffen wir einen signifikanten Mehrwert für die Weltwirtschaft, und durch unsere Rolle im globalen Handel fördern wir Wohlstand und bessere Lebensbedingungen. Zugleich wollen wir erreichen, dass dieser Mehrwert nicht durch negative Umweltauswirkungen unserer Transportaktivitäten in Frage gestellt wird. Dafür müssen wir zum einen in saubere Technologien investieren, vor allem aber bei allem, was wir tun, effizienter werden. Davon profitieren alle Stakeholder. Wir beobachten tatsächlich, dass immer mehr Kunden – insbesondere Kunden, die einen langfristigen Expresspartner suchen – bei der Auswahl ihres Versandanbieters auch Umweltkriterien und gesellschaftliche Erwägungen berücksichtigen. Das zeigt mir, dass sich alle Akteure der Lieferkette ihrer gemeinsamen Verantwortung für die Umwelt bewusst sind, und stimmt mich optimistisch, dass wir in diesem Bereich künftig noch größere Investitionen und Innovationen sehen werden.

Für ein Unternehmen, das von seinen Mitarbeitern größten Einsatz für den Kunden erwartet, ist die nachhaltige Motivation der Beschäftigten unerlässlich. Was unternimmt DHL Express, um das Mitarbeiterengagement und die Mitarbeiterzufriedenheit zu stärken?

Das ist einer der Aspekte, auf die ich als Führungskraft besonders stolz bin und bei denen wir unmittelbar positive Auswirkungen auf unsere Geschäftsentwicklung beobachten können. Wir haben viel Zeit und Ressourcen in die Stärkung des Mitarbeiterengagements und der Mitarbeiterzufriedenheit im Express-Bereich investiert. Wir wissen, dass es unsere Mitarbeiter sind, die aus Investitionen Vermögenswerte machen – durch ihre tägliche Interaktion mit unseren Kunden. Wir haben institutionalisierte Programme zur Anerkennung der Leistungen unserer Mitarbeiter wie „Anerkennungswochen“ und „Mitarbeiter-des-Jahres-Veranstaltungen“, und wir unterstützen gezielte Mentoring- und Coaching-Initiativen, zum Beispiel für eine bessere Führungskräfteentwicklung für Leiter von Außendienstteams. Im Mittelpunkt all dieser Initiativen steht das Entwicklungs- und Engagement-Programm „Certified International Specialist“, das wir 2010 weltweit eingeführt haben. Dieses Programm hat das Mitarbeiterengagement und dadurch die Geschäftsentwicklung bei DHL Express so erfolgreich gefördert, dass der Konzern das Certified-Konzept in die Strategie 2020 integriert hat.

Welche nachhaltigen Innovationen werden Ihrer Meinung nach am ehesten die Zukunft des Express-Geschäfts prägen?

Das internationale Express-Geschäft hat sich über viele Jahre zu einem sehr wettbewerbsintensiven Markt entwickelt. In der Folge bemühen sich die größten Anbieter

jetzt gewöhnlich um eine Differenzierung durch sogenannte „inkrementelle Innovation“ – kleine, marginale Veränderungen, die enorme Auswirkungen haben können, wenn sie in einem weltweiten Netzwerk eingesetzt werden. Ein Beispiel wären Technologien für eine effizientere Routenführung, die immense Einsparungen ermöglichen, den Service verbessern können und sich sehr positiv auf die Ökobilanz auswirken. Zugleich ist unsere Welt weiter von großen Unterschieden geprägt, zum Beispiel mit Blick auf die Qualität der Infrastruktur, das Regulierungsumfeld und die wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklung. Daher sehe ich Potenzial für zusätzliche Innovationen, die den grenzüberschreitenden Gütertransport grundlegend verändern könnten. Wir sind offen für derartige Entwicklungen und halten ständig Ausschau nach Ansätzen für wegweisende Neuerungen in unserem eigenen Unternehmen. Im Umweltbereich zum Beispiel könnten wirklich innovative Kraftstoff- und Transporttechnologien enorme Auswirkungen auf unsere Branche haben. Einer der Gründe für unser aktives Engagement in der FIA Formel E-Meisterschaft für Elektrorennwagen ist, dass wir sehen möchten, ob die Rennserie zu einem kommerziellen Durchbruch in der Elektrofahrzeugtechnologie beitragen kann.

Wie wird das Expressgeschäft in zehn Jahren aussehen?

In einer Welt, die sich so schnell wandelt wie unsere heutige Welt, ist es schwer vorherzusagen, wie unser Geschäft in fünf Jahren aussehen wird, geschweige denn in zehn. Eines ist aber sicher: Der globale Handel wird immer noch ein wichtiger Motor der Weltwirtschaft sein und dementsprechend groß wird auch die weltweite Nachfrage nach internationalen Expresssendungen bleiben. Durch unsere Bemühungen um eine nachhaltige Ausrichtung unserer heutigen Geschäftsaktivitäten stellen wir sicher, dass DHL auch morgen und in zehn Jahren noch eine positive Rolle in diesem Entwicklungsprozess spielen wird.



ge|mein|sam

[Adjektiv];
partnerschaftlich, miteinander, kollegial

WAS BEDEUTET GEMEINSAM FÜR UNS?

Die globale Reichweite und lokale Präsenz in beinahe allen Ländern der Welt bilden die Ausgangslage für unser gesellschaftliches Engagement. Gemeinsam mit international anerkannten Partnerorganisationen entwickeln wir unsere Programme und setzen sie vor Ort um. Das herausragende Miteinander im ehrenamtlichen Engagement unserer Mitarbeiter trägt dazu bei, das Leben von Menschen auf der ganzen Welt nachhaltig zu verbessern.

IN DIESEM KAPITEL

- 97 **MANAGEMENTANSATZ & ZIELE**
- 98 **ENGAGEMENT ERFASSEN**
- 99 **KATASTROPHENMANAGEMENT**
- 102 **BILDUNGS- UND BERUFSCHANCEN VERBESSERN**
- 104 **SOZIALES ENGAGEMENT**

MANAGEMENTANSATZ & ZIELE

Corporate Citizenship hat in der strategischen Ausrichtung unserer unternehmerischen Verantwortung einen hohen Stellenwert. Wir wollen unsere Kernkompetenzen als weltweit führendes Transport- und Logistikunternehmen und das Know-how unserer Mitarbeiter so einbringen, dass ein positiver Beitrag für Gesellschaft und Umwelt entsteht. Das Engagement von Deutsche Post DHL Group ist dabei an die langfristige Zusammenarbeit mit etablierten Partnerorganisationen gekoppelt. Dadurch stellen wir eine professionelle und nachhaltige Ausrichtung der gemeinsam initiierten Programme sicher.

Wir fokussieren unser Corporate-Citizenship-Engagement darauf,

- das Katastrophenmanagement an Flughäfen zu verbessern (GoHelp),
- die Bildungs- und Berufschancen sozial benachteiligter Kinder und Jugendlicher zu fördern (GoTeach) und
- lokale Umweltschutz- und Hilfsprojekte, die von unseren Mitarbeitern initiiert werden, zu unterstützen.

Zusätzlich engagiert sich der Konzern seit 2015 in der [Flüchtlingshilfe in Deutschland](#).

Kennzahlen und Ziele

Durch unseren Einsatz für Gesellschaft und Umwelt untermauern wir das Konzernziel, zum Maßstab für verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln zu werden. Gleichzeitig profitieren wir durch positive Abstrahleffekte auf die Reputation des Unternehmens und auf die Motivation und Loyalität der Mitarbeiter. Den Erfolg unserer Corporate-Citizenship-Aktivitäten erfassen wir seit 2014 auch anhand des international anerkannten LBG-Modells und berichten die Entwicklung intern wie extern. Für die zentralen Themen unseres Engagements haben wir die folgenden Steuerungsgrößen und Ziele definiert:

Kennzahlen und Ziele

Thema	Steuerungsgröße (KPI)	Ziel
Soziales Engagement der Mitarbeiter	Wir wollen möglichst viele Mitarbeiter weltweit motivieren, sich ehrenamtlich zu engagieren Wir planen, unsere Angebote für Flüchtlinge in Deutschland stetig zu erweitern und zu verbessern	2016 wollen wir die Zahl der Mitarbeiter, die sich aktiv am Global Volunteer Day beteiligen, weiter steigern
Katastrophenmanagement	Wir wollen mindestens ein DRT-Training sowie mindestens einen GARD-Workshop in jeder der drei Kernregionen durchführen	Durchführung von 3 DRT Trainings und 3 GARD- Workshops in 2016
Bildungs- und Berufschancen verbessern	Wir wollen im Rahmen der Kooperation mit SOS- Kinderdorf und Teach For All das Engagement in den aktiven Partnerländern ausweiten und die Wirkung erhöhen	In 2016 werden wir unsere GoTeach Partnerschaft mit Teach For All um weitere 3 Jahre bis 2019 verlängern

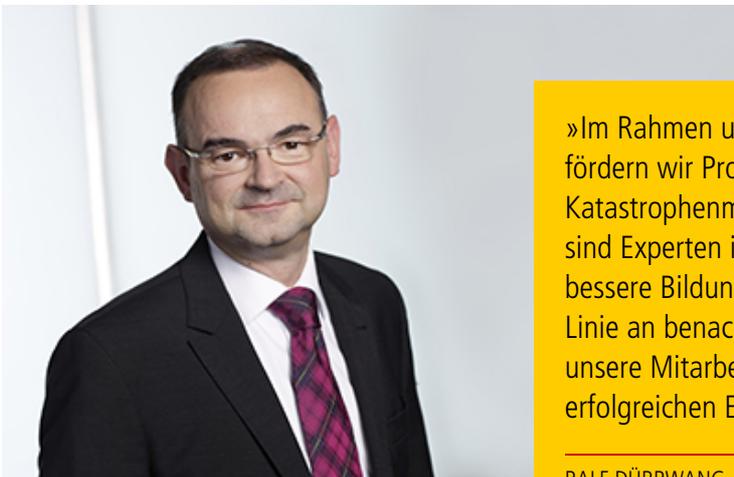
CORPORATE-CITIZENSHIP-ENGAGEMENT BESTIMMEN UND BERECHNEN

Auch mit Hilfe des LBG-Modells bestimmen und berechnen wir unser Engagement für Gesellschaft und Umwelt systematisch in drei Dimensionen:

- Beitrag (Input): Summe der investierten Geldmenge, Geldwert der eingebrachten Arbeitszeit von Mitarbeitern, Sachleistungen und Verwaltungsaufwand
- Leistung (Output): Anzahl der erreichten Menschen oder Anzahl der Aktivitäten und Angebote
- Auswirkung (Impact): Kurz- und langfristige Veränderungen im Hinblick auf unterstützte Menschen und gesellschaftliche Gruppen sowie Veränderungen innerhalb des Unternehmens als Folge des Engagements

Dabei werden sämtliche Engagements einer der folgenden Kategorien zugeordnet:

- Gemeinnützige Spenden in Form einmaliger Zuwendungen
- Investitionen ins Gemeinwesen durch langfristige, strategische Engagements und Partnerschaften mit gemeinnützigen Organisationen
- Kommerzielle Initiativen in Form auf das Geschäft bezogener werblicher oder vertriebsorientierter Maßnahmen, die aber einen gesellschaftlichen Mehrwert darstellen



»Im Rahmen unserer Corporate-Citizenship-Programme fördern wir Projekte, die zu uns passen. Das Katastrophenmanagement ist ein "natural fit", denn wir sind Experten in der Logistik. Unser Engagement für bessere Bildungs- und Berufschancen richtet sich in erster Linie an benachteiligte Kinder und Jugendliche. Hier geben unsere Mitarbeiter ihre persönliche Erfahrung zum erfolgreichen Einstieg in das Berufsleben weiter.«

RALF DÜRRWANG
ABTEILUNGSLEITER CORPORATE CITIZENSHIP

Voraussetzung für eine Bemessung ist, dass ein nicht-kommerzieller Partner vom Beitrag des Unternehmens profitiert. Ausschließlich auf die eigenen Mitarbeiter oder das Unternehmen ausgerichtete soziale Programme oder Ausgaben als Folge von Regulierung finden keinen Eingang in die Erhebung.

Im Berichtsjahr 2015 konnte die Qualität der Daten weiter verbessert werden. Neue Engagements wurden identifiziert und bestehende teilweise neu bewertet. So stieg der Anteil des langfristigen strategischen Engagements, also der Investitionen in das Gemeinwesen, 2014 auf 60 Prozent (2013: 38 Prozent). Der Anteil gemeinnütziger Spenden erreichte 16 Prozent (2013: 12 Prozent), der Anteil kommerzieller Initiativen rund 25 Prozent (2013: 40 Prozent).

KATASTROPHENMANAGEMENT: GOHELP

Unter dem Dach des Konzernprogramms GoHelp fasst Deutsche Post DHL Group sämtliche Aktivitäten in der Soforthilfe und Prävention bei Naturkatastrophen zusammen.

Im Namen von GoHelp stellen wir unsere logistischen Kernkompetenzen und globales Netz in den Dienst der Vereinten Nationen und sind in ein weltweites humanitäres System eingebunden. Mit den Vereinten Nationen verbindet Deutsche Post DHL Group eine mittlerweile zehnjährige strategische Partnerschaft. Leistungen, die im Rahmen von GoHelp erbracht werden, stellen wir unentgeltlich zur Verfügung.

Flughäfen unterstützen wir auf zweifache Weise. Als Präventionsmaßnahme bereiten wir sie mit GARD-Workshops (Get Airports Ready for Disaster) auf mögliche Naturkatastrophen vor. Tritt dieser Fall ein, leisten Disaster Response Teams (DRT) Soforthilfe und sorgen dafür, dass Hilfsgüter am Flughafen koordiniert entgegen genommen und den richtigen Hilfsorganisationen übergeben werden. So ist gewährleistet, dass die Hilfsgüter möglichst schnell dort eintreffen, wo sie am dringendsten benötigt werden. Beide Teilprogramme von GoHelp erfahren sowohl intern wie extern Beachtung und hohe Wertschätzung.

Corporate Citizenship



Amerika	
10 SOS-Partnerländer	4 Teach For All Netzwerkpartner
• GARD-Workshop	Dominikanische Republik
• GARD plus Initiative	Dominikanische Republik
• DRT-Einsätze	Brasilien, Chile, Guatemala
• DRT-Trainings	Guatemala, Peru
• DRT-Standort	Panama

Europa	
1 SOS-Partnerland	2 Teach For All Netzwerkpartner
• GARD-Workshop	Mazedonien
• DRT-Training	Türkei

Weitere Regionen	
12 SOS-Partnerländer	
• DRT-Training	Bahrain
• DRT-Standort	Dubai

Asien/Pazifik	
3 SOS-Partnerländer	4 Teach For All Netzwerkpartner
• GARD-Workshop	Indien
• DRT-Einsätze	Nepal, Vanuatu
• DRT-Training	Philippinen
• DRT-Standort	Singapur

Prävention: Get Airports Ready for Disaster

Basierend auf unserer mehr als zehnjährigen Erfahrung im Bereich Katastrophenmanagement haben wir das Programm Get Airports Ready for Disaster (GARD) entwickelt. In Kooperation mit dem Entwicklungsprogramm der Vereinten Nationen (UNDP) tragen wir mit GARD dazu bei, Mitarbeiter von Flughäfen und Katastrophenschutzbehörden für die logistischen Herausforderungen nach Naturkatastrophen vorzubereiten.

Kern der Arbeit sind mehrtägige GARD-Workshops, in denen Risikoanalysen vorgenommen und maßgeschneiderte Notfallpläne entwickelt werden. Dabei kooperieren wir eng mit anderen Einrichtungen vor Ort, wie zum Beispiel Hilfsorganisationen. Das Zusatzmodul GARD plus beinhaltet einen Praxistest der empfohlenen Maßnahmen sechs bis zwölf Monate nach dem ersten GARD-Workshop. So wird sichergestellt, dass die Notfallpläne aktualisiert und unmittelbar angewendet werden können.

Im Berichtsjahr wurden GARD Workshops mit über 70 Teilnehmern an vier Flughäfen in der Dominikanischen Republik, Indien und Mazedonien durchgeführt, in der Dominikanischen Republik außerdem ein GARD-plus-Workshop.



Schnelle Hilfe: Disaster Response Teams

In Zusammenarbeit mit dem UN-Büro für die Koordinierung humanitärer Angelegenheiten (UNOCHA) haben wir ein Netz aus über 400 geschulten DHL Mitarbeitern aufgebaut, die sich freiwillig in den sogenannten Disaster Response Teams (DRT) engagieren. Standorte der DRT befinden sich in Dubai (Einsatzgebiete Naher Osten und Afrika), Panama (Einsatzgebiet Amerika) und Singapur (Einsatzgebiet Asien-Pazifik). Nach Abruf durch die UN sind die DRT innerhalb von maximal 72 Stunden im Katastrophengebiet und nehmen dort ihre Arbeit auf.

Im März 2015 wurde der Inselstaat Vanuatu im Südpazifik von einem Zyklon verwüstet. Die Freiwilligen des Disaster Response Teams Asien-Pazifik unterstützten die logistische Arbeit am Flughafen, koordinierten ankommende internationale Hilfslieferungen und bereiteten sie für den Weitertransport vor. Eingesetzt wurden die DRT auch bei dem schweren Erdbeben in Nepal im April des Berichtsjahrs. Vier Teams mit insgesamt 33 Mitarbeitern halfen dabei, rund 2.000 Tonnen Hilfsgüter am internationalen Flughafen von Tribhuvan/Kathmandu abzufertigen und den Hilfsorganisationen zu übergeben. In Brasilien, Chile und Guatemala gab es lokale Einsätze nach örtlichen Überschwemmungen.



Die Herausforderungen für die DRT in von Naturkatastrophen betroffenen Gebieten sind vielfältig. Schwere, körperliche Arbeit gehört ebenso dazu wie die oftmals schwierige Organisation der Hilfsmaßnahmen. Damit unsere Mitarbeiter auf die außergewöhnlichen Belastungen vorbereitet sind, absolvieren sie regelmäßige Trainings. Über 170 Mitarbeiter nahmen 2015 an den Schulungen teil. Für 2016 ist in jedem der drei Einsatzgebiete mindestens eine Schulung geplant.

BILDUNGS- UND BERUFSCHANCEN VERBESSERN: GOTEACH

Mit dem Konzernprogramm GoTeach haben wir uns vorgenommen, die Bildungs- und Berufschancen junger Menschen insbesondere aus sozial benachteiligten Verhältnissen zu verbessern. Dafür haben wir gute Gründe. Zum einen sind wir als einer der größten Arbeitgeber weltweit darauf angewiesen, überall auf der Welt gut qualifizierte Mitarbeiter zu gewinnen. Innovationsfähigkeit und Produktivität von Deutsche Post DHL Group beruhen im Wesentlichen auf Bildung. Zum anderen führt Bildung in einer sich schnell verändernden Welt zu mehr Stabilität und Wohlstand – sowohl für den Einzelnen, als auch für Gesellschaften und Märkte. Somit unterstützt GoTeach nachhaltig unser strategisches Ziel, Arbeitgeber erster Wahl zu werden und trägt gleichzeitig zu einem stabilen Marktumfeld bei.

Bei jedem Engagement im Rahmen von GoTeach bringen sich unsere Mitarbeiter mit ihren individuellen Fähigkeiten und Erfahrungen ein. Unsere strategischen und globalen Partner sind SOS-Kinderdorf und das Bildungsnetzwerk Teach For All.

Partnerschaft mit SOS-Kinderdorf



Mit SOS-Kinderdorf verbindet Deutsche Post DHL Group seit 2010 eine globale Partnerschaft in mittlerweile 26 Ländern. Im Zentrum der gemeinsamen Arbeit steht die Begleitung von jungen Menschen im Alter zwischen 15 und 25 Jahren beim Übergang in das Berufsleben. Neben der finanziellen Unterstützung von Bildungsprogrammen und Einrichtungen für Jugendliche umfasst unser Beitrag Angebote zur Berufsorientierung und Berufsqualifizierung sowie Möglichkeiten, erste Einblicke in das Arbeitsumfeld zu gewinnen.

Im Berichtsjahr sind zwei neue Länderpartnerschaften, in Nigeria und Tansania, hinzugekommen. Ebenfalls 2015 wurde eine umfangreiche Evaluation unserer Partnerschaften durchgeführt. Ziel war es, besser benennen zu können, welche positiven Veränderungen sich aus der unmittelbaren Zusammenarbeit vor Ort bei den Jugendlichen, aber auch bei den engagierten Mitarbeitern ergeben. Die Ergebnisse sind ein Beleg für das hohe Wirkpotenzial unseres Partnerschaftsmodells.

Die GoTeach-Partnerschaft mit SOS-Kinderdorf lebt vom direkten Austausch zwischen den Jugendlichen und unseren Mitarbeitern, die für viele Jugendliche zu Rollenvorbildern werden. Dies wurde im Zuge der Evaluierung unserer Partnerschaft mit SOS-Kinderdorf im Berichtsjahr von 85 Prozent der befragten Jugendlichen bestätigt. Stets sind die Angebote auf die Rahmenbedingungen und Möglichkeiten in den jeweiligen Ländern zugeschnitten. Durch die individuelle Unterstützung verbessern sich die Chancen der Jugendlichen für ihren Berufseinstieg und damit auf ein eigenes Einkommen und selbstbestimmtes Leben.

Im Berichtsjahr haben sich mehr als 1.000 Mitarbeiter über 15.500 Stunden in unserer Partnerschaft mit SOS-Kinderdorf engagiert. Rund 2.000 Jugendliche in den 26 Partnerländern erhielten eine Förderung. Über 140 junge Leute machten ein Praktikum im Konzern, mindestens 12 Jugendliche bekamen einen Arbeitsvertrag. Auf drei Regionalkonferenzen in Afrika, Mittel- und Südamerika sowie Asien, an denen alle Partnerländer beteiligt waren, wurde beschlossen, das Engagement in den aktiven Partnerländern 2016 auszuweiten und auf Basis der Evaluationsergebnisse qualitativ weiter zu verbessern.

Partnerschaft mit Teach For All

Eine nunmehr fünfjährige Kooperation verbindet uns mit der Bildungsinitiative Teach For All. Die Organisation verfolgt das Ziel, dass jedes Kind – unabhängig vom sozialen Status seiner Eltern – Zugang zu exzellenter Bildung haben sollte. Als Kernmaßnahme setzen die nationalen Teach For All-Partner Hochschulabsolventen mit Spitzenabschluss und umfassenden sozialen Kompetenzen sowie „Young Professionals“ mit einigen Jahren Berufserfahrung als Lehrkräfte an Schulen in sozialen Brennpunkten ein. Während ihrer Lehrtätigkeit werden die Programmteilnehmer von den Partnerorganisationen geschult und

begleitet. Die Dauer des Einsatzes beträgt zwei Jahre in Vollzeit. Nach Abschluss des Programms bleiben die Teilnehmer weiterhin Botschafter für Chancengerechtigkeit.

Im Rahmen unserer Partnerschaft fördern wir sowohl die globale Dachorganisation Teach For All, als auch zehn Partnerorganisationen in Argentinien, Bangladesch, Chile, Deutschland, Ecuador, Indien, Malaysia, Peru, auf den Philippinen und in Spanien. Die jüngste Zusammenarbeit mit den Landesorganisationen Teach For Bangladesh und Teach For Malaysia begann im März 2015. Die Unterstützung erfolgt finanziell, durch Sachspenden und durch das Engagement unserer Mitarbeiter. Rund 1.300 von ihnen haben im Berichtsjahr an 103 Partnerschaftsaktivitäten teilgenommen. Davon verpflichteten sich rund 90 Mitarbeiter ehrenamtlich in ihrer Freizeit als Mentoren, die den Lehrkräften und Schülern in ihrer beruflichen Orientierung und persönlichen Entwicklung zur Seite stehen.

Für besonderes Engagement und als langjähriger Förderer, dessen nachhaltige Unterstützung dazu beigetragen hat, ein starkes Fundament für das weltweite Netz der Organisation zu bauen, wurde Deutsche Post DHL Group von Teach For All mit dem Tiger Award 2015 ausgezeichnet. Mit unserer Unterstützung wuchs das Netzwerk im Berichtsjahr von 35 auf 39 unabhängige Partnerorganisationen.

SOZIALES ENGAGEMENT DER MITARBEITER

Wir ermuntern unsere Mitarbeiter ausdrücklich, sich ehrenamtlich zu engagieren. Denn die freiwillige Arbeit für Gesellschaft und Umwelt bietet Vorteile sowohl für die Partnerorganisation, als auch für den einzelnen Mitarbeiter und den Konzern. So lernen unsere Mitarbeiter andere Perspektiven einzunehmen. Dies fördert das Miteinander im Unternehmen und trägt wesentlich zur Motivation unserer Mitarbeiter bei. Außerdem unterstützen wir auf diese Weise das strategische Ziel, innerhalb unserer Geschäftstätigkeit verantwortlich gegenüber Umwelt und Gesellschaft zu handeln.

Global Volunteer Day

Seit 2011 hat sich der Global Volunteer Day (GVD) konzernweit als feste Größe im ehrenamtlichen Engagement unserer Mitarbeiter etabliert. Der GVD bietet eine Plattform für Mitarbeiter, gemeinnützige Projekte in enger Zusammenarbeit mit unabhängigen lokalen Organisationen zu realisieren. Dabei ist der ehrenamtliche Einsatz im Rahmen des GVD nicht auf einen bestimmten Tag oder ein einzelnes Projekt begrenzt, sondern soll Anreize für eine langfristige Zusammenarbeit zwischen unseren Mitarbeitern und den gemeinnützigen Organisationen setzen.

Im Berichtsjahr haben sich mehr als 110.000 Mitarbeiter im Rahmen des GVD für gemeinnützige Projekte in ihrem direkten Umfeld eingesetzt. Davon haben sich 78.000 Mitarbeiter (2014: 77.000) aktiv an Projekten beteiligt. Insgesamt wurden 260.000 Freiwilligenstunden in über 2.000 Projekten in 114 Ländern geleistet. Damit wächst der ehrenamtliche Beitrag unserer Mitarbeiter ebenso beständig wie die Vielfalt der unterstützten Projekte.

2015 wurde die Beteiligung am GVD erstmals nach dem LBG-Modell erfasst. Die Überleitungsrechnung zur vorherigen Methode stellen wir im Anhang zu diesem Bericht dar.

Living Responsibility Fund

Zusätzlich unterstützen wir ehrenamtliche Projekte unserer Mitarbeiter auch finanziell. Über unseren aus Konzernmitteln gespeisten Living Responsibility Fund (LR Fund) spenden wir an lokale Partnerorganisationen, damit diese ihr Engagement gemeinsam mit unseren Mitarbeitern weiter ausbauen können. Wichtigste Voraussetzung für eine Bewerbung um Fördergelder ist, dass sich mindestens zwei Mitarbeiter 50 Stunden im Jahr mit ehrenamtlicher Tätigkeit einbringen. Auf diese Weise wollen wir Mitarbeiter unterstützen, die sich in vorbildlicher Weise längerfristig für gesellschaftliche oder ökologische Belange einsetzen. Förderungswürdige Projekte werden von einer Jury aus Vertretern aller Vorstandsbereiche des Konzerns ausgewählt. Bei mehr als 400 Stunden pro Projekt beträgt die Förderhöchstsumme maximal 4.000 Euro, wobei sich der genaue Betrag nach der Anzahl der ehrenamtlich erbrachten Stunden der Mitarbeiter im Jahr der Bewerbung richtet. 2015 wurden 79 Projekte von Mitarbeitern aus 31 Ländern finanziell gefördert. In diesen Projekten leisteten 4.600 Mitarbeiter rund 39.000 Zeitstunden bzw. rund 4.900 achtstündige Arbeitstage an ehrenamtlicher Arbeit. In Summe stellte der LR Fund im Berichtsjahr 212.000 Euro zur Verfügung.

Mitarbeiter spenden für Mitarbeiter

Unser interner Hilfsfonds We help each other (WHEO) ist ein Beleg für den engen Zusammenhalt und die ausgeprägte Solidarität innerhalb von Deutsche Post DHL Group. Der Fonds erhält seine Mittel aus Einzel- und Sammelspenden unserer Beschäftigten und greift Mitarbeitern finanziell unter die Arme, die Opfer einer Naturkatastrophe wurden. Im Berichtsjahr erhielten 52 Mitarbeiter in 6 Ländern Unterstützung aus dem Fonds. Darunter sind vor allem 38 DHL Beschäftigte in Nepal, die von dem schweren Erdbeben Anfang des Jahres betroffen waren.

Flüchtlingshilfe in Deutschland

1.000

Praktikumsplätze für Flüchtlinge in Deutschland

100

Koordinatoren als lokale Ansprechpartner

Seit September 2015 beteiligt sich Deutsche Post DHL Group aktiv an der Flüchtlingshilfe in Deutschland. Dabei arbeiten wir eng mit anerkannten und erfahrenen Hilfsorganisationen zusammen, wie beispielsweise Bündnis Aktion Deutschland Hilft, SOS-Kinderdorf, Stiftung Lesen und Teach First Deutschland. Das Engagement ist langfristig angelegt. Für das erste Jahr stellt der Konzern insgesamt eine Million Euro zur Verfügung. Vorrangig werden

Programme zur Integration von Flüchtlingen mit den Schwerpunkten Spracherwerb und Berufsvorbereitung gefördert.

Als einer der größten Arbeitgeber in Deutschland bieten wir zudem bis zu 1.000 Praktikumsplätze an, die Flüchtlingen einen Einblick in die deutsche Arbeitswelt und eine Perspektive für die Integration in den Arbeitsmarkt geben. Außerdem wollen wir bis zu 10.000 Mitarbeiter ermutigen, sich vor Ort zu engagieren. Deutschlandweit haben wir 100 Koordinatoren als lokale Ansprechpartner für Hilfsorganisationen und Mitarbeiter eingesetzt. Ebenso wurden im Berichtsjahr mit den zuständigen Stellen bei Bund und Ländern Gespräche für die Nutzung von Liegenschaften für Flüchtlingsunterkünfte sowie über den Einsatz von Mitarbeitern für Verwaltungsaufgaben aufgenommen.



ef|fi|zi|ent

[Adjektiv];
wirksam und produktiv,
auf Wirtschaftlichkeit bedacht

WAS BEDEUTET EFFIZIENZ FÜR UNS?

Ökonomische und ökologische Ziele in Einklang bringen heißt nachhaltig wirtschaften, die Wettbewerbsfähigkeit unseres Unternehmens dauerhaft sichern und auch unsere Kunden zum Erfolg führen. Wir steigern die Effizienz und entwickeln umweltgerechte Lösungen entlang der gesamten Lieferkette.

IN DIESEM KAPITEL

109 MANAGEMENTANSATZ & ZIELE

111 UMWELTSCHUTZPROGRAMM

114 MANagementsystem

115 EFFIZIENZMANAGEMENT

Lufttransport
Landtransport
Netzwerke
Gebäude

124 EMISSIONEN

Lokale Luftschadstoffe

127 NATÜRLICHE RESSOURCEN

129 UMWELTFREUNDLICHE PRODUKTE

Standardisierte Produkte
Individuelle Lösungen

134 INTERVIEW MIT JÜRGEN GERDES

INTERVIEW MIT JÜRGEN GERDES



»Klar ist, dass Logistik immer Auswirkungen auf die Umwelt mit sich bringt. Aber auch hier gilt wieder: Gerade wir als Markt- und Innovationsführer müssen, wollen und können ganz deutliche positive Akzente setzen.«

INTERVIEW LESEN AUF SEITE 134 →

Managementansatz & Ziele ✓ PwC

Logistik ist ein bedeutender Wachstumsmarkt. Aufgrund des wachsenden Welthandels und insbesondere des boomenden Onlinehandels wird die Nachfrage nach Logistiklösungen auch in Zukunft weiter steigen. Dies hat Effekte, die weit über unseren eigenen Geschäftserfolg hinausreichen: Durch unsere Logistiklösungen verbinden wir Menschen und Regionen miteinander und schaffen Wohlstand, doch unsere geschäftlichen Aktivitäten wirken sich auch in vielfacher Weise auf die Umwelt aus. Zu diesen Auswirkungen zählt vor allem der Ausstoß klimaschädlicher Treibhausgasemissionen, aber etwa auch der Ausstoß lokaler Luftschadstoffe oder die Lärmbelastung. Deshalb tragen wir eine besondere Verantwortung gegenüber der Umwelt, der wir mit unserem konzernweiten Umweltschutzprogramm gerecht werden.

Bei unseren Umweltschutzmaßnahmen orientieren wir uns am Wertschöpfungsansatz des Shared Value: Wir leisten einen Beitrag für die Gesellschaft und den Erhalt der Umwelt, aber tragen dabei auch zum eigenen unternehmerischen Erfolg bei. Dass wir diesen Ansatz mit Erfolg umsetzen, zeigt die positive Entwicklung unserer CO₂-Effizienz, die Kern unseres Klimaschutzziels ist: Wir wollen den Ausstoß von Treibhausgasemissionen für jeden Brief, jedes Paket, jede Tonne Fracht und jeden Quadratmeter Lagerfläche bis zum Jahr 2020 um 30 Prozent senken. Da wir einen Großteil unserer Emissionen nicht mit unserer eigenen Flotte, sondern indirekt durch die Beauftragung von Transportsubunternehmern verursachen, beziehen wir natürlich auch diese Emissionen in unser Klimaschutzziel ein. Im Berichtsjahr haben unsere Maßnahmen bereits zu einer Verbesserung der Effizienz um 25 Prozent gegenüber dem Referenzjahr 2007 geführt.

Um unser Klimaschutzziel bis 2020 zu erreichen, entwickeln wir deshalb jeweils genau auf den Tätigkeitsbereich und die Region angepasste Maßnahmen

- zur Verbesserung unserer Kraftstoffeffizienz,
- zur Optimierung unserer Netzwerke und Routen und
- für ein energieeffizienteres Management unserer Gebäude.

Mit einem Großteil dieser Effizienzmaßnahmen in unserer Fahrzeugflotte erreichen wir auch eine Senkung der Emissionen lokaler Luftschadstoffe und können zum Beispiel durch den Einsatz von Elektromobilität die Lärmbelastung im innerstädtischen Bereich verringern. Ein weiterer Schwerpunkt von Shared Value ist die Entwicklung neuer umweltfreundlicher Logistiklösungen. Solche grünen Lösungen sind von zunehmender Bedeutung für unser Geschäft, weil sie dazu beitragen, die Erwartungen unserer Kunden zu erfüllen und mit unserem Produkt Grüne Optimierung sogar unsere eigene Effizienz zu verbessern. Um diese Bedeutung zu unterstreichen, haben wir unsere grünen Lösungen in der Konzernstrategie verankert.

Außerdem engagieren wir uns in verschiedenen Initiativen, um für mehr Transparenz und Vergleichbarkeit bei der Erfassung von Treibhausgasemissionen zu sorgen. Auch auf diesem Weg tragen wir langfristig dazu bei, den Kraftstoff- und Energieverbrauch zu verringern und die Treibhausgasemissionen zu senken. So werden wir das auf der UN-Klimakonferenz

in Paris 2015 (COP 21) beschlossene Klimaschutzziel, die globale Erwärmung auf deutlich unter zwei Grad Celsius zu senken, unterstützen. Unser Vorstandsvorsitzender Dr. Frank Appel gehörte zu den über 40 Unterzeichnern eines offenen Briefs im Rahmen der COP 21, der die Regierungen der teilnehmenden Länder dazu aufforderte, einheitliche und verbindliche Klimaschutzziele zu verabschieden.

Kennzahlen & Ziele PwC

Umweltschutz ist für uns ein kontinuierlicher und dynamischer Prozess. Wir überprüfen unsere Schwerpunkte und Maßnahmen regelmäßig, etwa im Rahmen unserer Materialitätsanalyse. Im Berichtsjahr wurden die Schwerpunkte in unserem Umweltprogramm, Energieeffizienz und Klimawandel, dabei im Wesentlichen bestätigt. Darüber hinaus haben weitere Umweltfaktoren erheblich an Bedeutung gewonnen, darunter etwa die lokal begrenzten Luftschadstoffe und die Lärmbelastung.

Den Fortschritt unserer Klimaschutzaktivitäten messen wir mit der zentralen Steuerungsgröße CO₂-Effizienz (CEX). Für die Steuerung der lokalen Luftschadstoffe und die Reduzierung der Lärmbelastung haben wir bislang keine eigenen Ziele formuliert und Steuerungsgrößen abgeleitet, da unsere Maßnahmen zur Verbesserung des CEX in der Regel auch zur Verringerung der lokalen Luftschadstoffe und der Lärmbelastung beitragen können. Im Gegensatz zu den Treibhausgasemissionen existieren hier allerdings zumeist schon weitreichende gesetzliche Vorgaben, etwa die Abgasnormen der Europäischen Union oder Regelungen zum Lärmschutz, die wir selbstverständlich einhalten und meistens sogar übererfüllen.

Unsere Ziele für 2015 haben wir erfüllt:

- Das Ziel, unsere CO₂-Effizienz um mindestens einen Prozentpunkt gegenüber dem Vorjahreswert zu verbessern, haben wir erreicht.
- Die weitgehende Einführung eines Energiemanagements nach ISO 50001 an europäischen Standorten haben wir im Berichtsjahr abgeschlossen.
- Wir haben sowohl in Deutschland als auch in weiteren europäischen Ländern die Elektromobilität im Berichtsjahr ausgebaut.
- Zur Verbesserung der Energieeffizienz an unseren Standorten haben wir deutschlandweit Smart-Meter-Technik eingeführt.

Kennzahlen und Ziele

Thema	Steuerungsgröße (KPI)	Ziel
Energieeffizienz und Klimawandel	CO ₂ -Effizienz-Index (CEX)	Verbesserung des CEX um mindestens einen Indexpunkt gegenüber dem Vorjahr.
Lokale Luftschadstoffe und Lärmbelastung	Wir werden verstärkt in diesem Themenbereich arbeiten, um geeignete Zielsetzungen zu entwickeln und bestehende Steuerungsgrößen auf ihre zusätzliche Eignung für diesen Bereich zu prüfen.	
Energiemanagementsystem einführen	Wir wollen die Einführung eines Energiemanagementsystems nach ISO 50001 an Standorten in der Europäischen Union fortsetzen und unseren eigenen 6-Stufen-Prozess im Umweltmanagement um den Aspekt Energiemanagement ergänzen.	
Effizienzmaßnahmen		
Gebäude: Verbrauchs- und Messtechnik einführen	Wir werden damit beginnen, die Smart-Meter-Technologie an relevanten Standorten in Deutschland auszurollen.	
Gebäude: Beleuchtungskonzepte fortführen	Wir werden bis 2019 die Beleuchtung in allen Briefzentren in Deutschland auf LED umstellen.	
Gebäude: Heizungssysteme modernisieren	Wir werden die Heizungssysteme in allen Paketzentren in Deutschland modernisieren und durch Blockheizkraftwerke ersetzen.	

UMWELTSCHUTZPROGRAMM

Im Vordergrund unseres konzernweiten Umweltschutzprogramms GoGreen stehen Maßnahmen, die unsere CO₂-Effizienz verbessern und die Luftverschmutzung und Lärmbelastung verringern. Dabei haben wir nicht nur unseren eigenen Emissionsausstoß im Blick, sondern auch den weitaus größeren Anteil der Emissionen, die durch unsere Transportsubunternehmer verursacht werden.



»In Sachen Grüne Logistik sind wir Pioniere: Wir haben uns 2008 als erster Logistiker ein Klimaschutzziel gesetzt. Unseren Kunden bieten wir grüne Logistik- und Transportdienstleistungen an, mit denen sie sich Transparenz über ihre Emissionen verschaffen und diese reduzieren oder ausgleichen können. Immer mehr Kunden fragen diese Lösungen nach und wir hoffen, dass das politische Signal des Klimagipfels in Paris noch mehr Kunden animieren wird, Umweltschutz und Geschäft zu verbinden.«

KATHARINA TOMOFF
 ABTEILUNGSLEITERIN SHARED VALUE

Die Handlungsfelder unseres Umweltschutzprogramms GoGreen haben wir in unserer konzernweiten Umwelt- und Energierichtlinie festgeschrieben, deren Umsetzung wir im Rahmen unseres Umweltmanagementsystems sicherstellen. Darüber hinaus existieren weitere Konzernrichtlinien, um die Ziele unseres Umweltschutzprogramms zu erreichen:

- **Investitionsrichtlinie:** Darin ist geregelt, dass Neubeschaffungen stets CO₂-effizienter oder umweltfreundlicher sein müssen als der Bestand.
- **Biokraftstoffrichtlinie:** Hierin verpflichten wir uns darauf, keine flüssigen Biokraftstoffe einzusetzen, die negative Auswirkungen auf die Lebensmittelproduktion im Herkunftsland haben.
- **Papierrichtlinie:** Sie regelt, dass grundsätzlich Recyclingpapier eingekauft werden muss, sofern zertifizierte Recyclingqualitäten in den betreffenden Märkten erhältlich sind. Die vollständige Richtlinie steht zum Download bereit.

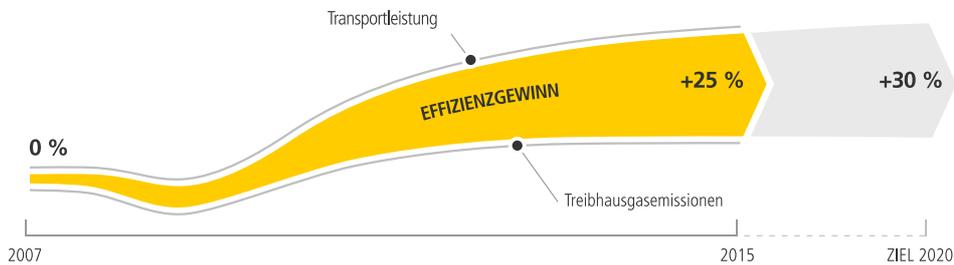
Unsere konzernweite Umweltrichtlinie wurde im Berichtsjahr grundlegend überarbeitet und unter dem Titel Energie- und Umweltrichtlinie neu veröffentlicht. Die Gründe für diese Änderung waren die Einführung eines Energiemanagements nach ISO 50001 und die höhere Relevanz der Themen lokale Luftschadstoffe und Lärmbelastung für unser Geschäft.

In der diesjährigen Stakeholder-Befragung wurden darüber hinaus weitere Handlungsfelder adressiert: Die Verringerung des Wasserverbrauchs, Müllvermeidung und Recycling sowie Biodiversität. Deutsche Post DHL Group verzeichnet als Logistikdienstleister keinen intensiven Verbrauch natürlicher Rohstoffe wie Wasser oder Holz und erzeugt keine erheblichen Mengen Abfall. Auch beeinträchtigen unsere Standorte und unsere Geschäftsaktivitäten die Biodiversität nicht in signifikantem Maße. Unabhängig von unserer Prioritätensetzung gilt selbstverständlich, dass Deutsche Post DHL Group stets im Einklang mit bestehenden Gesetzen und Vorschriften zum Schutz der Umwelt handelt.

Kraftstoff- und Energieeffizienz

Unser Ziel ist es, die Abhängigkeit zwischen den Transportvolumina und der Höhe der Emissionen zu mindern, indem wir unsere Transporte effizienter durchführen. Im Vergleich der verschiedenen Transportwege – Luft, Straße, Schiene und Wasser – verursachen wir im Lufttransport den größten Anteil von Treibhausgasemissionen und dem lokalen Luftschadstoff Schwefeldioxid (SO₂). Beim Landtransport ist neben den Treibhausgasemissionen vor allem die Feinstaubbelastung (PM₁₀) relevant. In der Praxis bedeutet dies, dass wir unsere Streckenführung weiter optimieren und unsere Flugzeugflotte modernisieren und die Fahrzeuge erneuern.

Effizienzprinzip



Dadurch ist es uns im Berichtsjahr gelungen, bei annähernd gleich hohen Transportvolumina wie im Vorjahr den Ausstoß von Treibhausgasemissionen zu senken. Dies spiegelt sich in der Entwicklung unserer zentralen Steuerungsgröße, dem CO₂-Effizienzindex, wider. Im Berichtsjahr konnten wir diese Steuerungsgröße um einen Prozentpunkt gegenüber dem Vorjahreswert verbessern und haben damit unser Jahresziel erreicht.

Umweltfreundliche Produkte

Auch unsere Kunden profitieren von unserer Kompetenz im Umweltschutz. Mit den [GoGreen Services](#) unterstützen wir sie bei der Optimierung der Umwelteffizienz ihrer eigenen Geschäftsprozesse. Immer mehr Kunden fragen umweltfreundliche Transportleistungen nach oder achten bei ihrer Auftragsvergabe auch darauf, ob der Anbieter ein Umweltmanagementsystem und entsprechende Maßnahmen implementiert hat. Im Ergebnis leisten wir so im Sinne von Shared Value einen Beitrag für Umwelt und Gesellschaft und tragen gleichzeitig zu unserem Geschäftserfolg und dem unserer Kunden bei.

Mitarbeiterschulung

Auch unsere Mitarbeiter spielen eine entscheidende Rolle für die erfolgreiche Umsetzung unserer Umweltziele. Deshalb haben wir unser interaktives Schulungsprogramm überarbeitet und im Berichtsjahr auf unserer konzernweiten Schulungsplattform veröffentlicht.

ENERGIE- UND UMWELTMANAGEMENTSYSTEM

Umwelt- und klimafreundliches Handeln ist integraler Bestandteil unserer täglichen Arbeit. Mit unserem konzerninternen Sechs-Stufen-Prozess, der auf den Anforderungen der ISO-14001-Norm basiert, entwickeln wir kontinuierlich Verbesserungsmaßnahmen, die uns dabei unterstützen, unsere Umweltziele zu erreichen. Den Sechs-Stufen-Prozess wenden wir auch an Standorten an, die nicht oder noch nicht für eine Zertifizierung in Frage kommen.

Standortdefinition



Weltweit unterhalten wir rund 12.000 Standorte, darunter Büroflächen, Brief- und Paketzentren, Logistikkäler oder auch Packstationen und Abgabestellen. Lediglich drei Viertel dieser Standorte eignen sich für ISO-Zertifizierungen und nur fünf Prozent befinden sich in unserem Eigentum und unterliegen damit unserer Steuerung.

Externe Zertifizierungen führen wir in Abhängigkeit ihrer Relevanz für Geschäft und Verbrauchswerte nur an größeren Standorten und an Standorten mit standardisierten Prozessen durch. Ein weiteres Kriterium für eine externe Zertifizierung liegt in den Erfordernissen des jeweiligen Geschäftsmodells. Betreiben wir einen Standort im Kundenauftrag, zum Beispiel im Unternehmensbereich Supply Chain, entscheidet der Kunde über eine Zertifizierung.

Im Berichtsjahr waren von insgesamt 9.259 für eine ISO-Zertifizierung geeigneten Standorten rund 5.175 Standorte nach ISO 14001 zertifiziert, also etwa 56 Prozent. In der Region Europe wurden weitere Länder zertifiziert, darunter die Türkei.

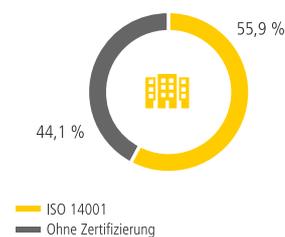
✓ PwC

2015 haben wir unsere Standorte in der Europäischen Union (EU) auf die Durchführung von Energieaudits gemäß Euronorm EN 16247-1 vorbereitet und die Einführung eines Energiemanagements nach der ISO-50001-Norm weitgehend abgeschlossen. An welchen Standorten ein Audit oder eine Zertifizierung erfolgt, liegt in der Entscheidung des operativen Managements. In den Ländern Dänemark, Deutschland, Irland, Italien und Österreich konnte an einigen Standorten bereits erfolgreich gemäß ISO 50001 zertifiziert werden.

✓ PwC

Standorte ISO 14001

✓ PwC



ISO-14001-Standorte

Weltweit

5.175



Amerika	
658	
ISO-relevante Standorte	
Davon zertifiziert: 12 % bzw. 81 Standorte	
Globales Hub Cincinnati (USA)	
Anzahl Mitarbeiter	78.027
Fahrzeuge	5.080

Europa	
6.887	
ISO-14001-relevante Standorte	
Davon zertifiziert 68 % bzw. 4.708 Standorte	
Globales Hub Leipzig (Deutschland)	
Anzahl Mitarbeiter	326.979
Fahrzeuge	81.190

Weitere Regionen	
451	
ISO-14001-relevante Standorte	
Davon zertifiziert: 13 % bzw. 59 Standorte	
Anzahl Mitarbeiter	18.896
Fahrzeuge	1.825

Asien/Pazifik	
1.263	
ISO-relevante Standorte	
Davon zertifiziert: 26 % bzw. 327 Standorte	
Globales Hub Singapur	
Anzahl Mitarbeiter	73.843
Fahrzeuge	4.245

Mit diesem Schritt haben wir unser selbst gesetztes Ziel erreicht und setzen auch die entsprechenden EU-Standards und nationalen Vorschriften um. Mit der Zertifizierung gemäß ISO 50001 gehen wir deutlich über die gesetzlichen Vorgaben der EU hinaus. Im kommenden Jahr werden wir außerdem unseren Sechs-Stufen-Prozess um den Aspekt Energiemanagement erweitern.

EFFIZIENZMANAGEMENT

Für die Durchführung unserer Transport- und Logistikdienstleistungen nutzen wir unsere eigenen Flotten und Gebäude oder nutzen Kapazitäten unserer Subunternehmer. In der See- und Bahnfracht arbeiten wir mit Reedereien und Eisenbahngesellschaften zusammen. Um die Effizienz unserer eigenen Flotten und unserer Gebäude zu verbessern, setzen wir auf ein umfangreiches Effizienzmanagement. Dazu zählt unter anderem der Einsatz innovativer Effizienztechniken. Mit der konzernweiten Investitionsrichtlinie verpflichten wir uns zudem, Neubeschaffungen stets darauf zu überprüfen, dass sie CO₂-effizienter oder umweltfreundlicher sind als der Bestand. Das führt dazu, dass eine zunehmende Anzahl von Fahrzeugen und Gebäuden bereits als Standardausstattung über fortschrittliche Effizienztechniken verfügen.

Wir folgen bei den Effizienzmaßnahmen den beiden Grundprinzipien „Verbrennung reduzieren“ (Burn Less) und „Saubere Verbrennung“ (Burn Clean). Durch Burn Less senken wir zunächst unsere betrieblichen Energie- und Kraftstoffverbräuche, bevor wir durch Burn Clean zusätzliche Potenziale für Emissionseinsparungen erschließen. Damit tragen wir auch dazu bei, die Entwicklung der lokalen Luftschadstoffe sowie der Lärmemissionen positiv zu beeinflussen.

Klimaschutz: Maßnahmen zur Effizienzverbesserung

Burn Less (Energiebedarfe reduzieren)



Flugzeuge

- Flugzeugflotte erneuern



Fahrzeuge

- Energiebedarfe reduzieren
- Aerodynamik optimieren
- Motoren modifizieren
- Telematiksysteme ausweiten
- Hybridantriebe nutzen



Gebäude

- Intelligente Beleuchtungs- und Steuerungssysteme
- Effiziente Heiz- und Klimatisierungssysteme
- Energieeffiziente Planung von Gebäuden

Burn Clean (Alternative Energieträger nutzen)



Flugzeuge

- Alternative Kraftstoffe einsetzen (derzeit noch nicht möglich, aber Partizipation an Initiativen zur Erforschung, etwa aireg e.V.)



Fahrzeuge

- Alternative Energieträger nutzen
- Alternative Kraftstoffe einsetzen
- Elektrofahrzeuge mit grünem Strom betreiben



Gebäude

- Verstärkte Nutzung von eingekaufter Energie aus erneuerbaren Quellen und Erzeugung von grüner Energie vor Ort
- Nutzung von natürlichen Ressourcen (Tageslicht- und Regenwassernutzung)

Verbrennung reduzieren (Burn Less)

In der Regel gibt es nicht eine einzige Lösung, die für jeden Einsatzbereich geeignet, praktikabel und wirtschaftlich ist, um die Effizienz unserer Transportleistung zu verbessern. Deshalb entwickeln und erproben wir stetig neue Maßnahmen, mit denen wir unseren eigenen Energie- und Kraftstoffverbrauch positiv beeinflussen können. Weitere Effizienzgewinne können durch eine effiziente Routen- und Netzwerkplanung sowie durch die Kombination verschiedener Transportträger erzielt werden.

Saubere Verbrennung (Burn Clean)

Daneben versuchen wir unseren Energiebedarf zunehmend nach dem Burn-Clean-Prinzip zu decken, indem wir Strom aus erneuerbaren Energien in unseren Gebäuden nutzen und in unserer Fahrzeugflotte alternative Kraftstoffe verwenden. Nachhaltige Produktionsbedingungen sind hierbei von besonderer Bedeutung. So verpflichten wir uns beispielsweise bereits seit 2010, keine Biokraftstoffe einzusetzen, die negative Auswirkungen

auf die Lebensmittelproduktion im Herkunftsland haben. Dieser Anspruch ist in der Konzernrichtlinie zur Verwendung von flüssigen Biokraftstoffen festgeschrieben.

Lufttransport

Als einer der weltweit führenden Anbieter für internationale Expressdienstleistungen verfügt Deutsche Post DHL Group über eine Flotte von über 250 dedizierten Flugzeugen, bestehend aus 182 Frachtflugzeugen und diversen kleineren Zubringermaschinen. Mit unseren Flugzeugen bedienen wir rund 500 Flughäfen weltweit, 19 Hauptdrehkreuze sowie die drei globalen Hubs in Leipzig, Cincinnati und Hongkong.

Der Kerosinverbrauch unserer eigenen Flotte stieg 2015 auf rund 1.300 Mio. kg und lag damit leicht über dem des Vorjahres. Die Lufttransporte machten damit rund 69 Prozent unserer direkt verursachten Treibhausgasemissionen (GHG Protocol Scopes 1 und 2) aus. Auch für Emissionen des lokalen Luftschadstoffs Schwefeldioxid (SO₂) ist der Lufttransport der Hauptverursacher. All diese Aspekte zählen zu den Handlungsfeldern, die unsere Stakeholder im Rahmen der Materialitätsanalyse als relevant eingestuft haben. Wir adressieren diese Handlungsfelder im Sinne des Burn-Less-Prinzips, indem wir unsere Flugzeugflotte kontinuierlich modernisieren. Unter anderem wurde im Berichtsjahr in Europa die erste Tranche der Boeing 757-Flugzeuge in Betrieb genommen, die effizienter sind und über größere Kapazitäten und verbesserte Technik verfügen. Sie sind damit nicht nur umweltfreundlicher, sie haben auch einen geringeren Reparaturbedarf und bieten zugleich bessere Arbeitsbedingungen für das Flugpersonal. Schon heute entsprechen 66 Prozent unserer Flotte den höchsten Lärmstandards der International Civil Aviation Organization (ICAO).

Flugzeugflotte Deutsche Post DHL Group 2015



¹ Klassifizierung des „Committee on Aviation Environmental Protection“ (CAEP). Je höher die CAEP-Klasse eines Flugzeugs, desto strengere Auflagen werden erfüllt.

² Enthält 12 Flugzeuge ohne Klassifizierung.

³ Klassifizierung von Lärmstandards der „International Civil Aviation Organization“.

Außerdem unterstützen wir im Sinne des Burn-Clean-Prinzips auch den Einsatz alternativer Kraftstoffe im Lufttransport. Bisher existieren auf dem Markt allerdings keine nachhaltigen alternativen Kraftstoffe, die den hohen Konzernstandards zur Verwendung von flüssigen Biokraftstoffen entsprechen. Um die Entwicklung solcher Kraftstoffe voranzutreiben, engagieren wir uns gemeinsam mit anderen Unternehmen in der Initiative aireg e.V.

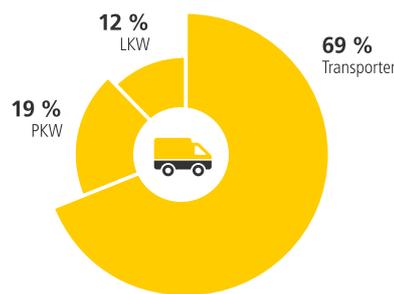
Im Berichtsjahr haben wir damit begonnen, anhand unserer Flugrouten den möglichen Verbrauch der einzelnen Flugzeugtypen auf verschiedenen Flugstrecken zu simulieren. Dadurch wollen wir Transparenz darüber erhalten, wie sich der Einsatz von Biokraftstoffen in unserer Flotte auswirkt. Die Ergebnisse kommen im Forschungsverbundprojekt airegEM zur Anwendung.

Landtransport

Unsere Fahrzeugflotte besteht weltweit aus rund 92.000 Fahrzeugen. Zur Verbesserung der CO₂-Effizienz setzen wir in unserer Fahrzeugflotte auf eine Vielzahl von Maßnahmen, mit denen wir auch den Kraftstoffverbrauch senken. Diese testen wir zunächst auf ihre Wirksamkeit, bevor sie im größeren Umfang zum Einsatz kommen. Dabei kommen insbesondere Lösungen aus den Bereichen Aerodynamik und Öko-Chip-Tuning in großem Umfang zur Anwendung, aber auch Leichtbau sowie Telematik.

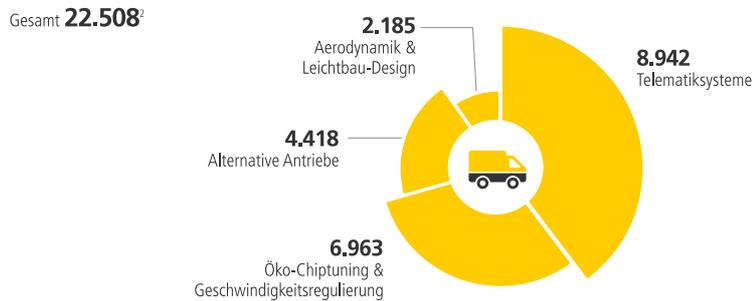
Fahrzeugflotte Deutsche Post DHL Group 2015

Gesamt **91.973**



Neben technischen Modifikationen bei konventionell betriebenen Fahrzeugen setzen wir zunehmend auf den Einsatz von alternativen Antrieben und Kraftstoffen, um unsere Treibhausgasemissionen weiter zu senken. Dies umfasst insbesondere Elektromobilität und Gasantriebe für den Kurzstreckenbereich sowie nachhaltig hergestellte Biokraftstoffe höherer Generationen für unsere Langstreckentransporte. Insgesamt wurden auf diese Weise von unseren rund 92.000 Fahrzeugen weltweit bereits rund 13.500 Fahrzeuge mit 21.000 technischen Modifikationen verbessert, wobei an einem einzelnen Fahrzeug durchaus mehrere Maßnahmen vorgenommen worden sein können.

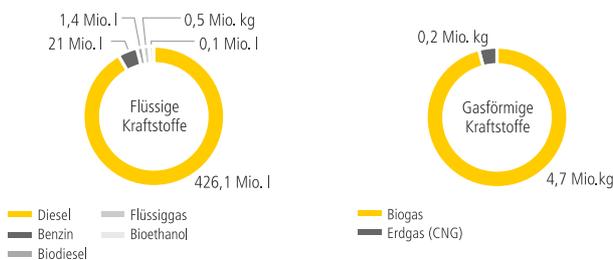
Effizienzmaßnahmen in Fahrzeugflotte¹



¹ Ein Fahrzeug kann durch mehrere Maßnahmen optimiert worden sein.

² Enthält 1.569 Maßnahmen, die an Fahrzeugen durch Subunternehmern durchgeführt wurden.

Kraftstoffverbrauch für Landtransporte¹ ✓ PwC



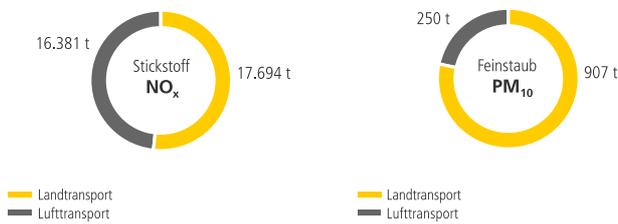
¹ Es wurden nur die Verbräuche der eigenen Fahrzeuge erfasst.

Eine detaillierte Aufstellung der Einzelmaßnahmen und die Mehrjahresübersicht der Daten stellen wir im [Anhang](#) dar.

Lokale Luftschadstoffe und Lärmbelastung

Der Transport auf der Straße trägt nicht nur zur Entstehung von Treibhausgasemissionen bei, er setzt zudem lokal begrenzte Luftschadstoffe frei. Dazu gehören vor allem Stickoxide (NO_x), Schwefeldioxid (SO₂) und Feinstaub (PM₁₀). Neben der Reduktion von Treibhausgasen gewinnt die Verringerung dieser lokalen Luftschadstoffe für unsere Transporte auf der Straße immer größere Bedeutung – auch wegen der Umweltzonen in den Innenstädten, die nur mit schadstoffarmen Fahrzeugen befahren werden dürfen.

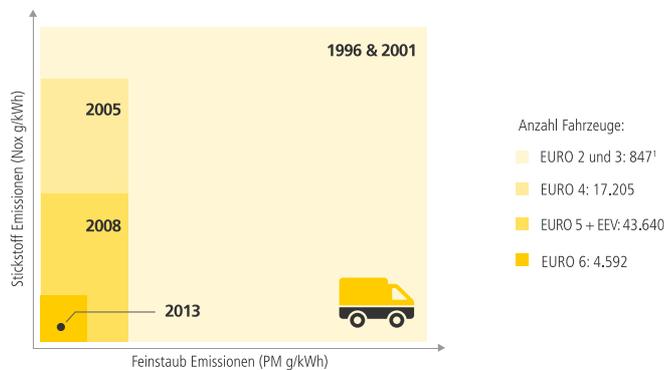
Lokale Luftschadstoffe Straßentransport Deutsche Post DHL Group^{1,2} ✓ PwC



¹ Die Berechnung der Luftschadstoffe für den Straßentransport erfolgt nach Kraftstoffverbrauch, für den Lufttransport nach Streckenprofil. Es wurden Emissionsfaktoren aus dem EMEP/EEA Air Pollutant Emission Inventory Guidebook (2013) sowie der US-Umweltschutzbehörde verwendet.
² Es wurden nur die Emissionen der eigenen Fahrzeuge erfasst.

Durch eine kontinuierliche Erneuerung unserer weltweiten Flotte auf Basis der jeweils neuesten Emissionsstandards stellen wir eine stetige Optimierung unserer lokalen Emissionen im Straßentransport sicher. Bereits heute entsprechen mehr als 43.000 unserer Fahrzeuge in Europa den Euro-Norm-Klassen 5 oder 6. Zusätzlich wirken sich viele unserer Effizienzmaßnahmen zur Reduktion von Treibhausgasen auch auf den Ausstoß lokaler Luftschadstoffe aus, etwa der Einsatz von Elektromobilität, Gasantrieben oder die Verbesserung der Kraftstoffeffizienz.

Entwicklung der Abgasnormen und Fahrzeuge je Schadstoffklasse



¹ Enthält 18 Fahrzeuge Euro 2.

Neben lokalen Luftschadstoffen gehört auch die Verringerung der Lärmbelastung zu den Handlungsfeldern, die unsere Stakeholder im Rahmen der Materialitätsanalyse als relevant eingestuft haben. In enger Zusammenarbeit mit unseren Stakeholdern prüfen wir deshalb kontinuierlich Maßnahmen, um die Lärmbelastung durch unsere geschäftlichen Aktivitäten zu reduzieren, und setzen diese um. Durch unsere kontinuierlichen Investitionen in Elektromobilität sowie die Zustellung mit dem Fahrrad reduzieren wir außerdem die Lärmbelastung in den Innenstädten.

Bedeutende Projekte

Im Berichtsjahr haben wir eine Vielzahl von Maßnahmen in unserer Fahrzeugflotte umgesetzt. Dabei haben wir einerseits erfolgreiche Projekte fortgeführt und ausgebaut und andererseits neue Technologien für den zukünftigen Einsatz erprobt und bewertet.

Der Schwerpunkt lag dabei auf dem Einsatz emissionsarmer Antriebe für die Brief- und Paketzustellung im innerstädtischen Bereich. Im Berichtsjahr hat unsere Tochtergesellschaft StreetScooter GmbH die Kleinserienproduktion des von uns selbst entwickelten Elektrofahrzeugs StreetScooter eingeleitet und bereits 500 Fahrzeuge produziert. Darüber hinaus konnten erste Fahrzeuge in europäischen Nachbarländern eingeführt werden. Damit haben wir unser selbst gesetztes Ziel für das Berichtsjahr deutlich erfüllt.

2015 haben wir weitere Einsatzbereiche für Fahrzeuge mit alternativen (emissionsfreien oder emissionsarmen) Antrieben erfolgreich getestet.

- In Großbritannien haben wir unseren seriellen Hybrid-Lkw überarbeitet und dessen Speicherkapazität für Energie erweitert. Der Verbrennungsmotor dient nun nicht mehr dauerhaft, sondern lediglich zeitweise als Generator zur Energieerzeugung, der den Akku des Elektromotors während der Fahrt auflädt. Der Lkw kann so Teilstrecken emissionsfrei zurücklegen.
- In Frankreich beteiligen wir uns an Pilotvorhaben für den Einsatz von Brennstoffzellen in der Zustellung, mit dem sich eine höhere Reichweite der Fahrzeuge in der Zustellung erzielen lässt.
- In China erproben wir in einer Kooperation mit einem Hersteller für Elektrofahrzeuge verschiedener Größen, vom Pkw über den Transporter bis hin zum Lkw.
- Auf Barbados haben wir erfolgreich die Einsatzmöglichkeiten von Elektrofahrzeugen insbesondere für kleine Inselstaaten getestet.

Auch bei den Maßnahmen im Sinne des Burn-Less-Prinzips wurden im Berichtsjahr Fortschritte erzielt. Unsere Schwerpunkte lagen hier insbesondere auf der Erneuerung der Fahrzeugflotte durch effizientere Modelle und die Ausstattung der Fahrzeuge mit verbrauchsverringernenden Reifen sowie auf der weiteren Verbreitung von Telematik-Systemen für kraftstoffeffizientes Fahren. Darüber hinaus erprobten wir neue Technologien wie beispielsweise hydraulische Hybride für innerstädtische Filialbelieferungen.

Netzwerke

Weitere Effizienzgewinne können durch eine effiziente Routen- und Netzwerkplanung sowie durch einen Umstieg auf andere Transportträger, etwa von der Straße auf die Schiene, erzielt werden.

- **Routenplanung**
Im Straßentransport haben wir 2015 zusätzlich zu den bereits vorhandenen 22.000 Anhängern und Wechselbrücken weitere 2.750 Anhänger mit GPS-Systemen ausgestattet.

Dank GPS können unsere Disponenten in Echtzeit abfragen, welche Lkw gerade auf welcher Strecke unterwegs sind und, sofern noch Ladekapazitäten vorhanden sind, diese nutzen. Dadurch können wir effizienter unsere Routen planen und unsere Ladekapazitäten besser ausnutzen.

- **Netzwerkoptimierung**

Im Frachttransport haben wir mit dem Rail-China-Projekt unser intermodales Netzwerk zwischen China und Europa ausgebaut. Der Transport auf der Schiene reduziert die CO₂-Emissionen gegenüber einem vergleichbaren Lufttransport um 96 Prozent. Für die 2015 transportierte Frachtmenge entspräche dies beispielsweise einer Einsparung von 151.401 Tonnen CO₂.

Zusätzlich wurde mit der „maritimen Seidenstraße“ ein neues multimodales Transportangebot für Seefracht und Straßentransporte zwischen Europa, Asien, Nordafrika und dem Nahen Osten eingeführt, das die Nutzung von Seefracht für unsere Kunden noch attraktiver macht.

Ein weiteres Element ist die zunehmende Zustellung von Expresssendungen in Städten mit Fahrrädern. Diese haben wir im Berichtsjahr auf über 50 Städte in elf Ländern Europas ausgeweitet. In diesem Zusammenhang haben wir außerdem den Einsatz eines Transportfahrrads für die Zustellung größerer Sendungen erprobt und planen, ihn 2016 weiter auszubauen.

Gebäude

Der Konzern unterhält weltweit rund 12.000 Standorte, darunter Büroflächen, Brief- und Paketzentren und Logistikkäfer, von denen sich nur etwa fünf Prozent in unserem Eigentum befinden. Wir prüfen und bewerten jeden Standort individuell und entwickeln schließlich die passenden Effizienzkonzepte zur Verbesserung des Energiemanagements: Moderne Beleuchtungstechnik und Heiz- und Kühlsysteme mit intelligenter Steuerung (Burn Less) sowie Nutzung von Strom aus erneuerbaren Quellen wie Wind, Wasserkraft, Sonne und Biomasse (Burn Clean). Dabei werden alle Maßnahmen so konzipiert, dass sie während des Nutzungszeitraums wirtschaftlich sinnvoll sind –abhängig davon, ob das Gebäude gemietet ist oder sich in unserem Eigentum befindet.

62 %

Strom aus erneuerbaren Quellen

2,4 %

Energieverbrauch gesenkt

An unseren Standorten stammen bereits 62 Prozent des genutzten Stroms aus erneuerbaren Quellen. In Belgien, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Irland, Italien, Luxemburg, den Niederlanden, Norwegen, Schweden, Spanien und den USA verzichten wir beinahe vollständig auf Strom aus konventionellen Quellen und beziehen über 90 Prozent unseres Energiebedarfs aus erneuerbaren Quellen.

Durch den Einsatz erneuerbarer Energiequellen haben wir im Berichtsjahr Treibhausgasemissionen in Höhe von 0,45 Mio. Tonnen eingespart. Gleichzeitig ist unser gesamter Energieverbrauch für Gebäude und Anlagen im Vergleich zum Vorjahr um 2,4 Prozent gesunken.

Wir arbeiten kontinuierlich daran, auch in weiteren Ländern den Anteil von Energie aus erneuerbaren Quellen zu steigern oder, wo diese noch nicht verfügbar ist, die Nutzung von Energie aus erneuerbaren Quellen zu etablieren. Dafür wurden wir im Berichtsjahr erneut ausgezeichnet.

Neben der Verbesserung unserer Treibhausgas- und Energieeffizienz sind wir auch darauf bedacht, die Lärmbelastung für Anwohner zu reduzieren. An den Standorten, die sich in oder in der Nähe von Wohngebieten befinden, arbeitet unser Management vor Ort eng mit den Anwohnern und anderen Stakeholdern zusammen. Dadurch wollen wir sicherstellen, dass die durch unsere Geschäftstätigkeit verursachte Lärmbelastung auf ein akzeptables Minimum reduziert wird.

Bedeutende Projekte

Im Sinne des Burn-Less-Prinzips setzen wir bei unserem Gebäudemanagement vor allem auf intelligente Technologien wie LED-Beleuchtung, Smart Meter und energieeffiziente Heiz- und Kühlsysteme. Darüber hinaus nutzen wir gemäß dem Burn-Clean-Prinzip Strom aus erneuerbaren Quellen wie Wind, Wasserkraft, Sonne und Biomasse. Im Berichtsjahr haben wir in beiden Bereichen zahlreiche Maßnahmen durchgeführt:

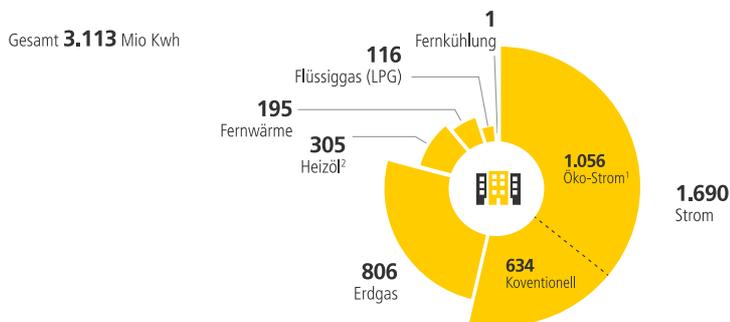
- **Verbrauchs- und Messtechnik:**
2015 haben wir unser Ziel, die Smart-Meter-Technik in Deutschland auszurollen, umgesetzt: Sie wurde an acht Standorten in Deutschland für die Messung des Strom-, Gas- und Wasserverbrauch eingesetzt. Die flächendeckende Einführung wird ab 2016 erfolgen und soll bis Ende 2017 abgeschlossen werden.
- **Beleuchtungskonzepte:**
Die bisher von uns eingesetzten T5-Leuchtstofflampen mit Tageslicht und Bewegungsmeldern wurde um effizientere und wirtschaftlichere LED-Technik erweitert. 2015 haben wir an 25 Standorten in den Regionen Europa und Asien/Pazifik LED-Beleuchtung installiert. Wir planen, diese Technik weiter auszurollen. Bis 2019 wollen wir die Beleuchtung in allen Briefzentren in Deutschland umstellen.
- **Energieeffiziente Heizsysteme:**
2015 wurden zehn Standorte in Deutschland mit Blockheizkraftwerken (BHKW) ausgestattet. Dort werden nun 25 Prozent des benötigten Stroms durch das BHKW generiert, zudem wird durch die Abwärme 50 Prozent des an dem Standort benötigten Wassers aufgeheizt. Bis 2019 wollen wir alle Heizsysteme in den Paketzentren in Deutschland entsprechend umrüsten.

Neubauprojekte bieten uns eine gute Möglichkeit, energieeffiziente Technologien zu implementieren. Dazu gehören eine verbesserte Büroverglasung und Sonnenschutz,

Tageslichtnutzung, Hochgeschwindigkeitstüren und Torabdichtungen, Regenwassernutzung sowie Photovoltaik- und Solarthermieanlagen.

2015 haben wir in Großbritannien beispielsweise die Bauarbeiten eines Neubaus in Rugby mit einer Fläche von rund 22.000 Quadratmetern abgeschlossen. Zu den dort implementierten Effizienzmaßnahmen zählen ein energiesparendes Beleuchtungssystem mit Tageslicht- und Nutzungssteuerung und eine Anlage zum Auffangen und Aufbereiten von Regenwasser. Das Gebäude wurde mit der Wertung „very good“ des britischen Nachhaltigkeitszertifikats BREEAM ausgezeichnet. Darüber hinaus haben wir weitere Technologien auf ihre Anwendbarkeit in unseren Betrieben bewertet, getestet und Pilotprojekte vorbereitet: Darunter die Vor-Ort-Speicherung von Strom in Batterien sowie eine reflektierende Dünnmembran für Dächer, um die Kühlungsleistung emissionsfrei zu verbessern und zugleich den Energieverbrauch der Kälteanlage zu reduzieren.

Energienutzung Deutsche Post DHL Group 2015 ✓ PwC



¹ Inklusive Elektrofahrzeuge.

² Enthält Mengen von Benzin und Diesel für Notstromversorgung.

Die Mehrjahresübersicht der Daten stellen wir im [Anhang](#) dar.

EMISSIONEN ✓ PwC

Die zentrale Grundlage unserer Berichte über Emissionen und Effizienzverbesserungen sind anerkannte und erprobte Berechnungsmethoden. Bei der Berechnung unserer eigenen Treibhausgasemissionen wenden wir die Richtlinien des Greenhouse Gas Protocol Standards, der DIN EN 16258 sowie die Anforderungen für den europäischen Lufttransport (EU-ETS) an.

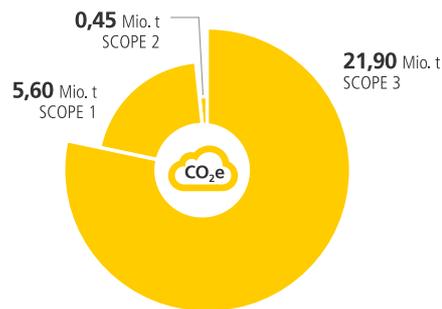
Unser Umwelt-Reporting-System beschränkt sich nicht auf die Treibhausgasemissionen, sondern wir erfassen darin auch die lokalen Luftschadstoffe. Ein Großteil der Maßnahmen, mit denen wir unsere CO₂-Effizienz verbessern, trägt auch dazu bei, die lokalen Schadstoffemissionen zu verringern. Für unsere strategischen Ansätze und die Transparenz unserer Treibhausgasemissionen wurden wir erneut ausgezeichnet.

Entwicklung der Treibhausgasemissionen

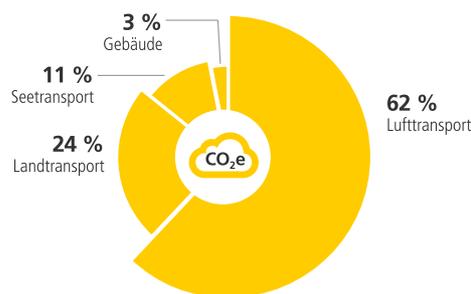
Die Treibhausgasemissionen betragen 2015 insgesamt 27,95 Mio. Tonnen CO₂e und konnten leicht gegenüber dem Vorjahr reduziert werden. Die Mehrjahresübersicht und eine detaillierte Darstellung der Daten finden Sie im [Anhang](#).

CO₂e-Emissionen Konzern (Scopes 1, 2 und 3) ✓ PwC

Gesamt **27,95** Mio. t



CO₂e-Emissionen¹ nach Verursachern ✓ PwC



¹ Scopes 1 bis 3

Der größte Anteil der Emissionen stammt aus den Transportaktivitäten unserer Subunternehmer (Scope 3), der im Berichtsjahr 21,9 Mio. Tonnen CO₂e betrug. Darin enthalten sind 0,05 Mio. Tonnen CO₂e aus Dienstreisen. Die rückläufige Entwicklung der Scope-3-Emissionen liegt vor allem in dem zurückgegangenen Luftfrachtgeschäft.

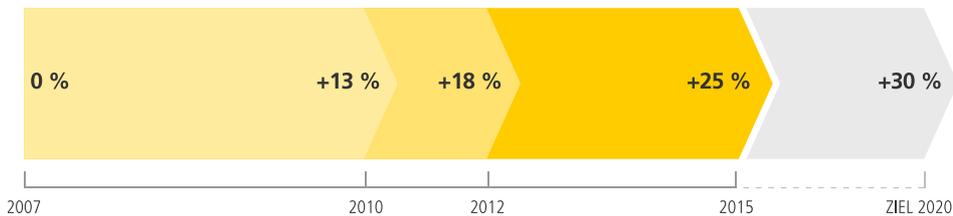
Um als Konzern bei unseren finanziellen und treibhausgasbezogenen Zahlen konsistent zu bleiben, verwenden wir den Kontrollansatz, wie er in Textziffer 2 im Anhang zum Konzernabschluss dargestellt wird.

CO₂-Effizienzziel erreicht

Die CO₂-Effizienz unserer operativen Tätigkeit hat sich im Berichtsjahr auf 25 Prozent im Vergleich zum Basisjahr 2007 verbessert. Damit haben wir den Vorjahreswert um einen Prozentpunkt verbessert und unser Jahresziel erreicht. Vor allem die fortgeführte

Modernisierung unserer Flugzeugflotte und die bessere Auslastung unserer eigenen Netzwerke haben zu dieser Entwicklung beigetragen.

Entwicklung CO₂-Effizienzindex ✓ PwC



Spürbare Effizienzverbesserungen werden zukünftig immer schwieriger erzielbar sein, da unsere Flotten und Gebäude bereits auf einem hohen technischen Stand sind und die Netzwerke sehr effizient betrieben werden. Trotzdem erwarten wir für 2016 eine weitere Effizienzsteigerung von mindestens einem Indexpunkt gegenüber dem Vorjahr.

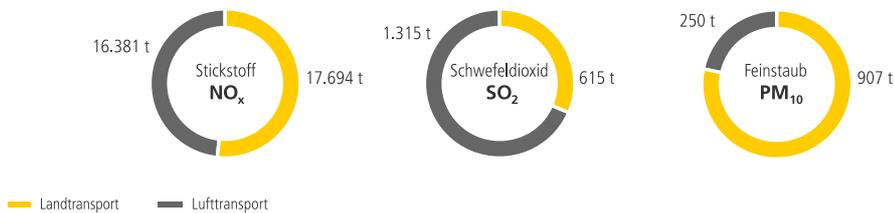
Lokale Luftschadstoffe ✓ PwC

Die Verbrennung von fossilen Kraftstoffen erzeugt nicht nur Treibhausgasemissionen, sondern auch andere lokale Luftschadstoffe wie Stickstoffoxide (NO_x), Schwefeldioxid (SO₂) und Feinstaub (PM₁₀). Sie entstehen insbesondere im Rahmen unserer Lufttransportaktivitäten, aber auch durch Straßentransporte. Wir reduzieren diese Emissionen, indem wir unsere Flugzeuge modernisieren, unsere Fahrzeugflotte erneuern und die Heizungssysteme in unseren Gebäuden modernisieren. In den Innenstädten reduzieren wir die Emissionen von lokalen Luftschadstoffen und die Lärmbelastung durch den wachsenden Anteil der Elektromobilität in unserer Fahrzeugflotte und die Fahrradzustellung.

Die Berechnung der Emissionen unserer eigenen Flotte erfolgt auf Grundlage anerkannter Methoden, basierend auf nationalen oder internationalen Flottendurchschnitten.

In Summe sind die Emissionen aller Luftschadstoffe im Vergleich zum Vorjahr nur geringfügig gestiegen. Vor allem die Emissionen von Luftschadstoffen haben durch die stärkere Nutzung unserer Flugzeuge zugenommen. Trotzdem stiegen die hierdurch verursachten Emissionen nicht im gleichen Maße wie die transportierten Sendungsmengen, da wir modernere und emissionsärmere Flugzeuge einsetzen. Wie bereits im Vorjahr gingen auch 2015 die Emissionen im Straßentransport leicht zurück. Diese Entwicklung spiegelt sich auch im Rückgang der Treibhausgasemissionen im Straßenverkehr wider.

Emissionen lokaler Luftschadstoffe 2015^{1,2} ✓ PwC



¹ Es wurden nur die Emissionen der eigenen Flugzeuge und Fahrzeuge erfasst.

² Die Berechnung der Luftschadstoffe für den Straßentransport erfolgt nach Kraftstoffverbrauch, für den Lufttransport nach Streckenprofil. Es wurden Emissionsfaktoren aus dem EMEP/EEA Air Pollutant Emission Inventory Guidebook (2013) sowie der US-Umweltschutzbehörde verwendet.

Die Mehrjahresübersicht und eine detaillierte Darstellung der Daten stellen wir im [Anhang](#) dar.

NATÜRLICHE RESSOURCEN

Wir überprüfen und reduzieren unseren Einsatz natürlicher Ressourcen wie Holz oder Wasser und engagieren uns für den Erhalt der Biodiversität. Diese weiteren Faktoren haben jedoch für uns im täglichen Geschäft keine hohe Relevanz, da wir keinen signifikanten Ressourcenverbrauch verzeichnen, keine erheblichen Mengen Abfall produzieren und auch unsere Auswirkungen auf die Biodiversität gering sind. Dennoch berichten wir zu diesen Themen, da sie von unseren Stakeholdern für relevant erachtet werden.

Holz und Wasser

Mit unserer [Konzernpapierrichtlinie](#) verpflichten wir uns, ausschließlich recycelte Papierprodukte zu beschaffen und zu verwenden. Ausnahmen sind nur zulässig, wenn Recyclingpapier technische Anforderungen nicht erfüllt oder nicht im lokalen Markt zu beschaffen ist.

Daneben arbeiten wir daran, unseren Papierverbrauch zu reduzieren. Auf diesem Weg tragen wir auch dazu bei, die Nachfrage nach Holz zu mindern. In der Folge sinkt der Wasser- und Energieverbrauch bei der Papierproduktion, und die Abholzung von tropischen Regenwäldern, Urwäldern und geschützten oder schützenswerten Altwäldern wird verhindert. Wir wollen außerdem unsere Verpackungsmengen reduzieren und arbeiten dafür eng mit Fachleuten und unseren Kunden zusammen. Zum Beispiel haben wir gemeinsam mit einem Kunden und einem Hersteller von Fertigungsmaschinen für Verpackungen eine neue Maschine entwickelt, die für jede einzelne Sendung eine maßgeschneiderte Verpackung produziert. Dadurch werden Verpackungsmaterial und Transportkosten eingespart.

Mit unseren geschäftlichen Aktivitäten ist kein signifikanter Wasserverbrauch verbunden. Wir nutzen Wasser an unseren Standorten in erster Linie als Trinkwasser oder in unseren

sanitären Anlagen. Weil wir unser Wasser vorwiegend über die kommunale Wasserversorgung beziehen und über die öffentliche Kanalisation entsorgen, gehören Verbrauch und Entsorgung von Wasser nicht zu den wesentlichen Umweltfaktoren für den Konzern. Daher erfassen und berichten wir keine konzernweiten Daten. Zur Information veröffentlichen wir im [Anhang](#) zu diesem Bericht den Wasserverbrauch an unseren Standorten in Deutschland, wie wir sie auch dem Carbon Disclosure Project (CDP) zur Verfügung gestellt haben.

Im Rahmen unseres Umweltmanagements setzen wir Maßnahmen um, die den Wasserverbrauch reduzieren. So installieren wir wenn möglich bei Neubaumaßnahmen Wasserrückgewinnungsanlagen und effiziente Sanitäranlagen.

Abfall und Recycling

Als Logistikkonzern setzen wir Packmittel wie Paletten und Verpackungsmaterialien wie Folien und Kartons ein. Außerdem entsteht in unseren Büros Papiermüll, der häufig vermieden oder reduziert werden kann. Dabei hilft uns die immer weitere voranschreitende digitale Technik. Außerdem bemühen wir uns, verbrauchte Materialien nach Möglichkeit zu recyceln und tragen damit ebenfalls zur Kreislaufwirtschaft bei.

Flugzeuge, Fahrzeuge und unsere IT-Ausstattung müssen gewartet und eines Tages auch entsorgt werden. Da wir unsere Fahrzeuge und Flugzeuge überwiegend leasen, liegt deren Wartung und gegebenenfalls Entsorgung in der Regel in der Verantwortung der Hersteller oder anderer externer Anbieter. Auch die Wartung und Entsorgung unserer IT-Ausstattung erfolgt unter ähnlichen Bedingungen. Unsere Wartungs- und Entsorgungsverträge machen unseren Partnern unmissverständliche Vorgaben, damit sie umweltfreundliche Prozesse einhalten.

Mit unserem [Produkt DHL Enviroolutions](#) bieten wir unseren Kunden integrierte Recyclinglösungen für ihre Logistikabläufe an. Dieser Ansatz gibt ihnen gleich zwei Vorteile an die Hand: Sie reduzieren auf diesem Weg sowohl Kosten als auch den negativen Einfluss ihrer Geschäftstätigkeit auf die Umwelt.

Abfall ist für uns kein priorisiertes Thema und wird daher nicht zentral gesteuert. Die Erfassung und Überprüfung erfolgt im Rahmen der Energiemanagementsysteme vor Ort, wo auch die Einsparung gesteuert werden kann.

Biodiversität

Die Standorte unseres Konzerns liegen zumeist im städtischen Bereich oder in ausgewiesenen Gewerbegebieten. Deshalb ist es eher unwahrscheinlich, dass unser Geschäftsbetrieb einen negativen Einfluss auf Naturschutzgebiete nimmt oder geschützte Tiere und Pflanzen gefährdet. Durch unsere Treibhausgasemissionen und Luftschadstoffe, den Einsatz natürlicher Ressourcen oder durch Faktoren, die mit unserer Geschäftstätigkeit in Verbindung stehen, wie die unbeabsichtigte Verbreitung exotischer Pflanzenschädlinge, wirkt sich unsere Arbeit auch auf die Ökosysteme und die Biodiversität aus. Deshalb achten

wir bei den Maßnahmen im Rahmen unseres Umweltmanagements darauf, inwiefern sie auf die Biodiversität Einfluss nehmen.

Ein Beispiel ist unsere Konzernrichtlinie zur Verwendung von flüssigen Biokraftstoffen. In ihr spielen auch Aspekte der Biodiversität in den Herkunftsländern der Kraftstoffe eine Rolle. Ein weiteres Beispiel ist der Transport von geschützten Tier- und Pflanzenarten, der in unseren Allgemeinen Geschäftsbedingungen ausdrücklich ausgeschlossen wird. Um sicherzustellen, dass diese nicht umgangen werden, unterstützen wir die Bemühungen zur Unterbindung von Tierschmuggel. Dafür nehmen unsere Mitarbeiter unter anderem an entsprechenden Workshops und Schulungen teil.

UMWELTFREUNDLICHE PRODUKTE

Unter dem Namen „GoGreen Services“ bieten wir umweltfreundliche Produkte an und entwickeln zusätzliche umweltfreundliche Logistiklösungen. Als Logistikdienstleister können wir durch die Entwicklung entsprechender Lösungen einen Mehrwert für Umwelt und Gesellschaft, aber auch für unser Unternehmen und vor allem für unsere Kunden schaffen. Dabei unterscheiden wir zwischen standardisierten Lösungen und individuellen Beratungsangeboten. Standardisierte Produkte bieten wir unseren Kunden für die Erfassung oder zum Ausgleich ihrer Emissionen:

- **CO₂-Reports:** Wir helfen unseren Kunden, die Umweltauswirkungen ihrer Transport- und Logistikaktivitäten zu verstehen. Es werden die gleichen Berechnungsgrundlagen für die Treibhausgasemissionen angewendet wie bei unseren eigenen Emissionserfassungen. Die Berechnungsmethoden werden einer externen, unabhängigen Prüfung unterzogen.
- **Klimaneutrale Produkte:** Unsere Kunden können ihre transport- und logistikbezogenen Treibhausgasemissionen mit unseren klimaneutralen Produkten ausgleichen. Es werden die gleichen Berechnungsgrundlagen für die Treibhausgasemissionen angewendet wie bei unseren eigenen Emissionserfassungen. Die Berechnung und der Emissionsausgleich werden einer externen, unabhängigen Prüfung unterzogen.

In unserem Produktbereich „Grüne Optimierung“ bieten wir hingegen individuelle Logistiklösungen an, mit denen wir unsere Kunden dabei unterstützen, ihre Treibhausgasemissionen zu senken und weitere negative Auswirkungen auf die Umwelt zu reduzieren.

Umweltfreundliche Produkte Deutsche Post DHL Group

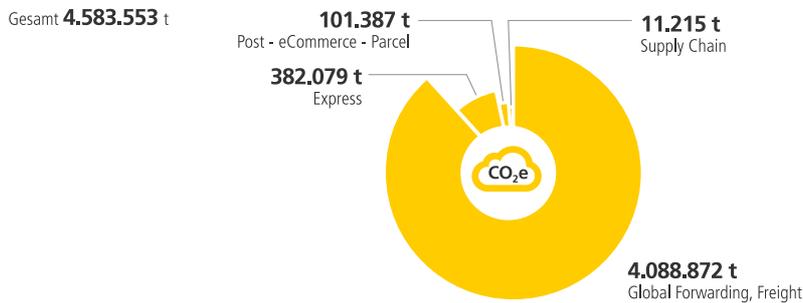


Standardisierte Produkte: CO₂-Reports

In CO₂-Reports weisen wir unseren Kunden die entstandenen CO₂-Emissionen für unsere Transporte und Logistikdienstleistungen aus. Dabei wenden wir die entsprechenden Berechnungsmethoden des GHG-Produktstandards an und unterziehen die Berechnungsmethoden jährlich einer externen, unabhängigen Prüfung. Über das Standardberichtsformat hinaus bieten wir Kunden ein interaktives Modul an: Mit dem Carbon Dashboard werden auch Effizienzsimulationen möglich.

2015 wurden insgesamt 4,6 Mio. Tonnen Treibhausgasemissionen in CO₂-Reports erfasst. Vor allem Kunden in den Unternehmensbereichen Express und Global Forwarding, Freight fragen das Produkt stärker nach. Transparenz durch CO₂-Reports ist von wachsender Bedeutung für unsere Kunden: Hier wurden im Berichtsjahr bereits mehr als 20 Prozent des gesamten CO₂e-Fußabdrucks des Bereichs in Form von Kundenreports berichtet. Die Mehrjahresübersicht der Daten stelle wir im Anhang dar.

CO₂-Report: Erfasste CO₂e-Emissionen für Kundentransporte^{1,2}



¹ Die unabhängige Prüfung der Berechnungsmethode erfolgte durch Société Générale de Surveillance.

² Gemäß „GHG Protocol Product Lifecycle Accounting and Reporting“-Standard.

- Fortschritte 2015: Im Berichtsjahr wurde die externe Prüfung unserer Berechnungsmethoden auf weitere Services ausgedehnt, darunter die Berechnungsmethode für CO₂-Reports im Unternehmensbereich Supply Chain. Auch die automatisierte Berechnung im Unternehmensbereich Global Forwarding, Freight, die zum Beispiel in Track & Trace zur Anwendung kommt, wird nun der externen, unabhängigen Prüfung unterzogen.

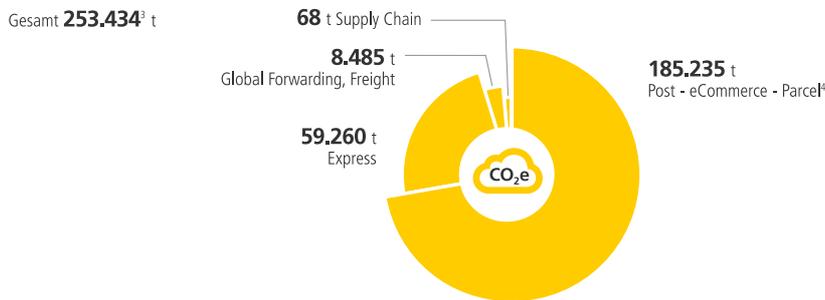
Standardisierte Produkte: Klimaneutrale Produkte

Mit unseren klimaneutralen GoGreen-Produkten ermöglichen wir unseren Kunden, ihre transport- und logistikbezogenen Treibhausgasemissionen auszugleichen. Auch hier wenden wir die entsprechenden Berechnungsmethoden des GHG Produktstandards an und unterziehen sie mit dem Ausgleich der Emissionen jährlich einer externen, unabhängigen Prüfung. 2015 fand diese Prüfung bereits zum zehnten Mal in Folge statt.

Diese Emissionen gleichen wir durch externe Klimaschutzprojekte in den Bereichen Energieeffizienz, erneuerbare Energien und (Wieder-)Aufforstung aus, die grundsätzlich mit dem Gold Standard zertifiziert sind. Dazu zählt auch unser eigenes Klimaschutzprojekt in Lesotho, in dem durch die Nutzung effizienter Kocher bis zu 80 Prozent weniger Brennholz verbraucht wird. Im Berichtsjahr konnten wir die Zusammenarbeit mit Fairtrade International beginnen: 2016 soll das Projekt in Lesotho zusätzlich zum Gold Standard mit dem neuen Fairtrade-Klimastandard zertifiziert werden. Damit sind wir eines der ersten Unternehmen, das diese Zertifizierung für seine Carbon Credits erhalten soll.

Im Berichtsjahr wurden mehr als 2 Mrd. klimaneutrale Sendungen befördert, dabei erreichte der Bereich Post - eCommerce - Parcel weltweit einen Anteil an den Gesamtsendungen von zehn Prozent und der Express-Bereich einen Anteil von drei Prozent weltweit. Sendungswachstum konnten wir vor allem in den Express- und Paketprodukten verzeichnen, während die GoGreen-Briefsendungen leicht rückläufig waren. Der erzielte Emissionsausgleich lag bei rund 253.000 Tonnen CO₂e. Die Mehrjahresübersicht der Daten finden Sie im Anhang zu diesem Bericht.

Klimaneutrale Produkte: Ausgleich von Kundenemissionen^{1,2}

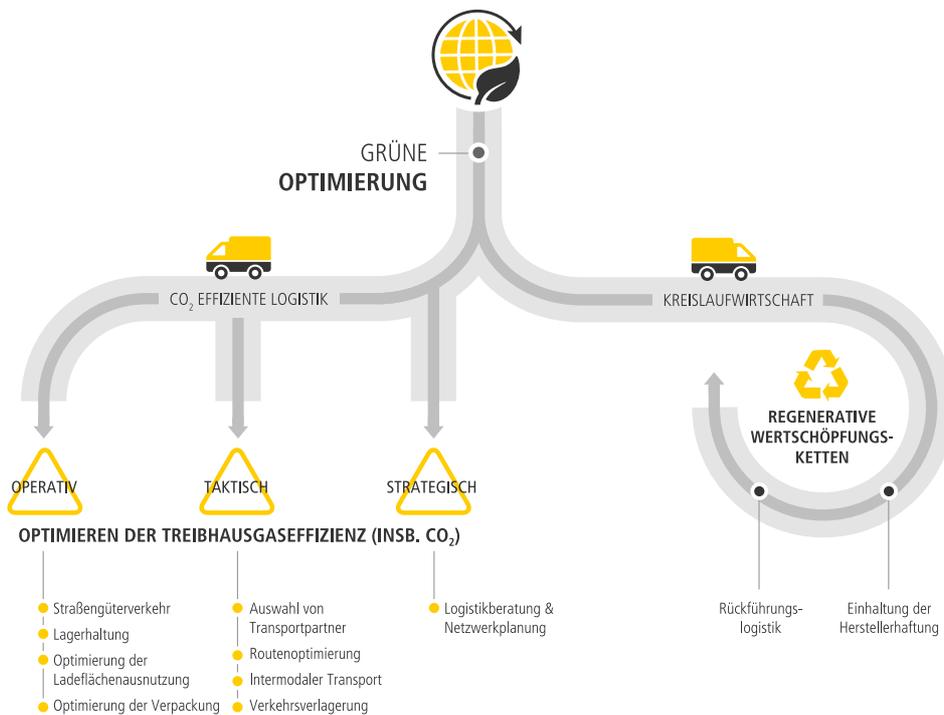


¹ Gemäß „GHG Protocol Product Lifecycle Accounting and Reporting“-Standard
² Daten geprüft durch SGS (Abschluss im März 2016)
³ Enthält 386 Tonnen CO₂e aus dem Segment Corporate Center/Anderes
⁴ Neben Sendungsemissionen sind auch Emissionen aus der Personenbeförderung mit dem Postbus enthalten.

Individuelle Lösungen: Grüne Optimierung

Unser innovativstes grünes Produkt ist die Grüne Optimierung. Unter diesem Namen bieten wir unseren Kunden individuelle Logistiklösungen an, für die wir jeden Bestandteil ihrer Lieferkette überprüfen. Dabei ermitteln wir Optimierungsmöglichkeiten, durch die sie ihre Treibhausgasemissionen senken oder die Umweltauswirkungen sämtlicher Prozesse im Sinne einer Kreislaufwirtschaft optimieren können.

Umweltfreundliche Produkte: Grüne Optimierung



Reduktion von Treibhausgasemissionen

Wir untersuchen die gesamte Lieferkette des Kunden auf Möglichkeiten zur Umwelt- und Effizienzverbesserung – vom Straßentransport über Lagerlogistik und Design des Logistiknetzwerks bis hin zum Subunternehmer-Management. Daraus leiten wir für den Kunden maßgeschneiderte Konzepte ab, um seine Logistik effizienter und umweltfreundlicher durchzuführen. Neben den Effizienzverbesserungen werden auch mögliche Kosteneinsparungen betrachtet.

- **Projektbeispiel:** 2015 haben wir mit der Initiative „GoGreen Regional“ einen neuen Ansatz entwickelt, bei dem wir erstmals die direkte Re-Investition von Einnahmen in lokale Projekte erproben. Dazu arbeiten wir mit ausgewählten Geschäftskunden in Duisburg und Essen zusammen. Die Einnahmen daraus fließen direkt in die umweltfreundliche Zustellung in der Region: Je mehr Sendungen diese Kunden mit diesem Service verschicken, umso mehr investieren wir in die Zustellung per Elektrofahrzeug in der Region. Nach der erfolgreichen Einführung ist für 2016 ein Roll-out auf Metropolregionen in Deutschland geplant.

Förderung der Kreislaufwirtschaft

Mit diesem Angebot gehen wir über die Reduzierung von Treibhausgasemissionen hinaus und arbeiten nach dem Prinzip der Kreislaufwirtschaft – mit dem Ziel, den Einsatz natürlicher Ressourcen bei unseren Kunden zu optimieren und Abfall zu vermeiden. Hierunter fallen etwa unsere Leistungen für Rückführungs- und Entsorgungslogistik und für eine erweiterte Herstellerhaftung. Entsprechende Lösungen bieten wir zum Beispiel mit dem Produkt DHL EnviroSolutions an.

Für unser Engagement für die Kreislaufwirtschaft wurden wir in die Initiative „Circular Economy 100“ der Ellen MacArthur Foundation aufgenommen. Die Kreislaufwirtschaft wird auch als einer der zentralen Zukunftsbereiche in dem 2015 erschienenen DHL Trend Report „Faire und verantwortungsbewusste Logistik“ benannt.



INTERVIEW

JÜRGEN GERDES

Mitglied des Vorstands Post - eCommerce - Parcel

»Klar ist, dass Logistik immer Auswirkungen auf die Umwelt mit sich bringt. Aber auch hier gilt wieder: Gerade wir als Markt- und Innovationsführer müssen, wollen und können ganz deutliche positive Akzente setzen.«

INTERVIEW MIT JÜRGEN GERDES

Jürgen Gerdes ist Mitglied des Vorstands und verantwortet den Unternehmensbereich Post - eCommerce - Parcel

Im Interview hebt er die Leistungsbereitschaft der Mitarbeiter im Unternehmensbereich Post - eCommerce - Parcel hervor, erläutert Maßnahmen zur Stärkung der Mitarbeitermotivation und zeigt auf, welche Entwicklungen er als wegweisend für die Zukunft im Post- und Logistiksektor erachtet.

Das Jahr 2015 war maßgeblich vom Tarifstreit im Bereich Post - eCommerce - Parcel geprägt. Welche Erfahrungen waren für Sie besonders einprägsam?

Eines hat mich vor allen Dingen ganz stark beeindruckt: der unglaubliche Einsatz und das Engagement der großen Mehrheit unserer Mitarbeiter, die sich am Arbeitskampf gar nicht beteiligt haben. Denn bei allem Respekt vor Tarifauseinandersetzungen, die sich letztlich auch auf die Arbeitsabläufe in einem Unternehmen auswirken können – in einem Land wie Deutschland muss natürlich die Postversorgung gewährleistet sein. Die Bürger und die Wirtschaft vertrauen auf den Service ihrer Post. Und diesen Service konnten wir mit nur kleineren Einschränkungen durch die vermehrten Anstrengungen tausender arbeitswilliger Beschäftigter sicherstellen. Ich muss sagen: Am Ende des zugegeben schwierigen Jahres 2015 war ich dennoch mehr denn je von der Leistungsfähigkeit unserer Organisation überzeugt.

Speziell in und nach einer Streiksituation spielen die Verbesserungen von Mitarbeiterbeziehungen und -zufriedenheit eine wesentliche Rolle für ein Dienstleistungsunternehmen, dessen Mitarbeiter im täglichen millionenfachen Kontakt zum Kunden stehen. Mit welchen Maßnahmen stärken Sie die Motivation und die Loyalität?

Wir wissen durch regelmäßige Erhebungen, dass die grundsätzliche Zufriedenheit und die Motivation unserer Mitarbeiter hoch sind. Mich wundert das nicht. Denn wer sich nur ein bisschen in der Paket- und Logistikbranche auskennt, weiß natürlich: Die Arbeitsbedingungen bei Deutsche Post DHL sind mit Abstand die besten, egal ob man die Arbeitsmittel, die tariflichen Rahmenbedingungen, den Übergang in den Ruhestand oder was auch immer betrachtet. Und bei einem unabhängigen Test genau dieser Bedingungen sind wir ja auch als Sieger hervorgegangen. Aber natürlich muss es unser Anspruch sein, immer noch etwas besser zu werden. Das fängt mit der Kommunikation an: So gibt es seit einigen Monaten in unseren Niederlassungen bundesweit ein posteigenes TV-Angebot, um gerade die operativen Beschäftigten ohne PC am Arbeitsplatz noch aktueller und umfassender informieren zu können. Außerdem werde ich selbst wie in den Vorjahren mehrere Informations-Touren durch Deutschland unternehmen, um in großen Versammlungen insgesamt etwa 20.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern persönlich Rede und Antwort zu stehen. Was sonst noch ansteht, ist die Umsetzung konkreter Folgemaßnahmen, die sich auf Ergebnisse der Mitarbeiterbefragung 2015 beziehen. Und wir haben damit begonnen, sämtliche unserer Beschäftigten in zweitägigen Veranstaltungen zum sogenannten „PeP-Experten“ zu schulen. Ich bin absolut überzeugt: Alles dies wird dazu beitragen, die Loyalität zum Unternehmen weiter zu stärken.

Der Brief- und Paketmarkt verändert sich rasant. Welche Auswirkungen hat dieser Wandel auf die Berufsbilder bei Deutsche Post DHL Group?

Es ist richtig, dass gerade der Bereich Post - eCommerce - Parcel immer komplexer wird, übrigens auch immer internationaler, und die Anzahl neuer Geschäftsfelder nimmt zu. Das führt dazu, dass wir für viele junge Leute, die das breite Feld der Logistik bislang eher nicht in der engeren Auswahl hatten, zu einem hochinteressanten Arbeitgeber werden. Es bedeutet aber auch, dass wir ihnen entsprechende Angebote machen müssen. Und das leisten wir ab 2016 sogar in 18 Berufen und 12 Studiengängen: etwa mit hochspannenden dualen Studienmöglichkeiten, in denen sich Theorie und Praxis optimal verbinden lassen. Und später ist dann auch der berufsbegleitende MBA möglich. Oder mit dem Angebot vieler kaufmännischer und IT-relevanter Ausbildungsberufe. Was wir darüber natürlich nicht vergessen, ist die wichtige Basis unserer „Anpacker“ im operativen Geschäft: So haben wir gerade im vergangenen Jahr die Zahl der Ausbildungsplätze noch einmal auf über 2.000 erhöht, vor allem für die Ausbildung zur Fachkraft für Kurier-, Express- und Postdienstleistungen.

Eine gute Innovationskultur ist essentiell für Unternehmen im Post- und Logistiksektor. Welche Entwicklungen sehen Sie als wegweisend für die Zukunft im Transport und der Zustellung von Waren und Informationen?

Was Innovationen angeht, ist gerade die Post traditionell immer ganz weit vorn gewesen. Darum ist es auch heute völlig klar, dass wir die prägenden Megatrends nicht nur

mitvollziehen. Wir haben vielmehr den Anspruch, sie etwa durch umfangreiche wissenschaftliche Studien zu antizipieren und dann auch aktiv mitzugestalten. Wenn man sich beispielsweise die Demografie in unserem Land anschaut oder Aspekte der Arbeits- und Wohnsoziologie, dann wird deutlich: Mit unseren Online-Angeboten wie Allyouneed oder AllyouneedFresh, der Wunschbelieferung zu einer bestimmten Uhrzeit, der Packstation, der Kofferraumzustellung und, und, und können wir neuen Bedürfnissen mit innovativen Services punktgenau und sehr kundenorientiert begegnen. Ein anderes, ganz wichtiges Feld ist die Online-Kommunikation, an die die Menschen in Sachen Sicherheit und Komfort immer höhere Anforderungen stellen. Auch hier nehmen wir mit der breiten Angebotspalette unserer E-Post-Plattform oder auch dem Messenger SIMSme heute bereits eine führende Position ein. Und in die Zukunft schauen wir natürlich auch schon: etwa mit den umfangreichen Tests unseres Paketkopters!

Ein maßgeblicher Treiber für Stabilität und Wachstum von Deutsche Post ist der E-Commerce. Womit begegnen Sie den Umweltauswirkungen des steigenden Transportgeschäfts?

Klar ist, dass Logistik immer Auswirkungen auf die Umwelt mit sich bringt. Aber auch hier gilt wieder: Gerade wir als Markt- und Innovationsführer müssen, wollen und können ganz deutliche positive Akzente setzen. Das tun wir etwa mit unserem selbst entwickelten Zustellfahrzeug Streetscooter, der in Sachen E-Mobilität nachhaltige Maßstäbe setzen wird. Aber das ist nur eines von ganz vielen Beispielen, denn wir lassen uns bei allen unseren Überlegungen auch immer von ökologischen Aspekten leiten. Nehmen Sie nur eine Neuerung wie unseren Paketkasten, der in der breiten Öffentlichkeit bislang noch kaum unter Umweltgesichtspunkten gewürdigt worden ist. Die garantierte Zustellung eines Pakets, egal ob der Empfänger zu Hause ist oder nicht, bedeutet nämlich Folgendes: Wir sparen uns eine zweite oder vielleicht auch dritte Fahrt zu dieser Zustelladresse und der Empfänger spart sich eine Fahrt mit der Abholkarte zu seiner Postfiliale. Wenn man das im Massengeschäft Paketzustellung einmal hochrechnet, erkennt man, dass auch und gerade solche Dinge im großen Ganzen sehr positive Auswirkungen haben.

ANHANG

Über den Bericht

Der Bericht zur Unternehmensverantwortung 2015 (CR Bericht) wurde "In Übereinstimmung" mit den G4-Leitlinien zur Nachhaltigkeitsberichterstattung der Global Reporting Initiative (Kernoption) erstellt und ist zugleich die Advanced-Level-Fortschrittsmitteilung des UN Global Compact. Die Berichtsinhalte zu den materiellen Themen wurden einer unabhängigen externen Prüfung unterzogen. Die geprüften Inhalte wurden entsprechend gekennzeichnet.

Der CR Bericht erscheint jährlich parallel mit dem Geschäftsbericht und entspricht dem Berichtszeitraum 1. Januar bis 31. Dezember. Er umfasst den im Jahr 2015 gültigen Konsolidierungskreis des Konzerns, der in der Textziffer 2 im Anhang zum Konzernabschluss beschrieben wird. Die detaillierte Aufstellung der Unternehmen geht aus der Anteilsbesitzliste hervor, die über die Investoren-Website des Konzerns abgerufen werden kann. Finanzdaten des Konzerns wurden unverändert dem Geschäftsbericht 2015 entnommen.

Der CR Bericht 2015 wurde am 9. März 2016 als Online-Version und PDF-Datei in Deutsch und Englisch veröffentlicht.

Erhebungsmethoden, Berechnungsgrundlagen

- Erhebungsmethoden und Berechnungsgrundlagen für Daten sowie Angaben, die einer Schätzung zugrunde liegen, werden an den relevanten Berichtsstellen ausgewiesen.
- Veränderungen in den Grundlagen gegenüber dem Vorjahr werden im direkten Bezug zu den Daten erläutert. Wurden Vorjahresdaten angepasst, ist dies entsprechend gekennzeichnet.
- Die Treibhausgasemissionen werden nach den Bilanzierungsrichtlinien des Greenhouse Gas Protocol berechnet. Die Scope-2-Emissionen berichten wir gemäß der „Scope 2 Guidance“ und nutzen dafür sowohl die standort- als auch marktbasierter Methode. Wenn im Text nicht weiter auf eine Methode Bezug genommen wird, handelt es sich beim Ausweis stets um die marktbasierter Methode. Unsere Berechnungsmethoden entsprechen den Anforderungen des „European Emissions Trading System (EU-ETS)“ sowie den Normen EN 16258 und ISO 14064.

Prüfung durch unabhängige Dritte

- Der Bericht wurde durch die PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft (PwC) geprüft. Die geprüften Inhalte sind mit dem Zeichen  PwC gekennzeichnet. Der Prüfungsumfang und das Prüfungsurteil werden in der Prüfbescheinigung ausgewiesen.

- Im Rahmen der unabhängigen Prüfung des Konzernlageberichts wurden wesentliche nicht finanzielle Konzernkennzahlen mit hinreichender Sicherheit durch PwC geprüft: Arbeitsunfallstatistik Konzern, Krankenstand Konzern, Mitarbeiterstruktur, Fluktuation Konzern.
- Die Berechnung der Treibhausgasemissionen wurden einer unabhängigen Prüfung nach ISAE 3410 mit hinreichender Sicherheit im Rahmen der Konzernlageberichtsprüfung durch PwC geprüft.
- Die Daten zum CO₂-Ausgleich unserer umweltfreundlichen Produkte sind Gegenstand des jährlichen Audits durch die Société Générale de Surveillance (SGS).

Verwendete Begriffe

Unsere Belegschaft bezeichnen wir meist als Mitarbeiter oder Beschäftigte. Zugunsten von Textlänge und Lesbarkeit verzichten wir auf eine geschlechtliche Unterscheidung. Quantitative Informationen zu Mitarbeitern werden in „Kopfzahlen“ dargestellt – soweit nicht anders vermerkt – und entsprechen dem Stichtag 31. Dezember 2015.

Vorherige Berichte

Berichte zu den Themen Umwelt, Personal, Nachhaltigkeit und Unternehmensverantwortung veröffentlicht der Konzern seit dem Jahr 2003. Der CR Bericht 2014 erschien am 11. März 2015. Alle Berichte sind über das Archiv auf der Konzern-Website abrufbar.

Zusätzliche Publikationen

Die Broschüre zur Unternehmensverantwortung bietet einen Überblick über die wesentlichen CR-Aktivitäten unseres Konzerns. Die Broschüre ist über die Konzern-Webseite als PDF-Datei abrufbar und kann dort als auch als gedruckte Version bestellt werden.

Redaktion

Deutsche Post AG – Zentrale – Zentralbereich Konzernkommunikation und Unternehmensverantwortung, 53250 Bonn

Kontakt

Ihre Meinung ist uns wichtig: Fragen oder Anregungen können Sie per E-Mail an die Redaktion richten.

Online-Design & Umsetzung

nexxar GmbH, Wien

Mitarbeiter

Mitarbeiterstruktur

Anzahl der Mitarbeiter zum 31. Dezember ✓ PwC

	2012	2013 ¹	2014	2015	+/- % ggü. 2014
Kopfzahl	473.626	479.690	488.824	497.745	1,8
Auf Vollzeitkräfte umgerechnet ²	428.129	434.974	443.784	450.508	1,5
Nach Regionen					
Europa	316.331	316.071	322.440	326.979	1,4
Davon Deutschland	201.425	203.607	205.731	208.740	1,5
Amerikas	75.243	78.728	76.230	78.027	2,4
Asien/Pazifik	64.888	67.473	72.121	73.843	2,4
Übrige Regionen	17.164	17.418	18.033	18.896	4,8
Nach Divisionen					
Post - eCommerce - Parcel	176.871	197.545	200.868	206.686	2,9
Express	92.862	75.490	79.896	87.453	9,5
Global Forwarding, Freight	45.128	44.903	47.079	44.737	-5,0
Supply Chain	145.293	148.565	148.329	147.650	-0,5
Corporate Center/Anderes	13.472	13.187	12.652	11.219	-11,3

1 Angepasst

2 Ohne Auszubildende

Anzahl der Mitarbeiter im Jahresdurchschnitt ✓ PwC

	2012	2013	2014	2015	+/- % ggü. 2014
Kopfzahl	472.321	478.903	484.025	492.865	1,8
Arbeitnehmer	424.950	433.647	440.973	451.882	2,5
Beamte	42.461	40.321	37.963	35.669	-6,0
Auszubildende	4.910	4.935	5.089	5.314	4,4
Vollzeitkräfte	428.287	435.218	440.809	449.910	2,1

Mitarbeiterzufriedenheit

Personalaufwand zum 31. Dezember (in Mio €) ✓ PwC

	2012 ¹	2013 ¹	2014 ¹	2015 ¹	+/- % ggü. 2014
Personalaufwand¹	17.770	17.776	18.189	19.640	8,0
Entgelte	14.179	14.300	14.583	15.723	7,8
Soziale Abgaben	2.094	2.110	2.164	2.300	6,3
Aufwendungen für Altersversorgung	984	883	965	1.031	6,8
Aufwendungen für sonstige Leistungen	513	483	477	586	23,1

¹ Gemäß Textziffer 14, Anhang zum Konzernabschluss

Ergebnisse der Mitarbeiterbefragung (in Prozent) ✓ PwC

	2015
Beteiligungsquote	73
Zustimmungsquote	
Kundenorientierung & Qualität	79
Mitarbeiter-Engagement	73
Aktive Führung ¹	73
Zukunft & Strategie	69
Kommunikation	74
Zusammenarbeit	83
Lernen & Entwicklung	79
Arbeitsbedingungen	77
Kontinuierliche Verbesserung	65
Unternehmensverantwortung	75
Kundenbezogene Handlungsfähigkeit/Performance Enablement	80

¹ Bonusrelevant für Führungskräfte

Historische Ergebnisse der Mitarbeiterbefragung (in Prozent)

	2012	2013	2014	2015 ¹
Beteiligungquote	80	77	77	–
Zustimmungsquote				
Kundenversprechen	81	82	82	–
Mitarbeiter-Engagement	72	72	72	72
Aktive Führung ²	69	70	71	72
Strategie	72	73	74	–
Kommunikation	69	70	71	–
Lernen und Entwicklung	70	70	71	–
Zusammenarbeit	79	79	79	–
First Choice leben	66	67	68	–
Soziale Verantwortung	70	71	72	–
EOS Folgemaßnahmen	60	61	62	–
Arbeitsbedingungen	77	78	79	–

¹ Aufgrund der Fragebogenänderung sind die Indikatoren für das Jahr 2015 nicht direkt mit dem Vorjahr vergleichbar.

² Bonusrelevant für Führungskräfte

Diversity-Management

Mitarbeiter nach Geschlecht zum 31. Dezember (in Prozent)

	2012 ¹	2013 ¹	2014	2015
Weibliche Beschäftigte	36,8	35,8	35,9	35,5
Männliche Beschäftigte	63,2	64,2	64,1	64,5
Weibliche Beschäftigte nach Regionen				
Europa	40,1	39,6	39,3	38,7
Davon Deutschland	45,7	45,4	45,2	44,3
Amerikas	30,8	28,1	30,2	32,0
Asien/Pazifik	29,8	29,7	29,7	28,8
Übrige Regionen	21,0	21,5	23,5	22,3

¹ Angepasst

Weibliche Führungskräfte im Management zum 31. Dezember (in Prozent) ✓ PwC

	2012	2013	2014	2015
Vorstand ¹	14,3	14,3	14,3	14,3
Aufsichtsrat ²	30,0	30,0	35,0	35,0
Oberes und mittleres Management	18,5	19,6	19,3	20,7
Davon Deutschland	–	–	21,1	20,6

¹ Umfasst 7 Mitglieder. Seit 27. April 2015 leitet der Vorstandsvorsitzende in Personalunion auch das Vorstandsressort Global Forwarding, Freight.

² Umfasst 20 Mitglieder: 10 Mitglieder Anteilseigner, 10 Mitglieder Arbeitnehmervertreter

Personalplanung

Fluktuation (in Prozent)¹ ✓ PwC

	2012 ¹	2013 ¹	2014 ²	2015
Konzern	10,6	12,1	12,6	13,6
geplant	5,6	5,8	6,1	6,6
ungeplant	5,0	6,3	6,6	7,0
Nach Regionen				
Europa	4,7	6,3	6,9	8,0
Davon Deutschland	2,7	2,5	3,0	3,4
Amerikas	28,5	30,1	29,5	31,1
Asien/Pazifik	20,8	20,1	19,6	19,2
Übrige Regionen	9,9	14,0	15,4	15,4

1 Abdeckungsquote gemäß Befragung aller Organisationseinheiten 2015: 97 % der Mitarbeiter (Kopfzahl), 2014: 95 %, 2013: 88 %, 2012: 77 %

2 Angepasst

Interne Neubesetzungen Führungskräfte zum 31. Dezember (in Prozent)

	2012 ¹	2013 ¹	2014 ¹	2015
Konzern	85,9	87,4	86,9	81,1

1 Angepasst

Anzahl Auszubildende im Jahresdurchschnitt

	2012	2013	2014	2015	+/- % ggü. 2014
Kopfzahl	4.910	4.935	5.089	5.314	4,4
Deutschland	3.953	4.060	4.066	4.006	-1,5

Anzahl Trainingstage¹ ✓ PwC

	2012	2013	2014	2015 ²	+/- % ggü. 2014
Trainingstage pro Mitarbeiter	1,6	1,4	1,5	1,4	-6,7

1 Abdeckungsquote gemäß Befragung aller Organisationseinheiten 2015: 78 % der Mitarbeiter (Kopfzahl), 2014: 76 %, 2013: 69 %, 2012: 67 %

2 Inklusive Online-Trainings

Arbeitsschutz & Gesundheit

Krankenstand (in Prozent)¹ ✓ PwC

	2012	2013	2014	2015
Konzern	5,2	4,8	4,9	5,1

1 Abdeckungsquote gemäß Befragung aller Organisationseinheiten 2015: 97 % der Mitarbeiter (Kopfzahl), 2014: 94 %, 2013: 90 %, 2012: 73 %

Arbeitsunfallstatistik

2015 haben wir die Transparenz in den Unfalldaten deutlich verbessert. Wir sind nun erstmals in der Lage, die Unfallstatistik für den Konzern vollständig zu veröffentlichen. Die Erfassungsmethoden und Berichtsformate wurden konzernweit vereinheitlicht und auf internationale Standards angepasst. Die positive Entwicklung der Unfallquote ist im Wesentlichen auf die verbesserte Abdeckungsquote zurückzuführen.

Die unterschiedlichen Tätigkeiten der Mitarbeiter in den Unternehmensbereichen spiegeln sich auch in der Arbeitsunfallstatistik wider. Dabei unterliegen vor allem Mitarbeiter in Postunternehmen (Post - eCommerce - Parcel) einem höheren Arbeitsunfallrisiko als Mitarbeiter in der Logistik (Express, Global Forwarding, Freight und Supply Chain).

Die Arbeitsunfalldaten 2015 waren Gegenstand der externen Prüfung. Die Daten 2013 bis 2014 wurden nicht betrachtet.

✓ PwC

Arbeitsunfälle¹

	2013	2014	✓ PwC 2015 ²
Unfallquote (Unfälle pro 200.000 Arbeitsstunden)	4,7	4,2	4,0
Nach Regionen			
Europa	k. A.	k. A.	6,3
Davon Deutschland	k. A.	k. A.	10,2
Amerikas	k. A.	k. A.	1,4
Asien/Pazifik	k. A.	k. A.	0,3
Übrige Regionen	k. A.	k. A.	0,8
Nach Divisionen			
Post - eCommerce - Parcel (PeP)	10,8	10,1	10,0
Davon PeP ohne Auslieferung Brief und Paket Deutsche Post AG	k. A.	k. A.	4,0
Express	4,0	3,5	2,8
Global Forwarding, Freight	1,9	1,0	0,9
Supply Chain	0,8	0,7	0,8
Corporate Center/Anderes	0,6	0,5	0,5
Ausfalltage pro Arbeitsunfall	14,4	14,2	15,6
Arbeitsunfälle mit Todesfolge	k. A.	4	6
Deutsche Post AG	2	1	2

¹ Abdeckungsquote 2013: 83 %; 2014: 92%; 2015: 96%

² In dieser Statistik wird auch das weisungsgebundene Personal erstmalig erfasst (Abdeckungsquote: 65 %).

Umwelt

Flugzeuge

Flugzeuge nach Lärmschutzklassen

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	+/- % ggü. 2014
Flugzeuge Gesamt	147	155	168	170	176	182	3,4
Kapitel 4	69	80	100	110	117	122	4,3
Kapitel 3	75	73	67	59	59	60	1,7
mit lärmindernder Schalldämmung	20	17	15	9	3	0	-
Ohne Klassifizierung	3	2	1	1	0	0	-

Flugzeuge nach Stickstoff (NOx)-Emissionen

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	+/- % ggü. 2014
Flugzeuge Gesamt	147	155	168	170	176	182	3,4
CAEP/6	49	59	71	80	84	90	7,1
CAEP/4	36	36	33	32	39	46	17,9
CAEP/2	34	34	39	39	39	34	-12,8
Ohne Klassifizierung	28	26	25	19	14	12	-14,3

Fahrzeuge

Landtransport: Fahrzeuge nach Schadstoffklassen 2015

	Euro 6	Euro 5 + EEV	Euro 4	Euro 3	Euro 2
Gesamt	4.592	43.640	17.205	829	18
Lkw	2.094	4.972	564	281	16
Transporter	265	30.802	16.334	538	2
Pkw	2.233	7.866	307	10	0

Landtransport: Effizienzmaßnahmen Fahrzeuge

	2014			2015		
	Gesamt	Eigene Flotte	Subunternehmer Flotte	Gesamt	Eigene Flotte	Subunternehmer Flotte
Gesamt	19.019	17.599	1.420	22.508	20.939	1.569
Anzahl alternative Antriebsarten	3.349	1.976	1.373	4.418	2.886	1.532
Elektroantrieb/Brennstoffzelle	406	346	60	937	881	56
Hybridantrieb	326	325	1	372	372	0
Flüssige Biokraftstoffe	1.026	0	1.026	1.187	0	1.187
Erdgas (CNG)	815	767	36	915	864	40
Biogas			12			11
Flüssiggas (LPG)	363	144	219	403	184	219
Ethanol			0			0
Bio-Ethanol	222	221	1	420	419	1
Dual Fuel	191	173	18	184	166	18
Weitere Effizienzmaßnahmen	15.670	15.623	47	18.090	18.053	37
Erweiterte Aerodynamik	1.701	1.673	28	1.907	1.880	27
Öko-Chiptuning & Geschwindigkeitsbegrenzer	6.768	6.768	0	6.963	6.963	0
Telematiksysteme	6.874	6.864	10	8.942	8.932	10
Leichtbau	276	267	9	278	278	0
Andere	51	51	0	0	0	0

Energie- und Kraftstoffverbrauch

Gebäude: Energienutzung (in Mio kWh) ✓ PwC

	2012	2013	2014	2015
Gesamt	3.127	3.393	3.247	3.113
Strom	1.737	1.824	1.697	1.690
Davon 100 % Ökostrom ¹	745	1.056	1.040	1.056
Konventioneller Strom	992	768	657	634
Erdgas	864	952	951	806
Heizöl ²	242	248	308	305
Fernwärme	185	202	189	195
Fernkühlung	8	8	8	1
Flüssiggas (LPG)	91	159	94	116

¹ Inklusive Elektrofahrzeuge

² Enthält Mengen von Benzin und Diesel für Notstromversorgung

Kraftstoffverbrauch für Transporte¹ ✓ PwC

		2011	2012	2013	2014 ²	2015
Lufttransport (Kerosin)	Mio kg	1.019,1	1.059,0	1.151,0	1.188,0	1.312,8
Landtransport (Flüssige Kraftstoffe gesamt)	Mio Liter	476,4	472,3	450,2	447,6	449,1
Benzin		37,4	37,0	19,3	20,6	21,0
Biodiesel		1,5	1,8	0,7	1,0	1,4
Bioethanol		1,2	0,3	0,0	0,0	0,1
Diesel		435,3	432,3	429,6	425,1	426,1
Flüssiggas (LPG)	Mio kg	1,0	0,9	0,6	0,9	0,5
Landtransport (Gasförmige Kraftstoffe gesamt)	Mio kg	1,4	2,2	3,2	4,4	4,9
Biogas		0,2	0,4	0,2	0,2	0,2
Erdgas (CNG)		1,2	1,8	2,9	4,2	4,7

1 Es wurden nur die Verbräuche der eigenen Flugzeuge und Fahrzeuge erfasst

2 Angepasst

Treibhausgasemissionen**CO₂e-Emissionen Konzern (in Mio Tonnen) ✓ PwC**

	2013	2014	2015
Gesamt	28,31	29,03	27,95
Scope 1	5,13	5,22	5,60
Scope 2	0,49	0,44	0,45
Scope 3	22,69	23,36	21,90

CO₂e-Emissionen der Unternehmensbereiche (in Mio Tonnen) ✓ PwC

	2013				2014 ¹				2015			
	Gesamt	Scope 1	Scope 2	Scope 3	Gesamt	Scope 1	Scope 2	Scope 3	Gesamt	Scope 1	Scope 2	Scope 3
Gesamt²	28,31	5,13	0,49	22,69	29,03	5,22	0,44	23,36	27,95	5,60	0,45	21,90
Post - eCommerce - Parcel	1,56	0,49	0,07	0,99	1,60	0,48	0,08	1,04	1,67	0,48	0,08	1,11
Express	8,18	3,77	0,13	4,28	8,66	3,89	0,12	4,64	9,24	4,29	0,13	4,82
Global Forwarding, Freight	16,69	0,16	0,05	16,47	16,47	0,16	0,05	16,26	14,77	0,14	0,05	14,58
Supply Chain	2,18	0,68	0,20	1,31	2,56	0,68	0,16	1,72	2,57	0,67	0,15	1,75

1 Angepasst

2 Nach Konsolidierung von internen Leistungsbeziehungen in Scope 3, einschließlich Corporate Center/Andere

CO₂-Effizienz (Indexpunkte)¹ ✓ PwC

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Konzern	0	2	7	13	16	18	20	24	25
Post - eCommerce - Parcel ²	0	17	15	18	24	24	25	26	26
Express ³	0	8	20	26	28	30	34	35	37
Global Forwarding, Freight ⁴	0	0	2	8	9	10	12	17	17
Supply Chain ⁵	0	-3	-5	10	19	26	23	27	32

1 Vorjahresdaten auf Grund einer Fehlerkorrektur in externen Referenzdaten des Unternehmensbereichs Global Forwarding, Freight angepasst

2 Hauptbezugsgröße: CO₂e je Liter (physisches Volumen)

3 Hauptbezugsgröße: CO₂e je Tonnen-km

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

5 Hauptbezugsgröße: CO₂e je Quadratmeter Lagerfläche und CO₂e nach Umsatz für Transportdienstleistungen nach Inflationsausgleich

Scope 2 Guidance des GHG Protocols

Wir berichten die Scope 2-Emissionen im Anhang und nutzen dafür sowohl die standort- als auch marktbasierter Methode. Wenn im Text nicht weiter auf eine Methode Bezug genommen wird, handelt es sich beim Ausweis stets um die marktbasierter Methode. Unsere Berechnungsmethoden entsprechen den Anforderungen des „European Emissions Trading System (EU-ETS)“ sowie den Normen EN 16258 und ISO 14064.

CO₂e-Emissionen Scope 2 2015 (in Mio Tonnen) ✓ PwC

	Scope 2 Marktbasierter Methode	Scope 2 Ortsbasierter Methode
Konzern¹	0,45	0,90
Post - eCommerce - Parcel	0,08	0,26
Express	0,13	0,19
Global Forwarding, Freight	0,05	0,07
Supply Chain	0,15	0,32

1 Konzern enthält Corporate Center/Andere

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

Kategorien	2014	2015	Berücksichtigte und nicht berücksichtigte Aktivitäten	Berechnungsmethode	PwC geprüft
1. Erworbene Produkte und Dienstleistungen	2,7	2,5	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) des DEFRA Berichtsleitfadens berechnet.	✓ PwC
2. Anlagegüter	0,6	0,7	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) des DEFRA Berichtsleitfadens berechnet.	✓ PwC
3. Energie- und Kraftstoffvorketten	1,1	1,3	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.	✓ PwC
4. Eingekaufte Transportdienstleistungen (Upstream)	27,8	26,6			✓ PwC
Davon eingekaufte Transportdienstleistungen	22,9	21,9	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.	✓ PwC
Energie- und Kraftstoffvorketten der eingekauften Transportdienstleistungen	4,9	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 das sonst bestehende Ungleichgewicht zwischen eigenen und fremdvergebenen Transporten auszugleichen.	Da Transportdienstleister in der Regel keine Informationen über verwendete Treibstoffarten zur Verfügung stellen, wurden die Emissionen für die wahrscheinlichste Kraftstoffart (Lufttransporte: Kerosin; Straßentransporte: Diesel; Seetransporte: Schweröl) mit Hilfe der Faktoren der DIN EN 16258 berechnet.	✓ PwC

Kategorien	2014	2015	Berücksichtigte und nicht berücksichtigte Aktivitäten	Berechnungsmethode	PwC geprüft
5. Produktionsabfälle	nicht berichtet	nicht berichtet	Diese Kategorie wird derzeit nicht berichtet, da aufgrund unseres Geschäftsmodells nur eine begrenzte quantitative- und Managementrelevanz zu erwarten sind.		
6. Geschäftsreisen	0,05	0,05	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.	✓ PwC
7. Pendelverkehre	0,5	0,7	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 Mitarbeiterzahlen und einer nationalen Statistik ermittelt.	✓ PwC
8. Leasing (Upstream)	nicht anwendbar	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	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	nicht anwendbar	Diese Kategorie ist nicht auf unser Geschäftsmodell anwendbar, da wir keine Produkte zur weiteren Verarbeitung herstellen.		
11. Nutzung verkaufter Waren	nicht anwendbar	nicht anwendbar	Diese Kategorie ist nicht auf unser Geschäftsmodell als Dienstleister anwendbar.		
12. Entsorgung und Verwertung verkaufter Waren	nicht berichtet	nicht berichtet	Diese Kategorie wird derzeit nicht berichtet, da aufgrund unseres Geschäftsmodells nur eine begrenzte quantitative- und Managementrelevanz zu erwarten sind.		

Kategorien	2014	2015	Berücksichtigte und nicht berücksichtigte Aktivitäten	Berechnungsmethode	PwC geprüft
13. Vermietung, Verpachtung und Leasing an Dritte	nicht berichtet	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	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	nicht anwendbar	Diese Kategorie ist nicht auf unser Geschäftsmodell anwendbar.		

Lokale Luftschadstoffe

Lokale Luftschadstoffe (in Tonnen)^{1,2} ✓ PwC

	2013	2014	2015
Stickstoff (NO_x)	32.518	31.965	34.075
Landtransport	18.178	17.625	17.694
Luftransport	14.340	14.340	16.381
Schwefeldioxid (SO₂)	1.825	1.771	1.930
Landtransport	675	621	615
Luftransport	1.150	1.150	1.315
Feinstaub (PM₁₀)	1.195	1.129	1.157
Landtransport	976	911	907
Luftransport	219	218	250

1 Es wurden nur die Emissionen der eigenen Flugzeuge und Fahrzeuge erfasst.

2 Die Berechnung der Luftschadstoffe für den Straßentransport erfolgt nach Kraftstoffverbrauch, für den Luftransport nach Streckenprofil. Es wurden Emissionsfaktoren aus dem EMEP/EEA Air Pollutant Emission Inventory Guidebook (2013) sowie der US-Umweltschutzbehörde verwendet.

Wasserverbrauch

Wasserverbrauch an Standorten in Deutschland (in Mio m³)

	2012	2013	2014
Wasserverbrauch	1.102	1.363	1.097

Umweltfreundliche Produkte

CO₂-Report: Erfasste CO₂e-Emissionen für Kundentransporte in den Divisionen¹

	CO ₂ IN TONNEN		CO ₂ e ² IN TONNEN	
	2012	2013	2014	2015
Gesamt	1.278.297	2.195.062	3.660.516	4.583.553
Post - eCommerce - Parcel	77.391	85.745	104.601	101.387
Express	57.026	124.557	195.503	382.079
Global Forwarding, Freight	945.212	1.898.075	3.240.606	4.088.872
Supply Chain	198.668	86.685	119.806	11.215

1 Die unabhängige Prüfung der Berechnungsmethode erfolgte durch Société Générale de Surveillance

2 Gemäß „GHG Protocol Product Lifecycle Accounting and Reporting“-Standard

Klimaneutrale Produkte: Ausgegliche Kundenemissionen

	CO ₂ IN TONNEN		CO ₂ e IN TONNEN	
	2012	2013	2014 ¹	2015 ^{1,2}
Gesamt	179.889	193.760	255.113	253.434³
Post - eCommerce - Parcel	143.806	148.692	189.471	185.235 ⁴
Express	31.377	42.769	56.600	59.260
Global Forwarding, Freight	3.721	986	8.560	8.485
Supply Chain	316	120	83	68

1 Gemäß „GHG Protocol Product Lifecycle Accounting and Reporting“-Standard

2 Daten geprüft durch SGS (Abschluss im März 2016)

3 Enthält 386 Tonnen CO₂e aus dem Segment Corporate Center/Anderes

4 Neben Sendungsemissionen sind auch Emissionen aus der Personenbeförderung mit dem Postbus enthalten.

Ökonomie

Wesentliche Kennzahlen (in Mio €)

		2011 ¹	2012 ¹	2013 ¹	2014	2015
Umsatz		52.829	55.512	54.912	56.630	59.230
Post - eCommerce - Parcel (bis 2013 Brief)		13.973	13.972	15.291	15.686	16.131
Express		11.691	12.778	11.821	12.491	13.661
Global Forwarding, Freight		15.118	15.666	14.787	14.924	14.890
Supply Chain		13.223	14.340	14.227	14.737	15.791
Corporate Center/Anderes		1.260	1.203	1.251	1.345	1.269
Konsolidierung		-2.436	-2.447	-2.465	-2.553	-2.512
Ergebnis der betrieblichen Tätigkeit (EBIT)		2.436	2.665	2.865	2.965	2.411
Post - eCommerce - Parcel (bis 2013 Brief)		1.107	1.048	1.286	1.298	1.103
Express		916	1.110	1.083	1.260	1.391
Global Forwarding, Freight		440	514	478	293	-181
Supply Chain		362	419	441	465	449
Corporate Center/Anderes		-389	-423	-421	-352	-351
Konsolidierung		0	-3	-2	1	0
Weitere Kennzahlen						
Capital Expenditure (Capex)		1.716	1.697	1.747	1.876	2.024
Personalaufwand	Mio €	16.730	17.770	17.776	18.189	19.640
Personalaufwandsquote ²	%	31,7	32,0	32,4	32,1	33,2
Steuerquote ³	%	23,7	20,2	14,0	15,5	16,4
Dividendenausschüttung	Mio €	846	846	968	1.030	1.031 ⁴
Ausschüttungsquote	%	72,7	51,6	46,3	49,7	66,9
Dividende je Aktie	€	0,70	0,70	0,80	0,85	0,85 ⁴
Dividendenrendite	%	5,9	4,2	3,0	3,1	3,3
Dividendenberechtigte Aktien	Mio Stück	1.209,0	1.209,0	1.209,0	1.211,2	1.212,8

1 Angepasst

2 Personalaufwand/Umsatz

3 Ertragsteuern/Ergebnis vor Ertragsteuern

4 Vorschlag

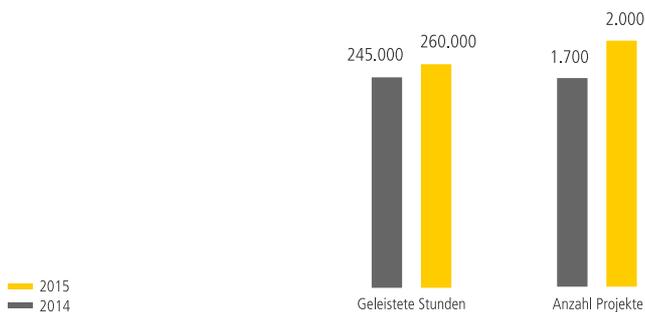
Corporate Citizenship

Ab 2015 wird die Mitarbeiterbeteiligung am Global Volunteer Day ebenfalls nach dem LBG-Modell erfasst. Danach zählen nur Mitarbeiter als Freiwillige, die sich aktiv in Projekten engagieren, die sich auch in den erbrachten Stunden und in der Anzahl der Projekte widerspiegeln. Mitarbeiter, die die Projekte mit Geldspenden unterstützen, werden nicht mehr einbezogen, sondern nur die Beträge in der Spendenstatistik erfasst.

Global Volunteer Day 2015 – Anzahl Mitarbeiter



Global Volunteer Day 2015 – Geleistete Stunden und Anzahl Projekte



Prüfbescheinigung

Vermerk des unabhängigen Wirtschaftsprüfers über eine Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit von Nachhaltigkeitsinformationen

An die Deutsche Post AG, Bonn

Wir haben die mit einem ✓ PwC gekennzeichneten Angaben im Online-Bericht zur Unternehmensverantwortung 2015 der Deutsche Post AG, Bonn (im Folgenden „Gesellschaft“) für den Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2015 (im Folgenden „CR-Bericht“) einer Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit unterzogen.¹

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

Die gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft sind verantwortlich für die Aufstellung des CR-Berichts in Übereinstimmung mit den in den G4 Leitlinien zur Nachhaltigkeitsberichterstattung der Global Reporting Initiative genannten Grundsätzen (im Folgenden: „GRI-Kriterien“) sowie für die Auswahl der zu beurteilenden Angaben.

Diese Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft umfasst die Auswahl und Anwendung angemessener Methoden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung sowie das Treffen von Annahmen und die Vornahme von Schätzungen zu einzelnen Nachhaltigkeitsangaben, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung eines Nachhaltigkeitsberichts zu ermöglichen, der frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Angaben ist.

Unabhängigkeit und Qualitätssicherung der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Wir haben die deutschen berufsrechtlichen Vorschriften zur Unabhängigkeit sowie weitere berufliche Verhaltensanforderungen eingehalten.

Unsere Wirtschaftsprüfungsgesellschaft wendet die nationalen gesetzlichen Regelungen und berufsständischen Verlautbarungen – insbesondere der Berufssatzung für Wirtschaftsprüfer und vereidigte Buchprüfer (BS WP/vBP) sowie der Gemeinsamen Stellungnahme der WPK und des IDW: Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüferpraxis (VO 1/2006) – an und unterhält dementsprechend ein umfangreiches Qualitätssicherungssystem, das dokumentierte Regelungen und Maßnahmen in Bezug auf die Einhaltung beruflicher Verhaltensanforderungen, beruflicher Standards sowie maßgebender gesetzlicher und anderer rechtlicher Anforderungen umfasst.

Verantwortung des Wirtschaftsprüfers

Unsere Aufgabe ist es, auf Grundlage der von uns durchgeführten Tätigkeiten eine Beurteilung der mit dem ✓ PwC gekennzeichneten Angaben im CR-Bericht abzugeben.

Nicht Gegenstand unseres Auftrages ist die Beurteilung von externen Dokumentationsquellen oder Expertenmeinungen, auf die im CR-Bericht verwiesen wird.

Wir haben unsere Prüfung unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised): „Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information“, herausgegeben vom IAASB, durchgeführt. Danach haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass bei kritischer Würdigung mit einer begrenzten Sicherheit ausgeschlossen werden kann, dass die mit dem ✓ PWC gekennzeichneten Angaben in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den GRI-Kriterien aufgestellt worden sind.

Bei einer Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit weniger umfangreich, sodass dementsprechend eine erheblich geringere Sicherheit gewonnen wird. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers. Dies beinhaltet die Beurteilung von Risiken wesentlicher falscher Angaben im CR-Bericht unter Zugrundelegung der GRI-Kriterien.

Im Rahmen unserer Prüfung haben wir unter anderem folgende Tätigkeiten durchgeführt:

- Verschaffung eines Verständnisses über die Struktur der Nachhaltigkeitsorganisation und über die Einbindung von Stakeholdern
- Befragung von Mitarbeitern, die in die Aufstellung des Nachhaltigkeitsberichts einbezogen wurden, über den Aufstellungsprozess, über das auf diesen Prozess bezogene interne Kontrollsystem sowie über ausgewählte Angaben im Nachhaltigkeitsbericht
- Analytische Beurteilung ausgewählter Angaben im Nachhaltigkeitsbericht
- Abgleich von Angaben mit den entsprechenden Daten im Konzernabschluss und Konzernlagebericht
- Beurteilung der Darstellung der ausgewählten Angaben zur Nachhaltigkeitsleistung

Urteil

Auf der Grundlage der durchgeführten Prüfungshandlungen und der erlangten Prüfungsnachweise sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass die mit einem ✓ PWC gekennzeichneten Angaben im CR-Bericht der Gesellschaft für den Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2015 in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den GRI-Kriterien aufgestellt worden sind.

Ergänzende Hinweise - Empfehlungen

Ohne das oben dargestellte Urteil einzuschränken, sprechen wir folgende Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Nachhaltigkeitsmanagements und der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Gesellschaft aus:

- Im Berichtsjahr hat die Gesellschaft ihre Materialitätsanalyse aktualisiert und wesentliche Nachhaltigkeitsthemen weitestgehend mit Steuerungsgrößen hinterlegt. Wir empfehlen der Gesellschaft für alle verbleibenden Nachhaltigkeitsthemen entsprechende Steuerungsgrößen zu entwickeln.

Verwendungszweck des Vermerks

Wir erteilen diesen Vermerk auf Grundlage des mit der Deutsche Post AG geschlossenen Auftrags. Die Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit wurde für Zwecke der Deutsche Post AG durchgeführt und die Bescheinigung ist nur zur Information der Deutsche Post AG über das Ergebnis der Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit bestimmt. Die Bescheinigung ist nicht dazu bestimmt, dass Dritte hierauf gestützt (Vermögens-)Entscheidungen treffen. Unsere Verantwortung besteht allein der Deutsche Post AG gegenüber. Dritten gegenüber übernehmen wir dagegen keine Verantwortung.

München, den 26. Februar 2016

PricewaterhouseCoopers
Aktiengesellschaft
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Hendrik Fink
Wirtschaftsprüfer

ppa. Axel Faupel

¹ Unsere betriebswirtschaftliche Prüfung bezog sich auf die deutsche Fassung des Berichts zur Unternehmensverantwortung 2015. Der Bericht zur Unternehmensverantwortung erscheint als Online-Bericht unter <http://cr-bericht2015.dpdhl.com/>.