

1. Zweck der Richtlinie

Als weltweit führendes Logistikunternehmen und Postdienstleister in Deutschland ist das Stakeholders Engagement (Einbindung relevanter Interessengruppen) eine strategische Priorität für die DHL Group. Dieses Dokument beschreibt den Ansatz und die Leitprinzipien der DHL Group in Bezug auf das Stakeholder Engagement, um deren Erwartungen – insbesondere hinsichtlich Nachhaltigkeitsthemen – besser zu verstehen.

2. Ziele des Stakeholder Engagement

Bei der DHL Group streben wir danach, mit Stakeholdern in Kontakt zu treten, um deren Erwartungen und Anliegen besser zu verstehen und zu berücksichtigen. Wir möchten aus ihren Erkenntnissen über neue Trends und Innovationen sowie über Risiken und Chancen für unser Geschäft lernen.

Die wichtigsten Vorteile der Einbindung unserer Stakeholder sind:

- Besseres Verständnis ihrer Anliegen und Erwartungen
- Unterstützung bei einer angemessenen Reaktion
- Wertvolles Feedback zu unseren Aktivitäten zur kontinuierlichen Verbesserung
- Erhöhung des Vertrauens unserer Stakeholder in die DHL Group

Die Ergebnisse des Engagements fließen in strategische Entscheidungen ein und tragen zur Erreichung unserer vier Zieldimensionen gemäß unserer Strategie 2030 bei: Anbieter erster Wahl, Arbeitgeber erster Wahl, Investment erster Wahl und Grüne Logistik erster Wahl.

3. Stakeholder-Gruppen der DHL Group

Stakeholder der DHL Group sind Organisationen oder Einzelpersonen, die durch unsere Aktivitäten beeinflusst werden oder diese beeinflussen. Dazu gehören beispielsweise Kunden, Mitarbeitende und Investoren sowie Partner, Lieferanten und Subunternehmer, Nichtregierungsorganisationen (NGOs), politische Entscheidungsträger, staatliche Regulierungsbehörden, Wirtschaftsverbände, strategische Partner, Journalist:innen und Wissenschaft.

4. Leitprinzipien für das Stakeholder Engagement bei der DHL Group

Unser Stakeholder Engagement wird durch den AA1000 Stakeholder Engagement Standard und die AA1000 AccountAbility Prinzipien geleitet:

Inklusivität (inclusivity): Wir bemühen uns, alle Stakeholder einzubeziehen, die von unseren Aktivitäten betroffen sind oder diese beeinflussen.

Wesentlichkeit (materiality): Wir verpflichten uns, relevante Themen für Stakeholder zu identifizieren und zu priorisieren, die Auswirkungen auf unsere Aktivitäten haben.

Reaktivität (responsiveness): Wir streben an, relevante Ergebnisse und Erkenntnisse aus der Einbindung in strategische Entscheidungen einzubeziehen und angemessen zu reagieren.

5. Formate und Stakeholder Engagement-Prozesse

Wir erkennen an, dass es verschiedene Möglichkeiten gibt, mit Stakeholdern in Kontakt zu treten – von Information und Kommunikation über Konsultation bis hin zu formellen Dialogen und langfristigen Partnerschaften. Wir bemühen uns, je nach Thema und Bedürfnissen der Stakeholder sowie unseres Unternehmens die geeignete Form des Engagements zu wählen.

Zur Sicherstellung eines qualitativ hochwertigen Engagement Prozesses folgen wir dem AA1000 Stakeholder Engagement-Prozess mit vier Phasen:

1. Planung
2. Vorbereitung
3. Umsetzung des Engagement-Plans
4. Überprüfung und Verbesserung

Konzernweite Richtlinien wie der DHL Group Verhaltenskodex oder die Antikorruptionserklärung gelten ebenfalls für unsere Stakeholder Engagement-Aktivitäten.

6. Verantwortung und Zuständigkeit

Das Stakeholder Engagement wird von der jeweils zuständigen Abteilung verantwortet. Mitarbeitende der DHL Group können sich bei Bedarf an die zuständige Funktion auf lokaler Ebene oder an das Corporate Sustainability Office wenden.

Die Ergebnisse des Stakeholder Engagements – also die identifizierten „Themen“ – werden von der zuständigen Abteilung auf lokaler und/oder globaler Ebene bewertet.

Diese Abteilung beurteilt die Dringlichkeit und mögliche Auswirkungen und schlägt gegebenenfalls Maßnahmen vor.

Darüber hinaus hat die DHL Group proaktiv den externen Sustainability Advisory Council eingerichtet, um globale Trends und Stakeholder-Meinungen zu Nachhaltigkeit besser zu verstehen und zu berücksichtigen.

7. Überprüfung und Leistung

Die DHL Group strebt eine kontinuierliche Verbesserung des Stakeholder Engagements durch regelmäßige Bewertungen an.

Letzte Aktualisierung: 08/2025