

GRI Anhang zum Geschäfts- und Finanzbericht 2013

– Anhang, GRI-Content Index und Application Level Check

Struktur der Berichterstattung

Die Berichterstattung 2013 der Schweizerischen Post besteht aus folgenden Dokumenten:

- Geschäftsbericht der Schweizerischen Post
- Finanzbericht der Schweizerischen Post (Lagebericht, Corporate Governance, Jahresabschlüsse Konzern, Die Schweizerische Post AG und PostFinance AG)
- Geschäftsbericht PostFinance AG
- Leistungsbericht PostAuto Schweiz AG
- Zahlenspiegel (umfassendes Set von Kennzahlen)
- GRI-Index (dieses Dokument)

Diese Dokumente sind auf www.post.ch/geschaeftsbericht in elektronischer Form abrufbar. Der Geschäfts- und Finanzbericht der Schweizerischen Post AG sowie der Geschäftsbericht der PostFinance AG und der Leistungsbericht der PostAuto Schweiz AG liegen zudem in gedruckter Form vor.

Anhang

Unsere Vision, unsere Kernwerte	2
Grundsätze der Führung und Zusammenarbeit	3
Transparenz schaffen – Standards sichern Qualität und Nachhaltigkeit	4
Risikopolitik	5
Die Post trägt gesellschaftliche Verantwortung – Klimaschutz und soziales Engagement	6
Arbeitsplätze im ländlichen Raum	8
UITP-Charta für eine nachhaltige Entwicklung	9
Partnerschaften der Post	10
Projekte international	14
2 x Weihnachten	14
Für Kinder und Jugendliche	15
Verhaltenskodex Post	16
Präventionskonzept gegen Wirtschaftskriminalität	17
Wettbewerbsregeln	18
Nachhaltig handeln - In unsere Zukunft investieren	19
Ökologisch unterwegs	20
Elektromobilität	21
Gasfahrzeuge	21
Mitarbeitendenmobilität	22
Energieeffiziente Logistik	23
Klimafreundliche Bahntransporte	24
Geräte und Informatik	25
Optimierte Energieeffizienz	26
Erneuerbare Energien	27
Umgang mit Abfall	28
Klimaschutzprojekte	29
Assurance Bericht zur Treibhausgasbilanz	30
Beschaffungspolitik	31
Grundlagen der Beschaffungsorganisation	32
Vergabeverfahren	33
Sozial- und Ethikkodex	34
Personalpolitik	36
Nachwuchs fördern	42
Leitbild Berufsbildung Post	43
Moderne Arbeitsbedingungen	45
Prävention und Motivation	46
Sicherheitspolitik Post	47
Briefpostindex	48
Paketpostindex	50
Auszeichnungen	52

GRI-Content Index

Content Index	57
Prüfung der Anwendungsebene durch GRI	71



Unsere Vision

**Wir bewegen Menschen, Güter,
Geld und Informationen – zuverlässig,
wertsteigernd und nachhaltig**

Für unsere Schweiz

- Wir versorgen die Bevölkerung mit effizienten, kostengünstigen und qualitativ hochstehenden postalischen, logistischen und finanziellen Dienstleistungen
- Wir setzen den Leistungs- und Versorgungsauftrag des Bundes optimal um und steigern unseren Unternehmenswert
- Wir streben in den uns offenstehenden Märkten eine führende Stellung an, die unsere wirtschaftliche Position sichert
- Wir tragen Sorge zu unserer Umwelt
- Wir nehmen unsere soziale und gesellschaftliche Verantwortung wahr

Erfolgreich mit Innovationen auf unseren vier Märkten

- Wir sind im Kommunikationsmarkt (Briefe, Zeitungen, Werbesendungen, Informationslösungen und Datenmanagement) in der Schweiz führend und wachsen auch grenzüberschreitend und international
- Wir zählen im Retailfinanzmarkt (Zahlen, Anlegen, Vorsorgen, Finanzieren) in der Schweiz zu den Top-3-Anbietern und bauen diese Position laufend aus
- Wir entwickeln uns im Logistikmarkt (Pakete, Expressangebote und Logistiklösungen) schweizweit und grenzüberschreitend weiter
- Wir sind führend im Markt für öffentlichen Personenverkehr (Regional-, Orts- und Agglomerationsverkehr, Systemmanagement) in der Schweiz und wachsen international

Für unsere Kundinnen und Kunden

- Wir erbringen unsere Dienstleistungen in hoher Qualität und auf die Bedürfnisse unserer Kunden ausgerichtet
- Wir bleiben mit Zugangspunkten zu unseren Dienstleistungen flächendeckend präsent
- Wir bieten massgeschneiderte Leistungspakete aus einer Hand
- Wir bürgen für intelligente und sichere Gesamtlösungen
- Wir verbinden uns mit Partnern, um unseren Kunden einen weltweiten Zugang zu unseren Dienstleistungen zu ermöglichen

Gemeinsam mit unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern

- Wir basieren auf unseren gemeinsamen Werten zuverlässig – wertsteigernd – nachhaltig
- Wir überzeugen freundlich, sympathisch und nachhaltig
- Wir betreiben kompetent und hochwertig
- Wir bauen auf unsere Qualität, unsere Vertrauenswürdigkeit und unser Image
- Wir leben eine dynamische, erfolgs- und teamorientierte Unternehmenskultur
- Wir fördern die interkulturelle Kompetenz und die Gleichberechtigung
- Wir begegnen uns mit Respekt, handeln fair und sozialverantwortlich und kommunizieren offen
- Wir arbeiten unter fortschrittlichen Anstellungsbedingungen
- Wir bieten attraktive Entwicklungsmöglichkeiten



Unsere Kernwerte

Zuverlässig, wertsteigernd und nachhaltig

Zuverlässig bedeutet für uns:

Wir beweisen uns täglich als verlässliche, vertrauenswürdige und faire Partnerin. Die Schweiz und unsere Kundinnen und Kunden auf der ganzen Welt können auf uns zählen. Wir halten was wir versprechen.

Wertsteigernd bedeutet für uns:

Der Dienst an unseren Kundinnen und Kunden steht immer im Vordergrund. Wir erfüllen ihre Bedürfnisse und bieten ihnen mehr als sie erwarten.

Nachhaltig bedeutet für uns:

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

Grundsätze der Führung und Zusammenarbeit

DIE POST 



Verantwortung für Kunden, Mitarbeitende und Ergebnisse

Wir sind engagiert, orientieren uns an Ergebnissen und handeln eigenverantwortlich.



Vertrauen in Menschen

Wir handeln transparent, geben konstruktives Feedback und fördern eine Lernkultur.



Beweglichkeit für das ganze Unternehmen

Wir sind offen, handeln vorausschauend, nutzen Veränderungen als Chance und fördern Innovationen.

Transparenz schaffen

 [post.ch/post-startseite/post-konzern/post-engagement/post-engagement-nachhaltigkeit/post-nachhaltigkeit-standards.htm](https://www.post.ch/post-startseite/post-konzern/post-engagement/post-engagement-nachhaltigkeit/post-nachhaltigkeit-standards.htm)

Standards sichern Qualität und Nachhaltigkeit

Die Post wahrt bei ihrem Handeln wirtschaftliche, ethische, soziale und ökologische Standards. Dies erwartet sie auch von ihren Partnern und Lieferanten.

Unternehmensführung

Die Post orientiert sich an der «Richtlinie betreffend Informationen zur Corporate Governance» von Swiss Exchange und an den Empfehlungen des «Swiss Code of Best Practice for Corporate Governance» von economiesuisse.

Nachhaltige Beschaffung

Lieferanten müssen den Sozial- und Ethikkodex der Post einhalten. Er fordert unter anderem die Einhaltung der Menschenrechte, das Verbot von Kinderarbeit, eine angemessene Entlohnung und die Beachtung ökologischer Prinzipien der Post.

Mit der Mitgliedschaft in der weltweit tätigen Organisation Fair Wear Foundation (FWF) verpflichtet sich die Post zu einer strengen Kontrolle und nachhaltigen Implementierung von Sozialstandards bei ihren Bekleidungslieferanten.

Im ökologischen Bereich setzen wir auf Standards wie die FSC-Zertifizierung bei Papier oder die Energieetikette für elektrische Geräte. Die Post hat sich verpflichtet, alle Neubauten mindestens nach Minergie-Standard zu erstellen.

Regeln zum Umgang mit Risikobereichen

In verbindlichen Regeln und Weisungen legt die Post für ihre Mitarbeitenden fest, wie umzugehen ist mit Risikobereichen wie Datenschutz, Beschaffung, Antikorruption, Kartellrecht und Geldwäscherei.

Ökologische Standards

Die Post setzt ihre Nachhaltigkeitsstrategie gemäss einem Umweltmanagementsystem um. Einzelne Konzernbereiche sind nach ISO 14 001 zertifiziert. Die Umweltwirkung von Prozessen und Produkten der Post erfassen wir mittels Ökobilanzen. Unser Umweltaccounting beruht auf dem Greenhouse Gas Protocol.

Nachhaltigkeitsberichterstattung

Seit 2006 verfasst die Post im Rahmen der integrierten Geschäftsberichterstattung einen Nachhaltigkeitsbericht nach dem Leitfaden der Global Reporting Initiative.

Risikopolitik

Die Schweizerische Post versteht effizientes und vorausschauendes Risikomanagement als eine wichtige und Werte schaffende Führungsaufgabe. Risikomanagement gehört zu den Kernfunktionen des unternehmerischen Handelns und ist ein tragendes Element für den Erfolg.

Ziele

Ziel des Risikomanagements ist nicht die Vermeidung sämtlicher Risiken, sondern das Schaffen von Handlungsspielräumen, die das bewusste Eingehen von Risiken aufgrund einer umfassenden Kenntnis der Risiken und der Risikozusammenhänge (Risikotragfähigkeit/Risikoappetit) erlaubt.

Der kontrollierte Umgang mit den Risiken soll dazu beitragen, bestehende Chancen konsequent zu nutzen und den Geschäftserfolg zu steigern.

Das Konzernrisikomanagement unterstützt die Erreichung der Unternehmensziele durch

- Schaffen von Transparenz über die Risikosituation als Grundlage für risikobewusste und chancenorientierte Entscheidungen in der Strategiebeurteilung sowie im operativen Geschäft
- Förderung einer proaktiven statt reaktiven Führung
- Verbesserung des Vertrauens der Stakeholder
- bewusste Risikoidentifikation und -bewältigung
- Erkennen möglicher Gefahren für die Vermögens-, Ertrags- und Finanzlage
- Priorisierung der Risiken und des Handlungsbedarfs; Begrenzung der Risiken auf ein akzeptables Niveau mittels gezielter Steuerung durch entsprechende Massnahmen und deren Überwachung
- Übereinstimmung mit gesetzlichen und regulatorischen sowie (internationalen) Normen.

Damit soll dazu beigetragen werden

- die Risikotragfähigkeit zu berechnen sowie den Risikoappetit festzulegen
- das Risikobewusstsein und die Risikotransparenz zu verbessern
- die Motivation und Befähigung auf allen Stufen zu fördern, um ein effizientes internes Kontrollsystem zu erreichen und zu unterhalten sowie eine risikobewusste Kultur bei allen Mitarbeitenden zu fördern
- alle wesentlichen Risiken systematisch zu identifizieren, angemessen zu steuern und laufend zu überwachen
- Risikoakkumulationen aufzuzeigen, zuverlässige und ausreichende sowie stufengerechte Management-Informationen über die Risikosituation sicherzustellen
- die Risikokosten des Konzerns zu optimieren.

Grundsätze

Das Risikomanagement wird geprägt durch die folgenden Grundsätze:

- Im Konzern Post werden keine Risiken eingegangen, welche existenzgefährdend sein können.
- Risikomanagement ist integraler Bestandteil der Geschäfts-, resp. Führungsprozesse und damit Teil der Entscheidungsfindung.
- Risikomanagement erfolgt in der Verantwortung der Linienverantwortlichen im Rahmen ihrer Geschäftsführungsaufgaben durch Selbsteinschätzung der Risiken und Definition sowie Umsetzung geeigneter Massnahmen zur Steuerung der Risiken.
- Risikomanagement umfasst alle mit der Geschäftstätigkeit verbundenen Risiken, beschränkt sich also nicht nur auf finanzielle Risiken.
- Risikomanagement ist transparent und umfassend, dynamisch, iterativ und reagiert auf Veränderungen.
- Risikomanagement stützt sich auf die best verfügbaren Informationen.
- Voraussetzung für ein wirksames Risikomanagementsystem ist die Einhaltung der systematischen Strukturen des Risikomanagementprozesses mit klarer und eindeutiger Zuordnung von Aufgaben, Kompetenzen und Verantwortung sowie eine auf das Zielpublikum ausgerichtete Berichterstattung.
- Das Management sowie alle Mitarbeitenden unterstützen das Risikomanagement und beteiligen sich aktiv.
- Die reibungslose Funktionsfähigkeit, Zuverlässigkeit des Risikomanagementsystem werden laufend überwacht und gegebenenfalls angepasst.
- Das Risikomanagementsystem ist in geeigneter Weise zu dokumentieren. Grundsätze, Richtlinien sowie die Ergebnisse der Analysen sind schriftlich festgelegt und an die betreffenden Stellen kommuniziert.
- Der Verwaltungsrat erlässt das Reglement Risikomanagement Post.
- Der Verwaltungsratsausschuss ARC ist direkte Ansprechstelle für den Risikomanager Konzern.
- Der Konzern sowie die KG/Bereiche implementieren den vorgegebenen Risikomanagementprozess im eigenen Verantwortungsbereich gemäss den Vorgaben im Reglement Risikomanagement Post.

**Herausgeberin und
Auskunftsstelle**
Die Schweizerische Post
Kommunikation
Ronny Kaufmann
Viktoriastrasse 21
3030 Bern

Telefon 058 338 77 21
Fax 058 667 31 73
infoplattform@post.ch



Post und Politik

DIE POST 

Die Post trägt gesellschaftliche Verantwortung Klimaschutz und soziales Engagement

Nachhaltigkeitsthemen gewinnen bei der Schweizerischen Post sowie bei anderen Unternehmen immer mehr an Bedeutung und sind Teil einer nachhaltigen Unternehmensstrategie. Als innovatives Unternehmen sieht die Schweizerische Post in einem ökologisch und sozial verantwortungsvollen Handeln die Chance, mit neuen Produkten und Dienstleistungen veränderten Kundenwünschen zu begegnen und dabei gleichzeitig zum langfristigen Erfolg des Unternehmens beizutragen.

Als grösstes Transport- und Logistikunternehmen der Schweiz betreibt die Post ein energieintensives Geschäft. Aus diesem Grund verfolgt sie eine konsequente Klimaschutzstrategie.

Klimaschutzstrategie



Die Post reduziert den Energieverbrauch so weit wie möglich (Steigerung der Energieeffizienz), ersetzt

Energien aus nicht erneuerbaren Quellen durch erneuerbare Energien und kompensiert einen Teil des verbleibenden CO₂-Ausstosses durch Kauf hochwertiger Emissionsreduktionszertifikate.

Sie hat bereits heute einen optimalen Transport-Mix mit hohem Bahnanteil. Alle Briefzentren sowie einzelne Logistikzentren sind an die Bahn angeschlossen.

Durch Routenoptimierung und maximale Auslastung der Transportfahrzeuge wird die Energieeffizienz zusätzlich verbessert. Das Umweltaccountingsystem der Post weist den CO₂-Footprint aus und schafft damit Transparenz über die Umwelteinwirkung. Die Resultate dienen als Grundlage zur kontinuierlichen Verbesserung.

Ambitioniertes Ziel

Mit einem anspruchsvollen Massnahmenpaket will die Post bis Ende 2013 ihren jährlichen CO₂-Ausstoss um 15 000 Tonnen reduzieren. Das entspricht etwa dem jährlichen Treibhausgasausstoss einer Schweizer Gemeinde mit 2500 Einwohnern.

Elektro- und Biogasfahrzeuge

Mit rund 4000 Elektrofahrzeugen in der Briefzustellung hat die Post bereits heute die grösste Elektrorollerflotte Europas und baut diese weiter aus. Eine Empa-Studie belegt, dass der Gesamtenergieverbrauch von Elektrorollern deutlich geringer ist als von herkömmlichen Fahrzeugen. Bis 2016 soll die ganze Rollerflotte in der Briefzustellung leise und emissionsarm mit Strom aus Windkraft fahren.

Dafür wurde die Post mit dem «World Mail Award 2012» in der Kategorie «Corporate Social Responsibility» ausgezeichnet. Die Jury begründete ihren Entscheid damit, dass die klimaneutrale Briefzustellung ein gelungenes Beispiel für eine gelebte Nachhaltigkeitsstrategie sei.

Auch bei ihren Lieferwagen setzt die Post auf erneuerbare Energien. Seit 2011 sind ihre über 160 Gasfahrzeuge ausschliesslich mit Biogas unterwegs. Zurzeit testet die Post zudem erste Elektrolieferwagen in der Brief- und Paketzustellung.

Dank dieser Massnahmen wird die Post unabhängiger von fossilen Treibstoffen und reduziert gleichzeitig ihre Treibhausgasemissionen.

Hybrid- und Brennstoffzellenbusse

PostAuto erweitert die Anzahl Hybridbusse von 11 auf 18 Fahrzeuge. Mit dem kombinierten Antrieb aus Diesel- und Elektromotor wird im Überlandverkehr bis zu 30 Prozent weniger Diesel verbraucht.

Als erstes Schweizer Unternehmen setzt PostAuto die Brennstoffzellentechnologie im öffentlichen Verkehr ein.

Die Post handelt

Schon seit 2008 bezieht die Post ihren Strom zu 100 Prozent aus erneuerbaren Quellen. Seit 2012 bezieht sie diesen aus erneuerbaren Energiequellen der Schweiz, hauptsächlich aus Wasserkraft. Zugleich kauft die Post «naturemade star»-Ökostrom aus Windkraft im Jura sowie aus Solarkraft und Biomasse von Schweizer Kleinbetrieben ein.

Seit Dezember 2011 fahren auf den Postautolinien in und um Brugg (AG) fünf Brennstoffzellenpostautos. Mitte Mai 2012 hat die Post in Brugg zudem die erste Schweizer Wasserstofftankstelle für Busse in Betrieb genommen.

Energieeffizienz bei Postgebäuden

Dank dem Projekt «Ergo» konnte der Energieverbrauch von acht Grossgebäuden mit verschiedenen Massnahmen um über 20 Prozent gesenkt werden. Die eingesparten 0,9 Millionen Franken pro Jahr übertreffen den finanziellen Aufwand um das Zehnfache. Im Briefzentrum Härkingen kann die Abwärmenutzung durch den Einbau einer Wärmepumpe optimiert werden. Dadurch lässt sich der CO₂-Ausstoss um über 2000 Tonnen pro Jahr reduzieren. Die Investitionskosten von CHF 600 000 sind innerhalb von zwei Jahren amortisiert.

Ab 2012 rüstet die Post zudem alle neuen Leuchtschriften und Leuchtkästen auf die effiziente Beleuchtungstechnik LED um. Die Mehrkosten lassen sich dank der geringeren Energie- und Unterhaltskosten schon nach sechs Jahren amortisieren.

Photovoltaikanlagen

Wo technisch realisierbar, werden Gebäude der Post mit Photovoltaikanlagen ausgerüstet. Die Einrichtung einer Photovoltaikanlage auf jedem der rund 20 geeigneten Postgebäude ergäbe eine Stromproduktion von 6600 Megawattstunden pro Jahr. Dies würde 3 Prozent des Strombedarfs der Post decken. Für die Photovoltaikanlagen stellt die Post Investitionen von 40 Millionen Franken zur Verfügung. Seit März 2013 in Betrieb ist eine Anlage auf dem Dach des Briefzentrums Zürich-Mülligen. Mit einer jährlichen Stromproduktion für 370 Schweizer Haushalte ist sie eine der grössten Photovoltaikanlagen der Schweiz.

Gezielte Massnahmen

Zur Reduktion von 15 000 Tonnen CO₂ pro Jahr plant die Post insbesondere:

- konsequente Schulungen aller Chauffeure in Eco-Drive-Fahrtechnik
- den Ersatz von über 5500 Benzinrollern für die Zustellung durch Elektrofahrzeuge
- die Förderung effizienter Haustechniksysteme und Neubauten im Minergiestandard
- maximale Auslastung der Transporte durch Optimierungsprogramme.

Klimaneutraler Versand

Seit April 2012 kompensiert die Post die CO₂-Emissionen des gesamten Inlandbriefverkehrs. Für alle übrigen Sendungen können Postkundinnen und -kunden die CO₂-Emissionen durch einen geringen Zuschlag mit «pro clima»-Versand kompensieren.

Die Post investiert sämtliche Zuschläge aus dem klimaneutralen Versand in ausgewählte Klimaschutzprojekte wie ein Schweizer Projekt, das mit Biogasanlagen auf Bauernhöfen Ökostrom produziert oder ein Windenergieprojekt in der Türkei. Diese Projekte wären ohne Zusatzfinanzierung der Post nicht realisierbar gewesen.

Soziale Verantwortung

Die Post betreibt eine fortschrittliche Personalpolitik, setzt auf einen offenen Dialog mit ihren Sozialpartnern und ermöglicht ihren Mitarbeitenden ein ausgewogenes Verhältnis von Arbeit und Privatleben. In der Vorsorgepolitik berücksichtigt die Post die Auswirkungen einer alternden Gesellschaft, indem sie das Pensionierungsalter maximal flexibili-

siert. Mitarbeitende können von 58 bis 67 Jahren in Pension gehen. Damit kann eine absehbare Welle von Pensionierungen auf mehrere Jahre verteilt und abgefedert werden. Modelle von Teilpensionierungen sind ebenfalls möglich.

Seit Jahren legt sie Wert darauf, auch leistungsverminderte Personen zu beschäftigen. Heute beschäftigt die Post in der Schweiz rund 650 Personen mit einer Behinderung.

Die Post will gleichzeitig ihre Leistungsfähigkeit stärken und ihre Innovationskraft steigern. Deshalb setzt sie auf Berufsbildung, Weiterbildung und Nachwuchsförderung. So stellt sie sicher, dass ihre Mitarbeitenden ihr Wissen und ihre Kompetenzen kontinuierlich ausbauen.

Mit einem vielseitigen Lehrstellenangebot ermöglichte die Post 2012 rund 750 Jugendlichen den Einstieg in die Berufswelt. Insgesamt befinden sich heute über 2000 Lernende in zwölf verschiedenen Grundbildungen in den Berufsfeldern Logistik, Verkauf und Kommunikation, Informatik und Instandhaltung.

Überall in der Schweiz

Die Post erfüllt ihren Grundversorgungsauftrag für Postdienste und für den Zahlungsverkehr in der ganzen Schweiz zu distanzunabhängigen Preisen. Die Tarife für die Beförderung von Briefen und Paketen sind im europäischen Vergleich (kaufkraftbereinigt) trotz hoher Qualität günstig. Die Post bietet ein leistungsfähiges und dichtes Netz mit rund 3600 Zugangspunkten (etwa 2250 Poststellen und Agenturen und 1250 Hausservices). In über 700 Pick-Post-Stellen können Pakete und eingeschriebene Briefe teilweise weit ausserhalb der normalen Ladenöffnungszeiten abgeholt werden. Zudem stehen den Kunden in der ganzen Schweiz über 15 000 Briefeinwürfe und rund 1000 Postomaten zur Verfügung.

Das Postautonetz ist mit knapp 11 000 Streckenkilometern sehr dicht und erschliesst mit mehr als 14 000 Haltestellen selbst abgelegene Weiler.

Die Post bietet in den Berggebieten und im weiteren ländlichen Raum über 20 600 Arbeitsplätze an. Bei rund einem Fünftel dieser Arbeitsplätze wäre aus rein betriebswirtschaftlicher Sicht eine Konzentration angezeigt. Trotzdem wurden in den letzten Jahren viele Arbeitsplätze dezentralisiert. Damit nimmt die Post auch ihre regionalpolitische Verantwortung wahr.

Fair produzierte Kleider

Als erstes Schweizer Grossunternehmen ist die Schweizerische Post 2012 der Fair Wear Foundation (FWF) beigetreten und will damit Vorbild für andere Schweizer Unternehmen sein. Mit der Mitgliedschaft in der weltweit tätigen Organisation verpflichtet sich die Post zu einer strengen Kontrolle und nachhaltigen Implementierung von Sozialstandards bei ihren Bekleidungslieferanten. Im Fokus stehen sozialverantwortliche Arbeitsbedingungen an den Produktionsstandorten. Jedes Jahr versendet die Post 300 000 Kleidungsstücke an die 38 000 Mitarbeitenden mit Postbekleidung.

Kodex für Lieferanten

Seit 2006 garantieren Lieferanten durch die Unterzeichnung eines Sozial- und Ethik-Kodex, die Menschenrechte zu beachten, Diskriminierungen und Kinderarbeit auszuschliessen, landesübliche Mindestlöhne und Arbeitszeiten einzuhalten sowie Verantwortung gegenüber der Umwelt wahrzunehmen.

Breites Engagement

Das gesellschaftliche Engagement der Post umfasst schliesslich auch die Bereiche Sport- (Laufsport, Eishockey) und Kultursponsoring (Film, Klassische Musik). Zudem unterstützt die Post karitative Tätigkeiten bei Pro Juventute, Pro Patria und die Aktion 2x Weihnachten.

Position der Post

Der Bund als Eigner erwartet in den strategischen Zielen eine nachhaltige und ethischen Grundsätzen verpflichtete Unternehmensstrategie.

Die Post hat die Nachhaltigkeit in ihrer Konzernstrategie verankert und strebt nach einer angemessenen Balance zwischen ökologischem Handeln, gesellschaftlicher Verantwortung und wirtschaftlichem Erfolg.

Die Post will bezogen auf ihre gesellschaftliche Verantwortung zu den führenden Unternehmen gehören.

Weitere Informationen

www.post.ch/politik
www.post.ch/nachhaltigkeit

Arbeitsplätze im ländlichen Raum

 [post.ch/post-startseite/post-konzern/post-engagement/post-engagement-gesellschaft/post-engagement-arbeit-in-randregionen.htm](https://www.post.ch/post-startseite/post-konzern/post-engagement/post-engagement-gesellschaft/post-engagement-arbeit-in-randregionen.htm)

Ausgleich zwischen Stadt und Land

Die Post beschäftigt Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in allen Regionen des Landes. Sie verzichtet bewusst auf eine Konzentration von Arbeitsplätzen in den Ballungszentren.

Die Post trägt innerhalb ihrer betriebswirtschaftlichen Möglichkeiten den Anliegen der Regionen Rechnung. Wir bieten rund 20'000 Arbeitsplätze in Berggebieten und im weiteren ländlichen Raum an und leisten damit einen Beitrag zum Gleichgewicht zwischen Stadt und Land.

Dezentrale Arbeitsplätze abseits der Ballungszentren

Bei rund einem Fünftel der Arbeitsplätze in den Randregionen wäre aus rein betriebswirtschaftlicher Sicht eine Konzentration angezeigt. Trotzdem hat die Post zum Beispiel ihren Kundendienst nicht in den Ballungszentren, sondern in Freiburg und Schaffhausen angesiedelt. PostFinance unterhält Operations Center unter anderem in Bulle (FR), Bellinzona (TI) und Netstal (GL). Bei der Neukonzeption der Briefsortierung hat die Post zudem sechs Logistikzentren Briefverarbeitung in den Regionen geschaffen, um die Arbeitsplätze besser zu verteilen.

Wirtschaftlich schwächere Regionen fördern

Die Post ist überzeugt, dass ein starkes Gemeinwesen den Zusammenhalt unseres Landes fördert. Sie will daher eine bedeutende Arbeitgeberin in den Randregionen bleiben. Im Zuge ihrer wirtschaftlichen Entwicklung will sie weiterhin in die Randregionen investieren und Arbeitsplätze schaffen.



UITP- Charta für eine nachhaltige Entwicklung

Die UITP, der Internationale Verband für Öffentliches Verkehrswesen, und ihre Mitglieder haben sich einer nachhaltigen Entwicklung verschrieben. Die Unterzeichner dieser Charta, mit der die von UITP-Mitgliedern bereits geleistete Arbeit gewürdigt wird, verpflichten sich Sorge zu tragen, dass die drei Prinzipien einer nachhaltigen Entwicklung, nämlich die soziale, wirtschaftliche und ökologische Verträglichkeit, in ihren Aktivitäten fest verankert werden und dass die Entwicklung des öffentlichen Verkehrssektors im Hinblick auf ihre sozialen, wirtschaftlichen und ökologischen Auswirkungen nachhaltig bleibt.

Die UITP-Mitglieder haben die Möglichkeit, die komplette Charta oder die Verpflichtung zu unterzeichnen.

Charta-Vollmitglieder

Mitglieder, die die komplette Charta unterzeichnen, haben der Verpflichtung zu einer nachhaltigen Entwicklung bereits durch ihre Taten Rechnung getragen und verfolgen eine Politik zur Förderung der Einführung nachhaltiger Verfahrensweisen in ihrer Geschäftspraxis.

Charta-Vollmitglieder haben folgende Voraussetzungen geschaffen:

- Die sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Prinzipien der Nachhaltigkeit werden in ihren Organisationen als strategisches Ziel anerkannt;
- Es besteht ein internes und/oder externes System zur regelmäßigen Berichterstattung über die Umsetzung der Prinzipien einer nachhaltigen Entwicklung innerhalb der Organisation und ihren Aktivitäten.

Mitglieder, die die Verpflichtung unterzeichnen

All jene, die die Verpflichtung unterzeichnen, erklären, dass sie zwischen den UITP-Weltkongressen die obengenannten Voraussetzungen schaffen und hierüber berichten können.

Verbände, welche die Charta oder die Verpflichtung unterzeichnen, verpflichten sich zu ähnlichen, aber unterschiedlichen Richtlinien.

Die Mitglieder der UITP und der Charta verpflichten sich dazu:

- 1) durch Dialog und den Austausch über bewährte Verfahrensweisen mit allen Akteuren die Führungsqualitäten in Sachen nachhaltige Entwicklung zu fördern;
- 2) auf die internationale Politik sowie auf die der eigenen Regierungen einzuwirken, damit sie ein verantwortungsbewusstes Gleichgewicht zwischen sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Erwägungen herstellen;
- 3) Schulungs- und Mentoring-Maßnahmen durch Aktivitäten und Foren zu unterstützen, die sich auf Verfahren einer nachhaltigen Entwicklung konzentrieren;
- 4) regelmäßig über „nachhaltige Entwicklungen“ und gute Beispiele zu berichten.

Die UITP wird:

- ein Rahmenwerk propagieren und entwickeln, das den Mitgliedsorganisationen dabei helfen soll, in den Entscheidungsprozessen auf allen zuständigen Ebenen die Gesichtspunkte einer nachhaltigen Entwicklung zu berücksichtigen;
- geeignete Schulungen und Sensibilisierungsmaßnahmen in Sachen nachhaltige Entwicklung durchführen und
- einen repräsentativen, sektorenspezifischen Bericht über nachhaltige Entwicklung erstellen, der auf internationaler Ebene verteilt wird.

Partnerschaften der Post

Gemeinsam mehr erreichen

Bereich	Partnerschaft	Kurzbeschreibung
	UN Global Compact	Die Unternehmen verpflichten sich, ihre Geschäftstätigkeiten und Strategien an zehn universell anerkannten Prinzipien aus den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung auszurichten. Für die Post bedeutet der Beitritt ein weiteres wichtiges Bekenntnis zur Nachhaltigkeit als fester Bestandteil ihrer Unternehmens- und Führungskultur.
Ökologie	Green Freight Europe	Green Freight Europe ist eine freiwillige, unabhängige Initiative mit dem Ziel, umweltfreundlichere Leistungen im europäischen Strassentransport zu erreichen. Dank erhöhter Transparenz beim Reporting von Treibhausgasemissionen können Verbesserungspotenziale identifiziert werden.
	Klimaschutzinitiativen der Postbranche	Wir beteiligen uns an den Initiativen von PostEurop und der International Post Corporation (IPC). Gemeinsam legen wir internationale Standards für die Branche fest und verringern den CO ₂ -Ausstoss postalischer Dienstleistungen. Bis 2020 möchte die internationale Postbranche ihren CO ₂ -Ausstoss um mindestens 20% gegenüber 2008 reduzieren.
	Nachhaltigkeitscharta der Union internationale des transports publics (UITP)	PostAuto hat die UITP-Nachhaltigkeitscharta unterzeichnet, die folgende Ziele umfasst: Reduktion von Umweltbelastung und CO ₂ -Ausstoss, Umsetzung sozialer Gerechtigkeit und Förderung ökonomisch nachhaltiger Transportsysteme.
	öbu	Mit der Mitgliedschaft in der öbu beteiligt sich die Schweizerische Post an einem Think Tank, in dem Umwelt-, Sozial- und Managementthemen diskutiert werden. Die öbu realisiert Projekte in Wirtschaft und Politik und fördert den Erfahrungsaustausch zwischen den Mitgliedern. Sie setzt sich für politische Rahmenbedingungen ein, welche die Anstrengungen der Wirtschaft in Richtung Nachhaltigkeit rentabel machen. Die Post unterstützt zudem die alljährlich stattfindende Veranstaltung Forum ö.
	Schweiz Mobil	PostAuto ist Mitglied in der Trägerschaft von Schweiz Mobil und setzt so einen Schwerpunkt die kombinierte Mobilität in der Schweiz weiter zu entwickeln.
	Verein für umweltgerechte Energie (VUE)	Als Mitglied beim VUE unterstützt die Post die Förderung neuer erneuerbarer Energien und ökologischer Energieprodukte.
	WWF Climate Savers	Die Post führt ihr 2009 lanciertes Engagement in der WWF Climate Group seit Januar 2013 bei den WWF Climate Savers fort und verpflichtet sich, substantiell zum Klimaschutz beizutragen. Im Einklang mit ihrer Nachhaltigkeitsstrategie mit Fokus Klimaschutz bietet die Post klimafreundliche Produkte und Dienstleistungen an, fördert den Einsatz von Fahrzeugen mit alternativen Antriebstechnologien und setzt weitere Massnahmen zur Reduktion der Treibhausgasemissionen um.

Bereich	Partnerschaft	Kurzbeschreibung
Soziales / Gesellschaft	ActionJam	Vernetzung der Innovationsverantwortlichen in der Schweiz
	Aktion 2 x Weihnachten	2 x Weihnachten ist eine gemeinnützige Aktion, die gemeinsam vom Schweizerischen Roten Kreuz (SRK), der SRG SSR und der Post durchgeführt wird. Jedes Jahr werden mehr als 70'000 Pakete mit Warenspenden durch die Post gesammelt und durch das SRK an Bedürftige im In- und Ausland verteilt.
	Bildung Detailhandel Schweiz (BDS)	Schweizweite Organisation der Arbeitswelt im Detailhandel
	Business and Professional Women	Verband berufstätiger Frauen – Partnerschaft
	Compasso	Informationsportal für die Zusammenarbeit mit Menschen mit Handicap – Partnerschaft
	Fair Wear Foundation (FWF)	Als erstes Schweizer Grossunternehmen ist die Schweizerische Post im Jahr 2012 der Fair Wear Foundation (FWF) beigetreten und will damit Vorbild für andere Schweizer Unternehmen sein. Mit der Mitgliedschaft in der weltweit tätigen Organisation verpflichtet sich die Post zu einer strengen Kontrolle und nachhaltigen Implementierung von Sozialstandards bei ihren Bekleidungslieferanten. Im Fokus stehen soziale Arbeitsbedingungen an den Produktionsstandorten. Jedes Jahr versendet die Post 300'000 Kleidungsstücke an die 38'000 Mitarbeitenden mit Postbekleidung. Für ihren Beitritt zur Fair Wear Foundation wurde die Schweizerische Post mit dem Schweizer Ethikpreis 2012 ausgezeichnet. Dieser Preis wird jährlich von der «Haute Ecole d'Ingénierie et de Gestion» des Kantons Waadt verliehen.
	GetDiversity	Netzwerk für Verwaltungsrätinnen und Stiftungsrätinnen – Partnerschaft
	Max Havelaar	Die Personalrestaurants der Post schenken ausschliesslich Kaffee mit dem Fairtrade-Label der Stiftung Max Havelaar aus und führen weitere Fairtrade-zertifizierte Produkte. Dank Fairtrade Max Havelaar können die Kleinbauern ihren Kaffee zu gerechten Bedingungen verkaufen und dadurch ihre Lebensbedingungen aus eigener Kraft verbessern.
	PACTE	Partnerschaft
	Pro Patria und Pro Juventute	Wir unterstützen die beiden Stiftungen bei der Gestaltung und beim Verkauf ihrer Briefmarken. Die erhobenen Zuschläge setzt Pro Patria vor allem für Kulturprojekte ein. Pro Juventute engagiert sich für die Bedürfnisse und Rechte von Kindern und Jugendlichen in der Schweiz.
	Schweizer Pärke	PostAuto ist Partner der Schweizer Pärke und setzt im 2014 einen Kommunikationsschwerpunkt.
Schweizerische Vereinigung für Führungsausbildung (SVF-ASFC)	Zertifizierung von Führungsausbildungen	
Schweizerische Vereinigung für die Berufsbildung in der Logistik (SVBL)	Schweizweite Organisation der Arbeitswelt in der Logistik	

Bereich	Partnerschaft	Kurzbeschreibung
	Silberfuchs	Verband für Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer über 45 – Partnerschaft
	UN Women's Empowerment Principles	Initiative von UN Women und UN Global Compact zur Stärkung der Frauen in Unternehmen
	Verband Wirtschaftsfrauen Schweiz	Verband zur Vernetzung von Frauen in Kaderpositionen – Partnerschaft
	Weltpostverein	Wir fördern Postorganisationen in Entwicklungsländern direkt oder in enger Zusammenarbeit mit dem Weltpostverein.
Wirtschaft	Global Standard 1	Zusammenarbeit mit dem Ziel, bei der Post im Logistikbereich Standards und Lösungen zu entwickeln, damit der Wertschöpfungsprozess effizient und effektiv gestaltet ist.
	Institut für Jungunternehmer	Partnerschaft im Bereich der Zielgruppe Jungunternehmer
	Schweizerische Normenvereinigung	Zusammenarbeit mit dem Ziel, bei der Erarbeitung von schweizerischen, europäischen und internationalen Normen im Gebiet Technik/Dienstleistungen des postalischen Bereichs mitzuarbeiten.
	Startups.ch	Partnerschaft im Bereich der Zielgruppe Jungunternehmer
	Universität Bern	Partnerschaft Berner Business Creation Wettbewerb / Entrepreneurship
Wissenschaft	Ecole Polytechnique Fédérale de Lausanne (EPFL); Transportation Center	Mobilitätsprojekte
	EPFL; Finanzierung Lehrstuhl «Management des Industries de Réseaux (MIR)»	Forschung, Beratung und Weiterbildung
	EPFL, Center for Pedagogical Research and Support	Beratung, Forschung und Entwicklung im Umfeld der Informatik; Nutzung von Eventräumen
	Eidgenössische Technische Hochschule Zürich (ETHZ), Management, Technologie und Ökonomie	Austausch und Begleitausschuss «pro clima»
	Fachhochschule Nordwestschweiz	Betrieb der Plattform swissDIGIN-Forum
	Florence School of Regulation	Austausch zu Regulierungsfragen in Zusammenarbeit mit EPFL
	Hochschule Luzern	Begleitung von Projekten, Fachbeirat Managing Diversity

Bereich	Partnerschaft	Kurzbeschreibung
	HSW Bern und Hochschule Luzern	Zusammenarbeit im Bereich Nachwuchssicherung und Potenzialnutzung in innovationsorientierten Organisationen
	Hochschule St. Gallen, Institut für Logistik, Prof. Stölzle	Projekte im Umfeld der Logistik
	Hochschule St. Gallen	Unterstützung der Studentenorganisation OIKOS und Begleitausschuss «pro clima»
	Hochschule St. Gallen, Prof. Torsten Tomczak	Projekte im Bereich Brand Excellence
	Hochschule St. Gallen und Business School Lausanne	Forschungsauftrag zur nachhaltigen Beschaffung
	Päd. Hochschule des Kantons Bern	Zusammenarbeit im Bereich Learning Apps
	Universität Bern	Austausch über die Entwicklung der digitalen Information
	Universität Zürich, Prof. Imhof	Austausch über die Qualität der Medien
	ZHAW, Departement Facility Management	Praktika und Direkteinstiegsstellen für Studenten; Absolventenkongress
Marketing / Branding	Branding Institute Prof. M. Casanova	Interessengemeinschaft Branding
	Schweizerisches Institut für Klein- und Mittelunternehmen	KU-Publikation mit Co-Branding, Beratung und Redaktion
	Universitäten Basel, Bern, St. Gallen und Zürich; Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW)	Zusammenarbeit im Bereich Hochschulmarketing

Herausgeberin und Auskunftsstelle
 Die Schweizerische Post
 Kommunikation
 Konzernpublikationen
 Viktoriastrasse 21
 3030 Bern

Projekte international

 post.ch/post-startseite/post-konzern/post-engagement/post-engagement-gesellschaft/post-engagement-entwicklungszusammenarbeit.htm

Know-how und technische Hilfe für Postbetriebe

Die Post unterstützt Postbetriebe in Entwicklungsländern direkt oder in enger Zusammenarbeit mit dem Weltpostverein.

Die Schweizerische Post hat in Togo die Installation von Fotovoltaikanlagen auf zwei Postgebäuden finanziert. Im Februar 2012 konnte die erste Anlage in Lomé Kégué errichtet werden, im Juli 2013 folgte die zweite Anlage in Notsé. Die beiden Projekte konnten in Zusammenarbeit mit IAS (Ingénieurs & Architectes Solidaires, Genève) realisiert werden. Seit Anfang Dezember ist auch die Anlage in Notsé in Betrieb.



Neben konkreten Entwicklungsprojekten vor Ort unterstützt die Post den Weltpostverein dabei, die weltweite postalische Servicequalität zu verbessern und damit das weltweite Postnetz effizienter zu machen. Wir stellen Expertinnen oder Experten für Projekte im Ausland zur Verfügung, unterstützen Seminare finanziell oder bringen unsere Erfahrung in die Ausbildung von Vorgesetzten ein.



2 x Weihnachten

 post.ch/post-startseite/post-konzern/post-engagement/post-engagement-gesellschaft/post-sponsoring-sozio-2x-weihnachten.htm

73'000 Pakete für 2 x Weihnachten

Bei der zum siebzehnten Mal durchgeführten Aktion 2 x Weihnachten kamen 73'000 Pakete zusammen. Die gesammelten Waren kommen über die Kantonalverbände des Schweizerischen Roten Kreuzes Bedürftigen in der Schweiz zugute. In Zusammenarbeit mit den nationalen Rotkreuz-Gesellschaften wird ein Teil auch an Familien und soziale Institutionen in Moldawien, Bulgarien, Weissrussland und Bosnien-Herzegowina verteilt.

2 x Weihnachten ist eine gemeinnützige Aktion, die gemeinsam vom Schweizerischen Roten Kreuz (SRK), der SRG SSR und der Schweizerischen Post getragen wird. Die Bevölkerung spendet während der Weihnachtszeit Lebensmittel und Artikel des täglichen Bedarfs. Die Post transportiert diese kostenlos ins Logistikcenter des SRK in Wabern (Bern), wo sie von Postmitarbeitenden und Freiwilligen des SRK sortiert und an Bedürftige weiterverteilt werden.

Die 18. Ausgabe der Initiative findet vom 24. Dezember 2014 bis am 10. Januar 2015 statt.

Für Kinder und Jugendliche

 [post.ch/post-startseite/post-konzern/post-engagement/post-engagement-gesellschaft/post-engagement-kinde-jugendliche.htm](https://www.post.ch/post-startseite/post-konzern/post-engagement/post-engagement-gesellschaft/post-engagement-kinde-jugendliche.htm)

Von der Weihnachtspost bis zur IT-Schulung

Kinder und Jugendliche liegen der Post am Herzen. Deshalb unterstützen wir Pro Juventute sowie die Initiative beesmart, stellen Schulen gratis Lernmaterial zur Verfügung, lancieren Bildungsprojekte für Jugendliche und helfen dem Christkind bei der Weihnachtspost.

Pro Juventute

Die Post erhebt Zuschläge auf Pro-Juventute-Briefmarken. Mit diesem Geld unterstützt Pro Juventute Kinder und Jugendliche sowie deren Eltern durch verschiedenste Angebote und Programme.

PostDoc

Die Post bietet Schulen kostenlos stufengerechte Lehrmittel zum Thema Kommunikation an: vom Kindergarten bis zur Berufsschule. PostDoc unterstützt den abwechslungsreichen und praxisnahen Unterricht und ist auf kantonale Lehrpläne abgestimmt.

Aktion Christkind

Jedes Jahr erhält die Post etwa 18'000 Kinderbriefe an das Christkind und den Weihnachtsmann. Die Post hilft und schickt den Kindern in ihrer Sprache eine Antwort und ein Geschenk.

PostFinance Trophy

Die PostFinance Trophy – das grösste nationale Eishockey-Schülerturnier – begeistert junge Sportler.



Grundlage unseres Handelns

Verhaltenskodex Post



Ziel und Verbindlichkeit

Dieser Verhaltenskodex beschreibt die Erwartungen an das Verhalten der Mitarbeitenden der Schweizerischen Post und ihrer Konzerngesellschaften.

Zusammen mit den Kernwerten – zuverlässig, wertsteigernd, nachhaltig – ist er zentrale Handlungsanweisung an alle Mitarbeitenden.

Verantwortung und Respekt

Alle Mitarbeitenden übernehmen die Verantwortung für ihr Handeln und Verhalten gegenüber den Menschen, der Gesellschaft und der Umwelt.

Ihr Verhalten gegenüber sämtlichen Anspruchsgruppen wie Mitarbeitern, Kunden, Lieferanten, Partnern, Eigner oder Öffentlichkeit ist jederzeit respektvoll, korrekt und frei von Diskriminierung.

Integrität und Sorgfalt

Alle Mitarbeitenden bemühen sich um Integrität. Ihr Handeln orientiert sich an den Kernwerten sowie an den Unternehmenszielen. Befinden sie sich in einem Interessenskonflikt, legen sie diesen offen und sorgen für eine Lösung im Interesse der Post.

Die Mitarbeitenden sind unbestechlich und stellen Dritten keine ungerechtfertigten Vorteile in Aussicht. Sie gehen mit den Daten und Informationen, dem Know-how, dem materiellen und geistigen Eigentum der Post sorgsam um.

Gesetze und Regeln

Alle Mitarbeitenden handeln gesetzmässig. Sie kennen und respektieren das interne Regelwerk der Post und halten sich sowohl im Umgang miteinander als auch bei der Erfüllung ihrer Aufgaben gegenüber Dritten daran.

Im Umgang mit Kunden und Mitarbeitern wahren die Mitarbeitenden in ihrer Tätigkeit jederzeit die Interessen der Post und halten dabei konsequent die gesetzlichen und internen Vorschriften ein.

Verstöße und Konsequenzen

Alle Mitarbeitenden melden Verstöße gegen diesen Verhaltenskodex oder einen entsprechenden Verdacht ihrem Vorgesetzten oder anonym über die externe Website www.post-courage.ch.

Die Mitarbeitenden tragen bei Verstößen die personalrechtlichen und gesetzlichen Folgen.

Bei Fragen zu diesem Verhaltenskodex wenden sich die Mitarbeitenden an ihre Vorgesetzten oder die zuständige Personalstelle.

Erlassen vom Verwaltungsrat am 20. Dezember 2011

Präventionskonzept gegen Wirtschaftskriminalität bei der Schweizerischen Post

Unter Wirtschaftskriminalität versteht die Schweizerische Post strafbare Handlungen von Mitarbeitenden und Organen gemäss Unternehmensstrafrecht sowie strafbare Handlungen gegen das Vermögen im Sinne des Schweizerischen Strafgesetzbuches. Das Präventionskonzept Wirtschaftskriminalität deckt die strafrechtliche Verantwortung der Führungskräfte in Bezug auf Vermögenswerte ab. Die zivilrechtliche Verantwortung richtet sich nach OR Art. 716a und wird durch die Corporate Governance und Compliance abgedeckt.

In einer Risikoanalyse wurden fünf für die Post relevante Delikte identifiziert: Geldwäscherei und Terrorismusfinanzierung, Diebstähle und ähnliche Delikte, Korruption, Bilanzdelikte und Informatikdelikte. Das Konzept kann jederzeit mit weiteren Delikten ergänzt werden.

Für jedes mögliche Delikt sind spezifische Präventions- und Aufklärungsmassnahmen definiert. Je nach Art der Deliktsarten sind dies ganze Abteilungen, wie die Unternehmenssicherheit, oder Konzernvorgaben, wie das IT-Grundschutzhandbuch. Dazu kommen allgemeine Instrumente, die für jede Deliktsart zur Anwendung kommen können, wie der webbasierte Whistleblowing-Prozess Courage. Jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter kann Delikte an die Vorgesetzten melden oder sich an die Hotline der Unternehmenssicherheit wenden oder eine anonyme Meldung über www.post-courage.ch machen. Im Zweifelsfall kann auch mit dem Rechtsdienst, der Unternehmenssicherheit oder der Konzernrevision Kontakt aufgenommen werden.

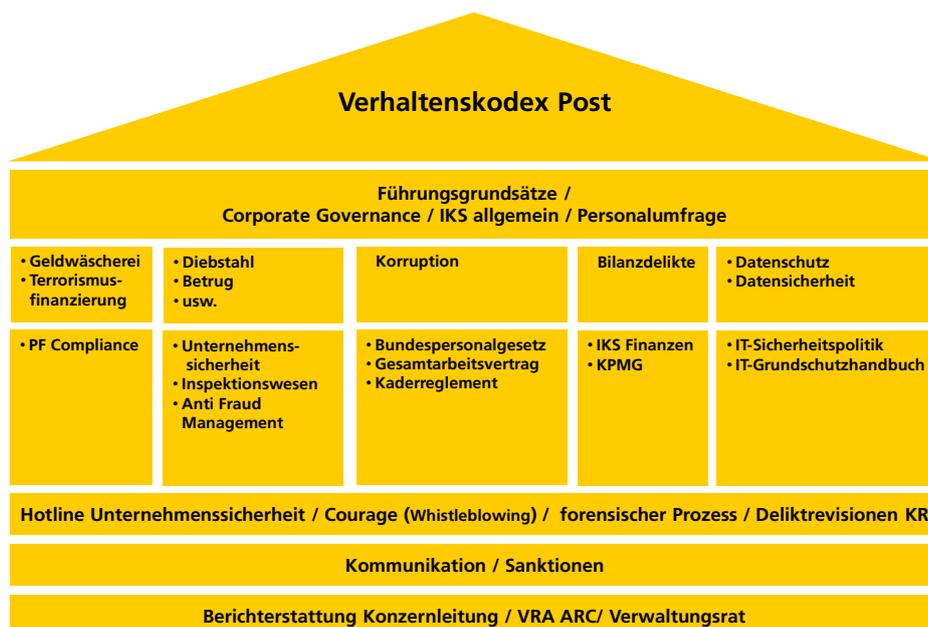


Abbildung: Übersicht zum Präventionskonzept gegen Wirtschaftskriminalität

Herausgeberin und Auskunftsstelle

Die Schweizerische Post
Konzernrevision
Postfach
Viktoriastrasse 21
3030 Bern

Telefon +41 (0)58 338 40 68
Telefax +41 (0)58 667 33 68
E-Mail martina.zehnder@post.ch

Wettbewerbsregeln

 [post.ch /post-startseite/post-konzern/post-konzern-uebersicht/post-konzerngrundsaeetze/post-wettbewerbsregeln.htm](https://www.post.ch/post-startseite/post-konzern/post-konzern-uebersicht/post-konzerngrundsaeetze/post-wettbewerbsregeln.htm)

Die Schweizerische Post und ihre Konzerngesellschaften bekennen sich zur Einhaltung der Regeln im freien Wettbewerb und halten sich daran. Dazu gehören etwa das Kartellgesetz oder das Bundesgesetz gegen unlauteren Wettbewerb. Die Post erfüllt ihre im Gesetz verankerte Aufgabe der Grundversorgung und schöpft gleichzeitig die zulässigen Handlungsfelder aus. Bei den Wettbewerbsdiensten gelten für die Post die gleichen Regeln wie für private Anbieter – gesetzliche Ausnahmen vorbehalten.

Nachhaltig handeln

In unsere Zukunft investieren

Die Post bekennt sich zum Prinzip der Nachhaltigkeit: Sie handelt wirtschaftlich, ökologisch und sozial verantwortungsbewusst. Sie ist überzeugt, dass sich eine nachhaltige Unternehmensführung langfristig auszahlt: für das Wohl der Gesellschaft, für eine intakte Umwelt und für den Erfolg des Unternehmens.

In ihrer Unternehmensvision hat die Post die Kernwerte «zuverlässig», «wertsteigernd» und «nachhaltig» verankert. Auch der Bundesrat erwartet in seinen strategischen Zielen von der Post «eine nachhaltige und ethischen Grundsätzen verpflichtete Unternehmensstrategie» und dass sie Effizienzsteigerungspotenziale ausschöpft.

Nachhaltigkeitsverständnis der Post

Nachhaltigkeit ist ein fester Bestandteil der Unternehmens- und Führungskultur der Post. Die Nachhaltigkeit ihres Geschäftserfolgs stellt die Post durch die angemessene Balance zwischen ökologischem Handeln, gesellschaftlicher Verantwortung und wirtschaftlichem Erfolg sicher.

- Sie trägt Sorge zur Umwelt und erbringt ihre Dienstleistungen möglichst klimaschonend.
- Sie nimmt ihre gesellschaftliche Verantwortung wahr, indem sie mit ihrem Dienstleistungsangebot einen wichtigen Beitrag zur Erreichbarkeit von allen Menschen und Regionen in der Schweiz leistet.
- Ihre soziale Verantwortung gegenüber ihren Mitarbeitenden drückt sich in einer fortschrittlichen Personalpolitik aus.
- Sie beschafft unter Einhaltung von sozialen und ökologischen Standards.
- Sie strebt in den ihr offenstehenden Märkten eine führende Stellung an, die ihre wirtschaftliche Position sichert.

Handlungsschwerpunkt Klimaschutz

Die Post setzt sich schon seit mehreren Jahren für den Schutz der Umwelt, für die Gesellschaft und für eine moderne Personalpolitik ein. Dieses Engagement wird sie auch in Zukunft mit voller Kraft weiterführen. Gezielt verstärkt sie ihr Handeln zugunsten des Klimaschutzes und damit in Energiethemen. Der Klimawandel ist eines der drängendsten Probleme unserer Zeit und geht alle etwas an. Wirtschaftliche und gesellschaftliche Fragen von globaler Bedeutung sind damit verknüpft. Das heute teils stark von fossilen Energien abhängige Geschäft der Post und ihre Rolle als Unternehmen in der Gesellschaft verpflichten sie dazu, zu handeln. Die Post übernimmt Verantwortung – in der Schweiz und weltweit.

Nachhaltigkeitsstrategie 2014 -16

In ihrer 2013 von der Konzernleitung verabschiedeten Nachhaltigkeitsstrategie mit Schwerpunkt Klimaschutz setzt die Post ihr Engagement für die Ökologie gezielt fort: Sie will ihre CO₂-Emissionen weiter reduzieren. In der Konzernstrategie hat sie ein ehrgeiziges CO₂-Effizienzziel und einen Massnahmenplan verankert. Im Bereich der sozial-gesellschaftlichen Verantwortung werden wichtige Themen spezifisch vertieft. Hier wird das Augenmerk auf eine nachhaltige Beschaffung sowie auf die Förderung und Sicherheit der Mitarbeitenden gelegt.

Die Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie des Konzerns wird durch den bereichsübergreifenden Fachausschuss Nachhaltigkeit koordiniert. Zur Finanzierung von wichtigen Pilot- und Leuchtturmprojekten besteht ein interner Nachhaltigkeitsfonds.

So geht die Post vor:

1. Effizienzpotenziale ausschöpfen

Durch intelligente Transportplanung, energiesparende Fahrtechniken und die verbesserte Energieeffizienz von Fahrzeugen und Gebäuden spart sie Energie und Kosten.

2. In die besten verfügbaren Technologien investieren

Sie beschafft verbrauchsarme Fahrzeuge und energieeffiziente IT-Geräte. Neubauten erstellt sie nach Minergie-Eco und SNBS Standard. Langfristig zahlen sich diese Investitionen nicht nur für die Umwelt, sondern auch finanziell aus.

3. Erneuerbare Energien fördern

Um unabhängiger von fossilen Energieträgern zu werden, setzt die Post auf erneuerbare Energien oder Technologien, die auf erneuerbaren Energien basieren.

4. Ökologische Produkte anbieten

Sie bietet Kundinnen und Kunden CO₂-neutrale Dienstleistungen an, wie den «pro clima»-Versand oder andere umweltfreundliche Produkte.

5. Sozial und gesellschaftlich verantwortliches Handeln

Sie legt Wert auf die Aus-/ Weiterbildung sowie das Gesundheitsmanagement für ihre Mitarbeitenden. Zudem beschafft sie entlang der gesamten Beschaffungskette unter Einhaltung sozialer und ökologischer Standards.

6. Sensibilisierung und Kompetenzen der Mitarbeitenden verbessern

Die Post sensibilisiert und schult Mitarbeitende in Umwelt- und Energiethemen und verbessert deren Nachhaltigkeitsmanagement kontinuierlich.

Herausgeberin und Auskunftsstelle

Die Schweizerische Post
Politik und gesellschaftliche Verantwortung
Viktoriastrasse 21
Postfach
3030 Bern

E-Mail nachhaltigkeit@post.ch
Internet www.post.ch



Ökologisch unterwegs

 [post.ch/post-startseite/post-konzern/post-engagement/post-engagement-umwelt/post-engagement-mobilitaet.htm](https://www.post.ch/post-startseite/post-konzern/post-engagement/post-engagement-umwelt/post-engagement-mobilitaet.htm)

Die Post modernisiert ihre Fahrzeugflotte kontinuierlich, um Umweltbelastungen zu reduzieren. Sie setzt immer mehr Fahrzeuge mit Elektro, Hybrid- oder Biogasantrieb ein. So sind in der Zustellung der Post bereits rund 5000 Elektroroller unterwegs. Das ist europäische Spitze.

Wir verfolgen mit grossem Interesse die Entwicklung neuer Antriebstechnologien und beteiligen uns an Pilotprojekten. Immer wieder setzen wir neue Fahrzeuge ein und testen diese – wissenschaftlich begleitet – auf ihre ökonomischen und ökologischen Eigenschaften.

Die grösste Elektrorollerflotte Europas

Mit zurzeit rund 5000 Elektrorollern in der Zustellung unterhält die Post die grösste derartige Flotte Europas. Bis 2016 fährt die ganze Rollerflotte der Post umweltfreundlich mit Ökostrom. Die mit Batterien betriebenen Roller erzeugen keine Emissionen und sind praktisch geräuschlos. Der benötigte Strom stammt zu 100 Prozent aus erneuerbaren Energien aus der Schweiz, der mit dem höchsten Qualitätslabel "naturmade star" ausgezeichnet ist. Bereits heute sparen die Elektroroller jährlich 3500 Tonnen CO₂ ein. Für die Briefzustellung testet die Post Elektrolieferwagen.

Der Gasantrieb hat Zukunft

Unsere Gasfahrzeugflotte gehört zu den grössten der Schweiz: In der Paketzustellung setzen wir rund 150 Lieferwagen ein, die zu 100% mit Biogas fahren.

Nachhaltiges Flottenmanagement

Wir ersetzen unsere Fahrzeuge aus ökologischen und ökonomischen Gründen regelmässig. Unser hochmoderner Fahrzeugpark wird durch innovative, sparsame Antriebssysteme immer umweltfreundlicher.

Postauto und andere Alternativen

Die Mobilitätslösungen von Postauto wirken sich positiv auf das Gesamtverkehrssystem der Schweiz aus: Ein Postauto mit 40 Plätzen ersetzt bis zu 40 Fahrten mit Personenwagen. Zudem hat Postauto fünf Brennstoffzellen-Busse im Einsatz und die erste Schweizer Wasserstoff-Tankstelle in Brugg in Betrieb genommen. Selbstverständlich motiviert die Post ihre Mitarbeitenden dazu, für den Arbeitsweg das Postauto, den Bus, die Bahn oder das Velo zu benutzen.

- [Gasfahrzeuge](#)

Elektromobilität

 [post.ch/post-startseite/post-konzern/post-engagement/post-engagement-klimaschutz/post-engagement-elektromobilitaet.htm](https://www.post.ch/post-startseite/post-konzern/post-engagement/post-engagement-klimaschutz/post-engagement-elektromobilitaet.htm)

Emissionsarm unterwegs

Die Post baut ihre Flotte an Elektrofahrzeugen stetig aus. So wird sie unabhängiger von fossilen Treibstoffen und reduziert Treibhausgasemissionen. Die Lösung ist besonders klimafreundlich, weil die Post zu 100% erneuerbaren und «naturemade basic»-zertifizierten Strom aus der Schweiz bezieht.

Im Bereich Elektromobilität hat die Post die Nase vorn: Mit zurzeit über 5000 Elektrorollern in der Zustellung unterhält die Post die grösste derartige Flotte Europas. Bis 2016 fährt die ganze Rollerflotte der Post umweltfreundlich mit Strom. Die mit Lithium-Ionen-Batterien betriebenen Roller erzeugen keine Emissionen und sind praktisch geräuschlos. Der benötigte Strom stammt zu 100% aus erneuerbaren Energien. Bereits heute sparen die Elektroroller jährlich über 3500 Tonnen CO₂ ein. Für die Briefzustellung sind zudem erste Elektrolieferwagen unterwegs.

Gasfahrzeuge

 [post.ch/post-startseite/post-konzern/post-engagement/post-engagement-umwelt/post-engagement-mobilitaet/post-engagement-gasfahrzeuge.htm](https://www.post.ch/post-startseite/post-konzern/post-engagement/post-engagement-umwelt/post-engagement-mobilitaet/post-engagement-gasfahrzeuge.htm)

Gas statt Diesel: geringere Umweltbelastung

Erdgasmotoren stossen weniger ozonbildende, gesundheitsgefährdende Luftschadstoffe aus als Dieselmotoren.

Bei Zustellung und Transporten will die Post ihre CO₂-Emissionen reduzieren. Dazu nutzt sie immer häufiger auch Fahrzeuge mit Gasantrieb: Sie betreibt eine der grössten Erdgasfahrzeugflotten der Schweiz.

Emissionen bei der Paketzustellung reduziert

Unsere Gasfahrzeugflotte gehört zu den grössten der Schweiz: In der Paketzustellung setzen wir rund 130 Lieferwagen ein, die zu 100% mit Biogas fahren.

Die Post beabsichtigt, die Flotte an Erdgasfahrzeugen noch auszubauen, vor allem, wenn noch bessere Fahrzeugmodelle auf den Markt kommen und das Tankstellennetz ausgebaut wird.

Erdgas auch für Linienbusse

Nach Versuchen in den Kantonen Glarus und Jura sowie im Fürstentum Liechtenstein ist auch der Trend für Erdgaslinienbusse vorgezeichnet. In Liechtenstein stehen über 20 Erdgasbusse im Einsatz.

Mitarbeitendenmobilität

 [post.ch/post-startseite/post-konzern/post-engagement/post-engagement-mitarbeitende/post-engagement-mitarbeitermobilitaet.htm](https://www.post.ch/post-startseite/post-konzern/post-engagement/post-engagement-mitarbeitende/post-engagement-mitarbeitermobilitaet.htm)

Die Post bevorzugt öffentliche Verkehrsmittel

Die Mitarbeitenden der Post legen täglich rund eine Million Kilometer für ihren Arbeitsweg oder auf Geschäftsreisen zurück. Damit dies möglichst klimafreundlich geschieht, motiviert die Post dazu, Bahn, Bus oder Velo zu benutzen oder gemeinsam Auto zu fahren.

Die Arbeitswege unserer Mitarbeitenden tragen zur Klimabelastung bei. Ein grosser Teil der Mitarbeitenden nutzt jedoch schon heute öffentliche Verkehrsmittel oder das Fahrrad. Das fördert die Post und sensibilisiert ihre Mitarbeitenden für eine nachhaltige, effiziente und die Gesundheit fördernde Mobilität.

Halbtax-Abo gratis, GA vergünstigt

Die Mitarbeitenden der Post profitieren von attraktiven Vergünstigungen im öffentlichen Verkehr: Das Halbtax-Abonnement bekommen alle Mitarbeitenden gratis; wer ein Generalabonnement (GA) bevorzugt, erhält für die 2. Klasse einen Zuschuss von 20%. Alle Lernenden erhalten das GA gratis.

Geschäftsreisen: besser umweltfreundlich

Grundsätzlich werden für Geschäftsreisen öffentliche Verkehrsmittel benutzt. Dafür stehen unentgeltliche Tagesstreckenkarten zur Verfügung. Kann auf das Auto nicht verzichtet werden, steht eine Flotte Personenwagen zur Verfügung. Um diese auszulasten, werden die Fahrzeuge zum Teil in einem Sharingmodell betrieben: Autos, die Mitarbeitende der Post tagsüber nutzen, können Dritte abends und nachts fahren. Post-Mitarbeitende können zudem die Fahrzeuge von Mobility CarSharing Schweiz nutzen.

Gesund und emissionsfrei: Velo fahren – auch mit PubliBike

Die Post motiviert ihre Mitarbeitenden, mit dem Velo zur Arbeit zu fahren, z.B. indem sie die Aktion Bike to Work von Pro Velo unterstützt. Mitarbeitende legen dabei rund einen Monat lang einen Teil des Arbeitswegs per Velo zurück.

Mit dem öffentlichen Verkehr ankommen und per Velo oder E-Bike die Innenstadt geniessen: Das ist PubliBike. Für Mitarbeitende der Post ist die letzte Meile der kombinierten Mobilität gratis. Sie können mit ihrem Mitarbeitendenausweis an 112 PubliBike-Stationen in der Schweiz mehr als 1'100 Velos und E-Bikes ausleihen.

Elektromobilität für alle: «eShare»

Die Post bietet mit «eShare» ein Carsharing mit umweltfreundlichen Elektrofahrzeugen an. Mitarbeitende und Privatkunden können diese in Riehen, Klein- und Grossbasel, Geroldswil und im Zentrum von Ittigen (BE) mieten. Unternehmen und Verwaltungen profitieren von attraktiven Angeboten für das Full-Service-Flottenmanagement.

Energieeffiziente Logistik

 [post.ch/post-startseite/post-konzern/post-engagement/post-engagement-klimaschutz/post-engagement-energieeffiziente-logistik.htm](https://www.post.ch/post-startseite/post-konzern/post-engagement/post-engagement-klimaschutz/post-engagement-energieeffiziente-logistik.htm)

Optimierte Transporte: Energie und Kosten sparen

Die Post ist sich besonders aufgrund ihrer Transportleistungen ihrer ökologischen Verantwortung bewusst. Sie steigert ihre Energieeffizienz: durch eine intelligente Transportplanung, energiesparende Fahrtechniken und den Einsatz innovativer, sparsamer Antriebssysteme.

Wo Briefe, Pakete und Güter transportiert werden, wird Energie verbraucht. CO₂-Emissionen entstehen, die zur Klimaerwärmung beitragen. Durch eine energieeffiziente Logistik hat die Post ihren CO₂-Ausstoss bereits erheblich reduziert.

Intelligente Transportplanung

Bei Strassentransporten optimieren wir Prozesse, sodass wir Leerfahrten vermeiden. Wir steigern den Auslastungsgrad und stimmen die Fahrzeuggrösse auf die Fracht ab.

Moderne Fahrzeugflotte

Die Post setzt für grosse Frachten rund 30 Doppeldeckerlastwagen ein. Sie haben eine um 50% höhere Ladekapazität als Lastwagen mit Sattelauflegern. Die Anzahl Fahrten wird minimiert. Dies reduziert die Emissionen um rund 35 Tonnen CO₂ pro Sattelzug und Jahr.

Treibstoff sparen

Unsere Fahrerinnen und Fahrer erlernen in Kursen die «Eco-Drive-Fahrtechnik», um Treibstoffverbrauch, Verschleiss und CO₂-Emissionen zu vermindern. Die umweltfreundliche Eco-Drive-Fahrweise beinhaltet zügiges Beschleunigen und vorausschauendes und gleichmässiges Fahren. Da die Postmitarbeitenden Eco-Drive auch im Privatfahrzeug anwenden, tragen sie zu einer zusätzlichen CO₂-Reduktion bei.

Alle neuen Fahrzeuge über 3.5 Tonnen Gesamtgewicht rüsten wir mit einem Treibstoffverbrauchsmessgerät aus, dank dem die Fahrweise angepasst und Treibstoff gespart werden kann.

Klimafreundliche Bahntransporte

 [post.ch/post-startseite/post-konzern/post-engagement/post-engagement-klimaschutz/post-engagement-bahntransporte.htm](https://www.post.ch/post-startseite/post-konzern/post-engagement/post-engagement-klimaschutz/post-engagement-bahntransporte.htm)

Die Post nutzt die Schiene

Die Post nutzt wo immer möglich Bahntransporte – zum Beispiel für die eigenen Transporte zwischen den Briefzentren. Im internationalen Vergleich belegt die Post damit einen Spitzenplatz. Die Post entwickelt attraktive, klimafreundliche Angebote wie den «Kombiverkehr».

Bei der Reorganisation der Paket- und Briefzentren hat die Post auf den kombinierten Verkehr mit Schwergewicht Schiene gesetzt. Die optimale Schienenanbindung hatte bei allen Neubauten oberste Priorität. Die Bahn wird vor allem für Transporte zwischen den Zentren eingesetzt.

Die Post erneuert ihren Schienenfuhrpark

Der posteigene Schienenfuhrpark wird stetig erneuert, um seine Energieeffizienz zu steigern. Moderne und leistungsfähige Fahrzeuge wie Diesellokomotiven mit Partikelfilter oder umweltschonende Zweiwegfahrzeuge, die sowohl auf der Strasse als auch auf der Schiene fahren, bewirken eine deutliche Reduktion der Emissionen.

Umweltfreundlich: Kombiverkehr reduziert CO₂-Emissionen

Beim Kombiverkehr kombiniert die Post Strassen- und Bahntransport miteinander. Das Angebot eignet sich für Kunden, die regelmässig Container mit Handelswaren, Rohstoffen, Schüttgut oder Gefahrgut transportieren.

So gehts: Wir holen Waren ab und bringen sie per Lastwagen zu einer Umschlagplattform, wo sie auf die Schiene verladen werden. Die Bahn befördert die Waren zur nächsten Umschlagplattform. Dort werden sie in ein Fahrzeug umgeladen und umgehend an den Zielort transportiert. Täglich werden so Tausende LKW-Kilometer gespart und die CO₂-Emissionen reduziert.

Geräte und Informatik

 [post.ch/post-startseite/post-konzern/post-engagement/post-engagement-umwelt/post-engagement-geraete-und-informatik.htm](https://www.post.ch/post-startseite/post-konzern/post-engagement/post-engagement-umwelt/post-engagement-geraete-und-informatik.htm)

Die Post setzt auf energieeffiziente Elektronik

Die Post spart Energie, indem sie modernste Technologien nutzt. Dazu achten wir bei der Beschaffung elektrischer Geräte auf Standards wie die Energieetikette. Mit «Green IT» setzen wir bei der Informatik möglichst auf umwelt- und ressourcenschonende Technologien.

Wir beschaffen Geräte, auch Raumkühlgeräte, der Energieeffizienzklasse A. Unsere Lebensmittelkühlgeräte entsprechen der Energieeffizienzklasse A++. Bei Neubauten oder Sanierungen setzen wir CO₂-effiziente Heizungstechniksysteme ein. Die Post nutzt Energiesparlampen.

«Green IT»: energieeffiziente Informatik

Im Bereich Informatik besteht ein grosser Energiebedarf. Rechenzentren beispielsweise sind Energiegrossoverbraucher. Hinzu kommen die vielen individuellen Arbeitsplätze. Der Post ist es gelungen, hier ihren Energieverbrauch stetig zu senken: durch die Investition in sparsamere Server, PCs, Notebooks und Bildschirme. Bei der Beschaffung beachten wir auch Aspekte wie Lärmbelastung, Wärmeabgabe, Schadstoffe, Recycling und Entsorgung.

Virtualisierung von Servern

Durch den Einsatz von Virtualisierungstechnologien konnte die Post die Anzahl an Servern markant verringern. Entsprechend sanken der Energie- und der Kühlbedarf der IT-Installationen – was der Umwelt zugutekommt.

Optimierte Energieeffizienz

 [post.ch/post-startseite/post-konzern/post-engagement/post-engagement-klimaschutz/post-engagement-gebäudeoptimierung.htm](https://www.post.ch/post-startseite/post-konzern/post-engagement/post-engagement-klimaschutz/post-engagement-gebäudeoptimierung.htm)

Gebäudeoptimierung

Die Post optimiert ihre Gebäude in Bezug auf Energie- und Ressourceneffizienz. Neubauten erstellen wir nach Minergie-, Minergie-ECO- oder DGNB-Standard.

Wir wollen in Postgebäuden den Energieverbrauch sowie Wärme-, Kälte-, Strom- und Wasserkosten reduzieren. Dazu setzen wir auf unkomplizierte, wirtschaftliche und effiziente Massnahmen: Wir senken die Heizwassertemperatur, optimieren Steuerung und Pumpenleistung und installieren Wasserspardüsen sowie wassersparende Toilettenanlagen.

Minergie-Standard für Post-Neubauten

Die Post hat sich verpflichtet, Neubauten nach Minergie-, Minergie-ECO- oder DGNB-Standard zu errichten. Diese Standards zeichnen sich durch einen sehr niedrigen Energieverbrauch aus. Der neue Hauptsitz von PostFinance, ein 13-stöckiges Hochhaus, wurde nach Minergie-ECO-Standard gebaut. Neben Komfort und Energieeffizienz bewertet dieser Standard auch eine ökologische Bauweise. Für den neuen Hauptsitz der Post wird zusätzlich zum Minergie-Standard auf das DGNB-Qualitätslabel der Deutschen Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen gesetzt. Das Nachhaltigkeitskonzept des DGNB Systems betrachtet alle wesentlichen Aspekte des nachhaltigen Bauens aus den sechs Themenfeldern Ökologie, Ökonomie, soziokulturelle und funktionale Aspekte, Technik, Prozesse und Standort. Das Projektkonzept für den neuen Hauptsitz erhielt 2011 bereits ein DGNB Vorzertifikat in Gold. Ziel ist es, nach Abschluss der Bauarbeiten das Zertifikat in Gold definitiv zu erlangen. Der PostParc in Bern wird nach Minergie-Anforderungen erstellt.

Beispiel Rechenzentren von PostFinance

Im Rechenzentrum in Zofingen wurde die Ölheizung durch eine Wärmepumpe ersetzt und die bestehende Klima-Kältemaschine umfunktioniert sowie deren Steuerung optimiert. Jetzt heizt die Abwärme der Systemräume das Gebäude. Im Rechenzentrum in der Engehalde Bern liess sich die Energieeffizienz ebenfalls durch optimierte Klima-Kälteanlagen steigern.

Erneuerbare Energien

 [post.ch/post-startseite/post-konzern/post-engagement/post-engagement-klimaschutz/post-engagement-erneuerbare-energien.htm](https://www.post.ch/post-startseite/post-konzern/post-engagement/post-engagement-klimaschutz/post-engagement-erneuerbare-energien.htm)

Die Post baut auf erneuerbare Energien

Die Post setzt auf erneuerbare Energieträger. Schon seit 2008 beschafft die Post Strom vollumfänglich aus erneuerbaren Energien, seit 2012 zu 100% aus der Schweiz und seit 2013 vollständig „naturemade basic“-zertifiziert. Davon sind 5% hochwertiger „naturemade star“-zertifizierter Ökostrom, der von einer Windturbine auf dem Mont Crosin im Jura und von diversen Bauernhöfen, Kleinbetrieben und ökologischen Kleinwasserkraftwerken aus der ganzen Schweiz produziert wird. Zudem fahren die Zustell-Gasfahrzeuge zu 100% mit Biogas.

Schwindende Reserven an fossilen Energien, hohe Energiepreise und die Herausforderungen des Klimawandels lassen erneuerbare Energien immer attraktiver werden. Die Post hat dies erkannt und bezieht ihren Strom deswegen zu 100% aus «naturemade basic»-zertifizierten erneuerbaren Energiequellen aus der Schweiz. Wo technisch realisierbar, werden Gebäude der Post mit Fotovoltaikanlagen ausgerüstet. Bereits sind acht Anlagen in Betrieb (Stand Ende 2013). Acht weitere sind geplant oder befinden sich im Bau. Gesamthaft plant die Post nach Abschluss aller Projekte bis 2016 jedes Jahr rund 7600 Megawattstunden Solarstrom ins öffentliche Netz einzuspeisen. Die Post leistet so einen wichtigen Beitrag zur Umsetzung der Energiestrategie 2050 des Bundes.

Innovationen für Güter- und Personentransport gefragt

Grundsätzlich möchten wir längerfristig immer unabhängiger von fossilen Energieträgern werden, auch im Güter- und Personentransport. Deshalb verfolgen wir mit grossem Interesse Innovationen und alternative Antriebstechnologien. Regelmässig testen wir in Zusammenarbeit mit den Herstellern neue Fahrzeugmodelle, die helfen, Klima- und Umweltbelastungen zu reduzieren. Auch in Bezug auf Treibstoffe beobachten wir Entwicklungen wie Biotreibstoffe oder Biogas. Seit 2011 fährt die Post ihre Gasfahrzeuge nur noch mit lokal produziertem und klimafreundlichen Biogas. Zudem sind Hybrid- und Brennstoffzellenbusse und Elektrolieferwagen für die Post im Einsatz.

Moderne Heiztechnologien für Postgebäude

Wir nutzen verstärkt Produkte und Technologien, die auf erneuerbaren Energien basieren. Zur Beheizung unserer Gebäude setzen wir möglichst immer häufiger auf innovative Lösungen, die Fernwärme oder Erdwärme nutzen. In den Rechenzentren von PostFinance haben wir Wärmepumpen eingesetzt und nutzen die Abwärme.

Umgang mit Abfall

 [post.ch/post-startseite/post-konzern/post-engagement/post-engagement-umwelt/post-engagement-abfall-und-recycling.htm](https://www.post.ch/post-startseite/post-konzern/post-engagement/post-engagement-umwelt/post-engagement-abfall-und-recycling.htm)

Vermeiden, verwerten und entsorgen

Die Post trennt, entsorgt und verwertet ihre Abfälle mit einem eigenen Konzept. Soweit möglich führt sie Abfälle einem Recyclingprozess zu.

Wir trennen Abfälle sortenrein und führen sie der Wiederverwertung zu: vom Papier über Metalle bis zu alten Elektrogeräten. Die Post lanciert zudem neue Projekte für den Umgang mit Abfällen.

Papier, Karton, Folien und Paletten wiederverwerten

Unsere Logistikzentren sammeln Karton, Stretchfolie und Einwegpaletten sortenrein und führen diese Stoffe Recyclingbetrieben zu. Um Ressourcen zu schonen, hat die Post die Stärke der Stretchfolie reduziert.

Um den Papierverbrauch zu senken, geht die Post sparsam mit dieser Ressource um. Alles Papier, das wir brauchen ist FSC-zertifiziert. Der Forest Stewardship Council (FSC) ist eine gemeinnützige Organisation, die sich weltweit für eine umweltgerechte, sozialverträgliche und wirtschaftlich tragbare Waldwirtschaft einsetzt. Unser Kopierpapier besteht zudem zu 30% aus Recyclingfasern. PostFinance setzt überdies auf Sammelsendungen: Dabei erhalten Kundinnen und Kunden ihre Konto- oder Depotauszüge, Beilagen und Zinsabschlüsse in einem einzigen Couvert. Das E-Finance-Angebot von PostFinance ist eine weitere Möglichkeit, wie Kundinnen und Kunden die Post dabei unterstützen können, Papier zu sparen.

Elektrische Geräte

Die Post sammelt und entsorgt gemeinsam mit der Schweizerischen Abfallsammelstellenkette «brings» die alten Elektrogeräte ihrer Kunden. An unseren Schaltern nehmen wir nicht mehr benötigte Elektrogeräte aller Art, die Karten und Kartenlesegeräte von PostFinance sowie SAT Access Karten kostenlos entgegen. Wir nehmen ausrangierte Handys zurück und vergüten diese je nach Zustand, Modell und Alter mit einem Einkaufsgutschein.

Recycling at home

Mit dem Service «Recycling at Home» haben Nespresso-Kunden die Möglichkeit, gebrauchte Kaffeekapseln bei sich zu Hause abholen zu lassen.

Klimaschutzprojekte

 [post.ch/post-startseite/post-konzern/post-engagement/post-engagement-klimaschutz/post-pro-clima/post-pro-clima-klimaschutzprojekte.htm](https://www.post.ch/post-startseite/post-konzern/post-engagement/post-engagement-klimaschutz/post-pro-clima/post-pro-clima-klimaschutzprojekte.htm)

«pro clima»-Versand: Wirkung in der Schweiz und im Ausland

Die Post kompensiert die CO₂-Emissionen aus den «pro clima»-Sendungen: Sie fördert im In- und Ausland ausschliesslich Klimaschutzprojekte, die höchste Qualitätsanforderungen erfüllen. Bei internationalen Projekten verlangt die Post den «Gold Standard». Das Qualitätslabel garantiert verifizierte CO₂-Reduktionen und die Förderung der nachhaltigen Entwicklung in den Projektregionen. Zudem bestätigt es, dass die Projekte ohne die Zusatzfinanzierung durch den Verkauf von CO₂-Zertifikaten nicht realisiert worden wären. Die Post kauft CO₂-Zertifikate, die den Ausgleich der CO₂-Emissionen der «pro clima»-Sendungen in diesen Projekten bescheinigen.

Gewinner Onlinewahl 2014 internationales Klimaschutzprojekt

«pro clima»-Kundinnen und -Kunden und die Mitarbeitenden der Post haben in einer Onlinewahl vom 18. bis 26. Februar 2014 ein internationales Gold Standard-Klimaschutzprojekt gewählt, in das künftig «pro clima»-Zuschläge investiert werden. Mit 51% der Stimmen hat das Projekt "Biogasanlagen für Privathaushalte, Kambodscha" gewonnen. Das Projekt "Energieeffiziente Kochöfen, Ghana" erhielt mit 49% der Stimmen nicht den Zuschlag.



Unser Schweizer Klimaschutzprojekt: Ökostrom von Bauernhöfen

Weiterhin führt die Post die 2011 begonnene Unterstützung des Schweizer Projekts "Ökostrom von Bauernhöfen" fort. Dieses Projekt hat als erstes die strengen Richtlinien des Bundesamtes für Umwelt (BAFU) für inländische Kompensationsprojekte erfüllt: Das sehr klimaschädliche Treibhausgas Methan wird in Biogasanlagen auf Bauernhöfen in der Schweiz eingefangen und in Ökostrom und Wärme umgewandelt.



Fachjury

Eine unabhängige Fachjury berät die Post bei der Auswahl der Klimaschutzprojekte:

- Alexander Barkawi, Präsident oikos Foundation for economy and ecology
- Volker Hoffmann, Professor am Departement Management, Technologie und Ökonomie, Gruppe für Nachhaltigkeit und Technologie (SusTec), Eidg. Technische Hochschule ETH Zürich
- Sara Stalder, Geschäftsleiterin Stiftung für Konsumentenschutz (SKS)
- Andreas Tschöpe, Geschäftsleiter Schweizerische Arbeitsgemeinschaft Jugendverbände (SAJV)
- Thomas Vellacott, CEO WWF Schweiz

Assurance Bericht ('Independent Assurance Report') zur vollständigen Treibhausgas-Bilanz 2013 (THG-Bilanz) der Schweizerischen Post, zur THG-Bilanz des Angebots «pro clima» und dessen nachgelagerten Finanzflüssen zur Kompensation der THG-Emissionen

An das Management der Schweizerischen Post, Bern („Post“) und den «pro clima» Begleitausschuss.

Wir wurden beauftragt, die vollständige THG-Bilanz 2013 der Schweizerischen Post und der THG-Bilanz 2013 für das Angebot «pro clima» der Post sowie die Kompensation der THG-Emissionen resultierend aus den «pro clima» Sendungen durch THG-Emissionszertifikate („Kompensation“) zu prüfen.

Umfang und Prüfgegenstand

Unsere betriebswirtschaftliche Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit fokussierte auf Daten und Informationen zur Erstellung der vollständigen THG-Bilanz 2013, der THG-Bilanz «pro clima» 2013 und dessen nachgelagerten Finanzflüssen zur Kompensation der THG-Emissionen für das am 31. Dezember 2013 abgeschlossene Geschäftsjahr der Post und umfasste folgende Teile der Berichterstattung:

- Grundlagendaten, Berechnungsvorgehen und -prozesse sowie Berechnungsmethodik zur vollständigen THG-Bilanz 2013 der Post;
- Grundlagendaten, Berechnungsvorgehen und -prozesse sowie Berechnungsmethodik zur THG-Bilanz 2013 pro postalischer Dienstleistung im Zusammenhang mit dem Angebot «pro clima» sowie dazugehöriger Kompensation inklusive der korrekten Verwendung der «pro clima» Kundengelder; und
- Führungs- und Berichterstattungsprozesse sowie das Kontrollumfeld im Bereich der Datenaggregation der THG-Bilanz «pro clima» 2013 sowie dazugehöriger Kompensation.

Kriterien

Wir haben für unsere Überprüfung folgende Kriterien angewendet:

- ISO 14064-1: Grundlagen und Anforderungen zu Quantifizierung, Monitoring und Berichterstattung von Treibhausgasemissionen und deren Senkung auf Unternehmensebene;
- WRI/WBCSD Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol), Revised Edition 2004; die im Rahmen des Datenmanagements der Schweizerischen Post definierten Verfahren (Handbuch Umweltaccounting - Ausgabe 2013), mit welchen die THG-Emissionen intern erhoben, verarbeitet und aggregiert werden;
- das definierte Kontrollumfeld für das Datenmanagement; und
- die interne Dokumentation und Richtlinien für die Kompensation.

Die Genauigkeit und Vollständigkeit von Daten im Bereich des Umweltaccounting unterliegen inhärent vorhandenen Grenzen, welche aus der Art und Weise der Datenerhebung, -berechnung und -schätzung resultieren. Unser Assurance Bericht sollte deshalb im Zusammenhang mit den Post Richtlinien und Verfahren sowie den Definitionen zum Umweltaccounting gelesen werden.

Verantwortungen und Methodik

Das Management der Post ist für den Prüfungsgegenstand und die Kriterien sowie für die Auswahl, Aufbereitung und die Darstellung der ausgewählten Informationen in Übereinstimmung mit den Kriterien verantwortlich. Der Begleitausschuss «pro clima» ist für die Bestätigung des korrekten Gesamtablaufes des Angebots «pro clima» verantwortlich. Unsere Verantwortung ist es, eine betriebswirtschaftliche Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit durchzuführen und auf der Grundlage unserer Prüfung eine unabhängige Schlussfolgerung über den Prüfungsgegenstand abzugeben.

Wir haben unsere Prüfung in Übereinstimmung mit dem International Standard on Assurance Engagements (ISAE 3000) 'Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information' vorgenommen. Nach diesem Standard haben wir die beruflichen Verhaltensanforderungen einzuhalten und unsere Prüfungshandlungen so zu planen und durchzuführen, um eine begrenzte Sicherheit über die ausgewählten Umweltkennzahlen in allen wesentlichen Belangen zu erlangen.

Bei einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit weniger umfangreich, so dass dementsprechend eine geringere Sicherheit gewonnen wird.

Bei der Durchführung des Auftrags haben wir ausserdem die Vorschriften zur Unabhängigkeit und Ethik des Code of Ethics for Professional Accountants, publiziert vom International Ethics Standards Board for Accountants, eingehalten. Dieser Code basiert auf den Prinzipien der Integrität, Objektivität, professionellen Kompetenz und Verhalten, Vertraulichkeit sowie der Sorgfaltspflicht.

Zürich, 7. März 2014

PricewaterhouseCoopers AG


Dr. Marc Schmidli


Stephan Hirschi

Im Jahr 2013 haben wir für die Post keine Dienstleistungen erbracht, welche unsere Unabhängigkeit beeinträchtigen, noch haben wir bei der Vorbereitung der THG-Informationen geholfen. Dies qualifiziert uns laut dem Code of Ethics und den bestehenden gesetzlichen und regulatorischen Anforderungen als unabhängig.

Zusammenfassung der durchgeführten Arbeiten

Im Wesentlichen haben wir folgende Arbeiten durchgeführt:

- Evaluation der Anwendung der Konzernvorgaben**
Prüferische Durchsicht der Anwendung der Post-Konzernvorgaben zur internen THG-Bilanzierung und dazugehöriger Kompensation;
- Interviews mit Datenlieferanten und Verantwortlichen**
Interviews mit wesentlichen Datenlieferanten zur vollständigen THG-Bilanz, zur THG-Bilanz sowie den Kompensationsprozessen «pro clima» in den Bereichen Kommunikation/Nachhaltigkeit, Immobilien, Stückgutlogistik und Konzerneinkauf;
Befragung der Personen, welche in den entsprechenden Bereichen und auf Konzernebene für die Erhebung und Verarbeitung der Daten sowie für die Kompensation zuständig und verantwortlich sind;
- Beurteilung Grundlagendaten**
Stichprobenweise Überprüfung einer Auswahl von Grundlagendaten (Arbeitsweg, Treibstoffverbrauch nationaler und internationaler Güter- und Personentransport (eigene Flotte und Subkontraktoren), Verbrauch Energie für Wärme und Strom) sowie der Finanzflüsse für die Akquisition der für die Kompensation benötigten THG-Emissionszertifikate bezüglich Angemessenheit, Konsistenz, Richtigkeit und Vollständigkeit;
- Prüferische Durchsicht der Dokumentation und Analyse relevanter Grundsatzdokumente**
Durchsicht der relevanten Dokumentation auf Stichprobenbasis, einschliesslich der Konzerngrundsätze zur THG-Bilanzierung, der Management- und Berichterstattungsstrukturen sowie der vorhandenen Dokumente zur Erstellung der vollständigen THG-Bilanz der Post und der THG-Bilanz «pro clima» inklusive Dokumentation des Kompensationsprozesses;
- Beurteilung der Prozesse und Datenkonsolidierung**
Durchsicht der Prozesse zur Erhebung und Verarbeitung der Grundlagendaten zur vollständigen THG-Bilanz, der THG-Bilanz «pro clima» sowie dazugehöriger Kompensation hinsichtlich ihrer Zweckmässigkeit; und Aufnahme und Beurteilung des Konsolidierungsverfahrens auf Konzernebene;
- Überprüfung Berechnungsmethodik THG-Bilanz gesamte Post**
Überprüfung der Angemessenheit und Funktionsweise der angewendeten Methodik; und Überprüfung des Vorgehens hinsichtlich der zugrunde liegenden Methodik zur Berechnung der THG-Emissionen aller Geschäftseinheiten des Konzerns
- Überprüfung Kompensation «pro clima» Sendungen**
Überprüfung der Kompensation hinsichtlich der vollumfänglichen Verwendung der «pro clima» Kundengelder für die Akquisition von THG-Emissionszertifikaten sowie der vollständigen Kompensation der THG-Emissionen resultierend aus den «pro clima» Sendungen durch THG-Emissionszertifikate.

Prüfungsaussagen

Bei unseren Prüfungshandlungen und den erlangten Prüfungsnachweisen sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass

- die Konzernvorgaben sowie bezeichneten Kriterien zu Grundlagendaten, Berechnungsvorgehen und -prozesse sowie Berechnungsmethodik zur vollständigen THG-Bilanz 2013 der Post nicht richtig angewendet wurden und damit die vollständige THG-Bilanz kein angemessenes Bild der tatsächlich emittierten THG-Emissionen der Post abgibt;
- die Konzernvorgaben sowie bezeichneten Kriterien zu Grundlagendaten, Berechnungsvorgehen und -prozesse sowie Berechnungsmethodik zur THG-Bilanz 2013 pro postalischer Dienstleistung im Zusammenhang mit dem Angebot «pro clima» sowie dazugehöriger Kompensation (inklusive der korrekten Verwendung der «pro clima» Kundengelder) nicht richtig angewendet wurden; die Klimaneutralität des Angebots «pro clima» mit der entsprechenden Kompensation nicht gewährleistet ist oder dass nicht die gesamten «pro clima» Kundengelder für die Akquisition und Stilllegung von THG-Emissionszertifikaten aufgewendet wurden; und
- die Führungs- und Berichterstattungsprozesse sowie das Kontrollumfeld im Bereich der Datenaggregation der THG-Bilanz «pro clima» 2013 sowie dazugehöriger Kompensation (Systeme und Prozesse zur Verwaltung der Kundengelder) nicht bestimmungsgemäss funktionieren.

Beschaffungspolitik

Rahmenbedingungen

Das Bundesgesetz und die Verordnung über das öffentliche Beschaffungswesen (BoeB/VoeB) bilden die Grundlage für die Einkaufspolitik der Schweizerischen Post. Dabei sind wir verpflichtet, die vorgegebenen Vergabeverfahren einzuhalten und wo immer möglich im Wettbewerb einzukaufen und alle Wettbewerbsteilnehmer gleich zu behandeln.

Mission

Die Beschaffungsorganisation der Post (BOP) verantwortet auf Basis strategischer Vorgaben das gesamte Beschaffungsvolumen der Bereiche. Die Bereiche sind dabei für die fachtechnischen und finanziellen Belange verantwortlich. Die BOP entwickelt die entsprechenden Prozesse, Strukturen und Kompetenzen und stellt auf der Basis rechtlicher und kommerzieller Konditionen die konzernweite Kosten- und Leistungstransparenz sicher.

Ziel der konzernweiten Ausrichtung der BOP ist es, die Potenziale des Konzerns in der Beschaffung aktiv auszuschöpfen. Der Bedarf wird übergreifend koordiniert und gebündelt. Beschaffungsprozesse sind optimiert, sowie Informationen über Beschaffungsmärkte, Lieferanten, Umsätze und Methoden unternehmensweit zur Verfügung gestellt und ausgetauscht.

Beschaffungsmanagement

Die BOP ist gegen innen und aussen die übergreifende Service-Einheit für die Beschaffung im Konzern. Sie besteht aus einem zentralen Konzerneinkauf (KEK) und dezentralen Beschaffungsorganisationen (BO). Die Strukturierung der Beschaffungszuständigkeiten ist durch den Konzernwarengruppenschlüssel geregelt. Die Beschaffungsprozesse sind auf die Erfüllung der internen Kundenbedürfnisse und die Erfordernisse des spezifischen Geschäftes ausgelegt.

Die BOP wirkt aktiv auf den Einsatz einheitlicher Beschaffungssysteme (SAP-Philosophie) und ergänzender Management-Tools ein. Sie ist bei sämtlichen diesbezüglichen Systemfragen involviert und stellt damit die übergreifende Transparenz sicher.

Lieferantenmanagement

Die BOP erwartet von ihren Lieferanten Innovationen, und die Bereitschaft, dass sie an der Leistungsfähigkeit und an der kontinuierlichen Verbesserung der Schweizerischen Post aktiv mitwirken.

Die Beschaffung der Güter und Dienstleistungen erfolgt mit dem Fokus auf Wirtschaftlichkeit und Versorgungssicherheit entlang der Wertschöpfungskette über die gesamte Lebensdauer.

Lieferanten werden nach den Kriterien Qualität, Preis, Produkt/Leistung und Termine ausgewählt und bewertet. Risiko, Innovations- und Leistungspotential, ökologische Aspekte sowie die Fähigkeit zur elektronischen Anbindung werden miteinbezogen. Der Sozial- und Ethik-Kodex der Schweizerischen Post ist einzuhalten.

Anforderungen

Die Spezifizierung technischer Anforderungen erfolgt firmenneutral. Alternativangebote und innovative Lösungen sind erwünscht. Für strategisch wichtige Produkte werden auch längerfristige Partnerschaften angestrebt. Die Evaluation der Angebote erfolgt nach objektiv bewertbaren Kriterien.

Zuschlag

Das wirtschaftlich günstigste Angebot erhält den Zuschlag. Bei weitgehend standardisierten Gütern kann auch ausschliesslich der niedrigste Preis als Zuschlagskriterium gewählt werden.

Herausgeberin und Auskunftsstelle

Die Schweizerische Post
Beschaffungsorganisation
Viktoriastrasse 21
3030 Bern

Telefon +41 58 338 33 62
Telefax +41 58 667 33 66
E-Mail beschaffung@post.ch

Grundlagen

 [post.ch/post-startseite/post-konzern/post-beschaffung/post-beschaffungspolitik/post-beschaffung-grundlagen.htm](https://www.post.ch/post-startseite/post-konzern/post-beschaffung/post-beschaffungspolitik/post-beschaffung-grundlagen.htm)

Mission

Die Beschaffungsorganisation der Post (BOP) verantwortet auf Basis strategischer Vorgaben das gesamte Beschaffungsvolumen der Bereiche. Die Bereiche sind dabei für die fachtechnischen und finanziellen Belange verantwortlich. Die BOP entwickelt die entsprechenden Prozesse, Strukturen und Kompetenzen und stellt auf der Basis rechtlicher und kommerzieller Konditionen die konzernweite Kosten- und Leistungstransparenz sicher. Ziel der konzernweiten Ausrichtung der BOP ist, die Potenziale des Konzerns in der Beschaffung aktiv auszuschöpfen. Der Bedarf wird übergreifend koordiniert und gebündelt. Beschaffungsprozesse sind optimiert, sowie Informationen über Beschaffungsmärkte, Lieferanten, Umsätze und Methoden unternehmensweit zur Verfügung gestellt und ausgetauscht.

Beschaffungsmanagement

Die BOP ist gegen innen und aussen die übergreifende Service-Einheit für die Beschaffung im Konzern. Sie besteht aus einem zentralen Konzerneinkauf (KEK) und dezentralen Beschaffungsorganisationen (BO). Die Strukturierung der Beschaffungszuständigkeiten ist durch den Konzernwarengruppenschlüssel geregelt. Die Beschaffungsprozesse sind auf die Erfüllung der internen Kundenbedürfnisse und die Erfordernisse des spezifischen Geschäftes ausgelegt. Die BOP wirkt aktiv auf den Einsatz einheitlicher Beschaffungssysteme (SAP-Philosophie) und ergänzender Management-Tools ein. Sie ist bei sämtlichen diesbezüglichen Systemfragen involviert und stellt damit die übergreifende Transparenz sicher.

Lieferantenmanagement

Die BOP erwartet von ihren Lieferanten Innovationen, und die Bereitschaft, dass sie an der Leistungsfähigkeit und an der kontinuierlichen Verbesserung der Schweizerischen Post aktiv mitwirken. Die Beschaffung der Güter und Dienstleistungen erfolgt mit dem Fokus auf Wirtschaftlichkeit und Versorgungssicherheit entlang der Wertschöpfungskette über die gesamte Lebensdauer. Lieferanten werden nach den Kriterien Qualität, Preis, Produkt/Leistung und Termine ausgewählt und bewertet. Risiko, Innovations- und Leistungspotential, ökologische Aspekte sowie die Fähigkeit zur elektronischen Anbindung werden miteinbezogen. Der Sozial- und Ethik-Kodex der Schweizerischen Post ist einzuhalten.

Anforderungen

Die Spezifizierung technischer Anforderungen erfolgt firmenneutral. Alternativangebote und innovative Lösungen sind erwünscht. Für strategisch wichtige Produkte werden auch längerfristige Partnerschaften angestrebt. Die Evaluation der Angebote erfolgt nach objektiv bewertbaren Kriterien.

Zuschlag

Das wirtschaftlich günstigste Angebot erhält den Zuschlag. Bei weitgehend standardisierten Gütern kann auch ausschliesslich der niedrigste Preis als Zuschlagskriterium gewählt werden.

Vergabeverfahren

 [post.ch/post-startseite/post-konzern/post-beschaffung/post-beschaffungspolitik/post-vergabeverfahren.htm](https://www.post.ch/post-startseite/post-konzern/post-beschaffung/post-beschaffungspolitik/post-vergabeverfahren.htm)

Das Beschaffungsregime des Bundes unterscheidet zwischen vier Vergabeverfahren.

Oberhalb des Schwellenwertes

Oberhalb des Schwellenwertes wählt die Auftraggeberin das offene oder das selektive Verfahren. Für beide Verfahren ist eine Veröffentlichung des geplanten Auftrags auf dem Informationssystem des öffentlichen Beschaffungswesens der Schweiz (simap.ch) zwingend. In bestimmten Ausnahmefällen kann der Auftrag freihändig vergeben werden.

- **Offenes Verfahren:**

Die Auftraggeberin schreibt den geplanten Auftrag öffentlich im Schweizerischen Handelsamtsblatt aus. Alle Anbieter und Anbieterinnen können innert 40 Tagen ein Angebot einreichen.

- **Selektives Verfahren:**

Die Auftraggeberin schreibt den geplanten Auftrag öffentlich im Schweizerischen Handelsamtsblatt aus. Alle Anbieter und Anbieterinnen können innert 25 Tagen einen Antrag auf Teilnahme einreichen. Die Auftraggeberin bestimmt aufgrund der Eignung die Anbieter und Anbieterinnen, die ein Angebot einreichen dürfen. Diese werden eingeladen, innert 40 Tagen ein Angebot einzureichen.

- **Freihändiges Verfahren:**

Die Auftraggeberin vergibt einen Auftrag direkt und ohne Ausschreibung einem Anbieter oder einer Anbieterin, sofern die gesetzlichen Voraussetzungen dafür erfüllt sind. Keine Ausschreibungspflicht besteht zudem in Bereichen, wo die Post in Konkurrenz zu Dritten steht, die ebenfalls nicht ausschreibungspflichtig sind.

Unterhalb des Schwellenwerts

Unterhalb des Schwellenwerts oder wenn ein Auftrag aus anderen Gründen nicht unter das Gesetz fällt (es wird zum Beispiel keine dem Gesetz unterstellte Dienstleistung beschafft; Übrige Beschaffungen), kann die Auftraggeberin ebenfalls das offene oder das selektive Verfahren wählen. Ein geplanter Auftrag wird in diesen Fällen analog den Aufträgen oberhalb des Schwellenwertes öffentlich im Schweizerischen Handelsamtsblatt ausgeschrieben, jedoch ohne Möglichkeit der Anfechtung. Die Auftraggeberin kann aber auch ein Einladungsverfahren durchführen oder einen Auftrag freihändig vergeben, sofern die Voraussetzungen dazu erfüllt sind.

Einladungsverfahren:

- **Einladungsverfahren:**

Die Auftraggeberin bestimmt bei Aufträgen unterhalb des Schwellenwertes, welche Anbieter oder Anbieterinnen sie ohne Ausschreibung direkt zur Angebotsabgabe einladen will. Sie holt wenn möglich mindestens drei Angebote ein.

- **Freihändiges Verfahren:**

Die Auftraggeberin kann einen Auftrag direkt und ohne Ausschreibung einem Anbieter oder einer Anbieterin vergeben, sofern das Gesetz bzw. die Verordnung über das öffentliche Beschaffungswesen die freihändige Vergabe ausdrücklich zulassen, z.B. wenn der Vergabewert Fr. 150 000.- nicht erreicht. Auch wenn die Bedingungen zur freihändigen Vergabe erfüllt sind, schafft die Auftraggeberin möglichst eine Wettbewerbslage. Das offene und das selektive Vergabeverfahren können immer gewählt werden.

Code of conduct / Sozial- und Ethikkodex

Grundprinzipien und Rechte bei der Arbeit und Folgemaassnahmen

Die Schweizerische Post übernimmt bei der Beschaffung von Gütern und Dienstleistungen eine zunehmend grössere ökologische und soziale Verantwortung. Die Nachhaltigkeit ihres Geschäftserfolgs stellt die Post durch die angemessene Balance zwischen ökologischem Handeln, gesellschaftlicher Verantwortung und wirtschaftlichem Erfolg sicher. Ausserdem ist die Schweizerische Post im Rahmen von Beschaffungen nach den Bestimmungen des öffentlichen Beschaffungswesens verpflichtet, von den Anbietern die Einhaltung von sozialen Mindestvorschriften zu verlangen. Die Schweizerische Post hat deshalb den nachfolgenden Sozial- und Ethikkodex erarbeitet. Er beinhaltet soziale und ethische Grundanforderungen sowie ökologische Prinzipien der Schweizerischen Post und verweist ergänzend auf die weitergehenden schweizerischen und internationalen Normen zum Schutze der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer bei Leistungen, die in der Schweiz oder im Ausland erbracht werden.

Der vorliegende Sozial- und Ethikkodex richtet sich demnach an alle Anbieter und Lieferanten von Waren und Dienstleistungen der Schweizerischen Post, unabhängig davon, ob die Vorschriften über das öffentliche Beschaffungswesen zur Anwendung gelangen oder nicht.

1. Einhaltung der Menschenrechte und der massgebenden Gesetze

Wir gehen nur Vertragsverhältnisse mit Lieferanten ein, welche die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte (UNO, 1948) berücksichtigen und die Gesetze der jeweils massgebenden nationalen Rechtsordnungen einhalten.

2. Verbot der Diskriminierung

Die Lieferanten verpflichten sich, jegliche Diskriminierung von Personen bei Anstellung, Entlohnung, Zugang zu Zusatzleistungen und Bildungsmöglichkeiten, Beförderungen, Bestrafung und Kündigung aufgrund deren geschlechtlicher, religiöser, ethnischer oder nationaler Zugehörigkeit, des Zivilstands, der politischen Gesinnung oder der sexuellen Orientierung zu unterbinden und die Chancengleichheit zu fördern.

3. Bestrafung - Missbrauch – Belästigung

Wir verlangen, dass alle Angestellten mit Würde und Respekt behandelt werden. Jegliche Arten von physischem, psychischem, sexuellem oder verbalem Missbrauch oder Belästigung, von physischer oder mentaler Nötigung sowie von körperlicher Bestrafung werden nicht akzeptiert.

4. Verbot von Kinderarbeit

Wir akzeptieren keine Kinderarbeit. Es dürfen nur Mitarbeitende beschäftigt werden, welche das Pflichtschulalter überschritten haben oder mindestens 15 Jahre alt sind (ILO Konvention 138). Kindern zwischen 15 und 18 ist die Verrichtung von Arbeit, die voraussichtlich für die Gesundheit, die Sicherheit oder die Sittlichkeit von Kindern schädlich ist, verboten. Minderjährigen Mitarbeitenden ist der Zugang zu legitimen Ausbildungs- und Übergangsprogrammen zu ermöglichen.

5. Gefängnis-, Zwangs und Sklavenarbeit

Wir lehnen jegliche Zusammenarbeit mit Lieferanten ab, die Menschen unter Zwangs-, Gefängnis-, Sklavenarbeit oder in Schuldknechtschaft beschäftigen.

6. Löhne und Leistungen

Wir verlangen, dass unsere Lieferanten den Mitarbeitenden eine angemessene Entschädigung gewähren und den landesüblichen Minimallohn zahlen. Sie haben zudem die für die Region geltenden Unterstützungsbeiträge zu leisten.

7. Gesundheit und Sicherheit

Wir fordern, dass unsere Lieferanten den Mitarbeitenden Sicherheit bieten und ein gesundheitlich ungefährdetes Arbeitsumfeld gewährleisten. Die Lieferanten haben Vorsorgemassnahmen gegen Unfälle und Berufskrankheiten zu ergreifen. Der Zugang zu sauberem Trinkwasser sowie sanitären Einrichtungen muss gewährleistet werden.

8. Antikorruption

Wir arbeiten nur mit Lieferanten, die jegliche Art von Korruption und andere Begünstigungen zum Erhalt von Aufträgen unterbinden.

9. Umwelt

Wir haben eine Verpflichtung gegenüber der Gesellschaft wie auch eine Verantwortung gegenüber der Umwelt, die wir beeinflussen und sind daran interessiert mit Lieferanten zu arbeiten, die unsere Philosophie teilen. Wir verlangen, dass sich unsere Lieferanten bemühen die Umweltbelastung kontinuierlich zu minimieren und den Umweltschutz zu verbessern. Zudem sind die am Ort der Herstellung geltenden Umweltgesetze und -vorschriften einzuhalten.

10. Arbeitszeit

Die wöchentliche Höchstarbeitszeit, die Ruhezeiten und Pausen der Angestellten haben grundsätzlich der nationalen Gesetzgebung zu entsprechen.

11. Einhaltung von sozialen Mindestvorschriften bei Leistungen in der Schweiz

Die Anbieter und Lieferanten bestätigen, dass sie für Leistungen in der Schweiz die am Ort der Leistung gültigen Arbeitsbedingungen (Gesamt- und Normalarbeitsverträge sowie orts- oder berufsübliche Arbeitsbedingungen), Arbeitsschutzbestimmungen sowie die Lohnleichheit von Frau und Mann einhalten.

12. Einhaltung von sozialen Mindestvorschriften bei Leistungen im Ausland

Die Anbieter und Lieferanten bestätigen, dass sie für Leistungen im Ausland zumindest die Kernübereinkommen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO-Kernübereinkommen) einhalten. Für weitere Einzelheiten wird auf Anhang 2a der Verordnung über das öffentliche Beschaffungswesen (VöB; SR 172.056.11) verwiesen.

13. Subunternehmer, Unter- und Zulieferanten

Die Lieferanten haben sicherzustellen, dass diese Grundsätze und sozialen Mindestvorschriften auch bei ihren Subunternehmern sowie Unter- und Zulieferanten eingehalten werden.

14. Kommunikation

Der Sozial- und Ethikkodex der Schweizerischen Post ist durch die Lieferanten in die lokale Sprache der Angestellten zu übersetzen und in den Betriebsstätten für alle gut sichtbar aufzulegen.

Ort/Datum

Firmenstempel/Unterschriften

(rechtsgültige Unterschrift)



DIE POST 

Die Post Menschen, die bewegen



Die Post kann Herausforderungen wie sich verändernde Kundenbedürfnisse, die weitere Marktöffnung oder die Erschließung neuer Märkte im In- und Ausland nur zusammen mit ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erfolgreich meistern.

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

Die Personalpolitik gilt für den gesamten Konzern Post.



Das ist uns wichtig

Unsere Zusammenarbeit richtet sich nach der Vision und der Strategie der Post. Der darin enthaltene Grundsatz «Mit unseren Mitarbeitenden sind wir stark» verpflichtet uns zu einer dynamischen, leistungs- und teamorientierten Unternehmenskultur, einem respektvollen Umgang, einer offenen Kommunikation, attraktiven Entwicklungsmöglichkeiten und zur verantwortungsvollen Umsetzung von Veränderungen im Unternehmen.

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Unsere Mitarbeitenden sind motivierte, kompetente Persönlichkeiten, die kundenorientiert handeln. Sie nutzen ihren Freiraum, nehmen ihre Verantwortung gegenüber der Post wie auch bezüglich ihrer persönlichen Weiterentwicklung wahr und tragen damit zum Erfolg des Unternehmens bei.

Unsere Kundinnen und Kunden

Für unsere Kundinnen und Kunden ist es einfach, mit uns Geschäfte zu machen. Wir zeichnen uns dadurch aus, dass wir in engem Kontakt zu unserer Kundschaft stehen und unsere Leistungen sowie unser Verhalten nach deren Bedürfnissen ausrichten.



Unsere Kernwerte

Zuverlässig

Wir beweisen uns täglich als verlässliche, vertrauenswürdige und faire Partnerin. Die Schweiz und unsere Kundinnen und Kunden auf der ganzen Welt können auf uns zählen. Wir halten, was wir versprechen.

Wertsteigernd

Der Dienst an unseren Kundinnen und Kunden steht immer im Vordergrund. Wir erfüllen ihre Bedürfnisse und bieten ihnen mehr als sie erwarten.



Nachhaltig

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



www.otto.de

Hier setzen wir an

Gewinnen

Auf dem Arbeitsmarkt wollen wir bei allen Zielgruppen als dynamische und fortschrittliche Arbeitgeberin wahrgenommen werden. Menschen, die etwas bewegen, finden bei uns ein vielfältiges Stellenangebot. Besonders in erfolgsrelevanten und knappen Arbeitsmärkten bieten wir über Sprach- und Landesgrenzen hinweg ein attraktives Leistungspaket. Mit unseren Auswahlverfahren stellen wir die richtigen Leute zur richtigen Zeit am richtigen Ort ein und integrieren sie optimal ins Unternehmen.

Honorieren

Als fortschrittliche Arbeitgeberin bieten wir sozialverantwortliche und faire Anstellungsbedingungen, die gleichzeitig unsere Konkurrenzfähigkeit sicherstellen. Dabei orientieren wir uns an den entsprechenden Branchen respektive an den landesüblichen Standards. Im Rahmen unserer wirtschaftlichen Möglichkeiten und insbesondere bei Marktführerschaft in der Schweiz streben wir vor allem in Tieflohnbranchen überdurchschnittliche Anstellungsbedingungen an. Dabei fördern wir branchenspezifische, auch für unsere Mitbewerber verpflichtende Standards. Unsere Vorsorgelösungen sind modern und flexibel und basieren auf einer gesunden Finanzierung. Wir achten ausserdem auf ein massvolles Verhältnis zwischen der Entlohnung der Mitarbeitenden ohne Führungsfunktion und des Managements.

Beurteilen

Gemeinsam mit unseren Mitarbeitenden verfolgen wir einen umfassenden Zielvereinbarungsprozess. Regelmässige Standortbestimmungen tragen zur persönlichen Leistungssteigerung und damit zum Erfolg des Konzerns Post bei. In Mitarbeitergesprächen formulieren wir gegenseitige Erwartungen und stärken unsere Leistungs- und Verhaltenskultur.

Entwickeln

Unsere Mitarbeitenden fördern wir bedarfs- und potenzialorientiert. Wir bieten vielfältige Perspektiven sowie zahlreiche Möglichkeiten zur internen und externen Aus- und Weiterbildung. So positionieren wir uns als attraktive Arbeitgeberin und fördern gleichzeitig die Arbeitsmarktfähigkeit unserer Mitarbeitenden. Wir wollen eine durchgehend hohe Qualität der Mitarbeiterführung erreichen, weshalb wir in eine systematische Kaderentwicklung investieren. Ausserdem bilden wir intern qualifizierten Nachwuchs aus.



Begleiten und binden

Wir schaffen den Rahmen, damit unsere Mitarbeitenden leistungsfähig und gesund bleiben. Dazu gehört auch die Vereinbarkeit von Beruf, Familie und Freizeit. Bei beruflichen Veränderungen und bei persönlichen Problemen unterstützen und begleiten wir unsere Mitarbeitenden, wobei wir sie als selbstverantwortliche Persönlichkeiten wahrnehmen und unsere Unterstützungsmaßnahmen entsprechend ausgestalten. Schlüsselpersonen sowie Leistungsträgerinnen und Leistungsträger halten wir mit gezielten Massnahmen.

Sich trennen

Müssen wir uns von Mitarbeitenden trennen, verhalten wir uns sozialverantwortlich und handeln transparent und fair. Erfolgt die Freisetzung aus wirtschaftlichen Gründen, halten wir uns an unsere sozialpartnerschaftlichen Richtlinien.

Umsetzen

Wir setzen uns dafür ein, dass unsere Personalpolitik gelebt wird. Alle Mitarbeitenden und Vorgesetzten handeln gemäss den beschriebenen Grundsätzen und lassen sich daran messen.

Nachwuchs fördern

 [post.ch/post-startseite/post-konzern/post-engagement/post-engagement-mitarbeitende/post-engagement-nachwuchs.htm](https://www.post.ch/post-startseite/post-konzern/post-engagement/post-engagement-mitarbeitende/post-engagement-nachwuchs.htm)

Vielseitiges Lehrstellenangebot

Mit einem vielseitigen Lehrstellenangebot ermöglicht die Post jährlich rund 750 Jugendlichen den Einstieg in die Berufswelt. Zwölf Grundbildungen und eine praxisorientierte Vorlehre als Brückenangebot stehen zur Auswahl.

In den Berufsfeldern Logistik, Kommunikation und Verkauf, Informatik und Instandhaltung bietet die Post zwölf verschiedene Grundbildungen an. Alle Ausbildungen sind vom Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation SBFJ anerkannt. Der Anteil der Lernenden am Personalbestand beträgt 5%.

Die Post will junge Menschen umfassend für den Arbeitsmarkt qualifizieren: Alle Lernenden werden deshalb in unterschiedlichen Branchen eingesetzt und erlernen den Umgang mit Kunden, Teammitgliedern und Vorgesetzten. Rund 90% der Lehrabgängerinnen und Lehrabgänger werden jedes Jahr bei der Post weiterbeschäftigt.

Lehrlingspoststellen

Die Post betreibt mehrere Lehrlingspoststellen. Nach einer kurzen Einarbeitungszeit übernehmen die angehenden Detailhandelsfachleute die Verantwortung für eine Poststelle. Dabei werden sie von erfahrenen Postmitarbeitenden vor Ort beraten und unterstützt.

Praxisorientierte Vorlehre als Brückenangebot

In der Logistik bietet die Post die praxisorientierte Vorlehre Perspektiva an. Perspektiva ist ein Brückenangebot für Schulabgängerinnen und Schulabgänger, die nach der obligatorischen Schulzeit keine Lehrstelle gefunden haben. Pro Jahr werden mit Perspektiva im Briefzentrum Zürich-Mülligen acht bis zehn Jugendliche gefördert. Das Angebot wird als Versuch während drei Jahren getestet.

Leitbild Berufsbildung Post



zukunftsweisend

DIE POST 

Betreuungsqualität

Die Lernenden und deren Bezugspersonen wissen, dass sie bei der Berufsbildung der Post gut aufgehoben sind. Die Lernenden fühlen sich bei uns wohl und danken dies mit einem hohen Engagement.

- Wir nehmen die Anliegen der Lernenden ernst.
- Die Lernenden werden individuell gemäss ihren Fähigkeiten und Fertigkeiten gefordert und gefördert.
- Gute Leistungen sind nur möglich, wenn sich die Lernenden wohl fühlen. Wir haben darum ein offenes Ohr für inner- und ausserbetriebliche Sorgen und Nöte.
- Für uns ist es selbstverständlich, dass die Lernenden über Mitspracherechte verfügen.



Die Post

Kundenorientiert

Der Konzern Post (Bereiche und Konzerngesellschaften) und weitere Firmen sind unsere Kunden und Auftraggeber. Die Bedürfnisse unserer Kunden werden durch uns vorrangig behandelt.

- Wir verstehen uns gleichzeitig als Mittler zwischen den Bedürfnissen der Auftraggeber, der Lernenden und den Anforderungen der Berufswelt.
- Wir passen unser Angebot laufend den Bedürfnissen unserer Kundschaft an.

Unternehmenskultur

Die hohe Kundenorientierung, die Leistungsbereitschaft sowie die Innovationsfreude von Lernenden und der Berufsbildung Post leisten einen wertvollen Beitrag zur Unternehmenskultur.

- Wir unterstützen Lernende und ihre Lehrmeisterinnen und Lehrmeister aktiv, Neues umzusetzen und leisten dadurch einen wichtigen Beitrag zur Unternehmenskultur.

Kompetenzzentrum

Wir verstehen uns als innovatives Berufsbildungs-Kompetenzzentrum, das sich durch hohe Professionalität, Qualität und Verlässlichkeit auszeichnet.

- Wir orientieren uns an den Besten in der Berufsbildung (Benchmark).
- Wir setzen uns mit den aktuellen Trends in der Berufsbildung auseinander, halten unser Angebot laufend auf dem neusten Stand der Erkenntnisse und arbeiten aktiv an der Weiterentwicklung der schweizerischen Berufsbildungslandschaft mit.

Leistung / Preis

Wir bieten unserer Kundschaft eine hervorragende Ausbildungsleistung zu einem marktüblichen Preis an.

- Die hohe Anzahl an Ausbildungsplätzen und ein unternehmerischer Umgang mit Ressourcen ermöglichen es uns, hervorragende Ausbildungsleistungen zu erbringen.
- Die Preise sind mit vergleichbaren Berufsbildungsorganisationen konkurrenzfähig.



Berufsbildungsinstitutionen

Berufsbildung Schweiz

Wir leisten im Interesse der Post innerhalb der Berufsbildungslandschaft Schweiz einen massgeblichen Beitrag zur Weiterentwicklung und wirken als Vorbild für andere Unternehmen.

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



Mitarbeitende der Berufsbildung

Zusammenarbeit

Wir schaffen und nutzen grosse Handlungs- und Gestaltungsfreiräume und schätzen die partnerschaftliche Zusammenarbeit. Wir begegnen uns mit Offenheit und Respekt.

Professionalität

Wir verfügen über hohe berufs- und berufsbildungsspezifische Fachkompetenzen.

- Berufsspezifische Fachkompetenzen und berufspädagogische Kompetenzen werden ständig weiterentwickelt.
- Die Mitarbeitenden der Berufsbildung sind in die regionalen und nationalen Berufsbildungsstrukturen eingebunden.

Leitbild Berufsbildung

Die Berufsbildung Post bietet in verschiedenen Berufsfeldern qualitativ hochstehende Ausbildungsplätze zu Gunsten des Konzerns Post an. Externe Kundinnen und Kunden können einzelne Dienstleistungen bei der Berufsbildung Post einkaufen.

Motivierten und leistungsbereiten Schulabgängerinnen und Schulabgängern steht ein breites Berufsangebot offen. Optimale Rahmenbedingungen schaffen Voraussetzungen für Spitzenleistungen. Absolventinnen und Absolventen aus allen Schulniveaus bieten sich Perspektiven zum Erwerb eines erfolgreichen Abschlusses. Dadurch erhöht sich die Arbeitsmarktfähigkeit und es eröffnen sich gute Chancen auf dem zukünftigen Arbeitsmarkt.

Was wollen wir mit dem Leitbild erreichen

- Das Leitbild bietet die Grundlage für die strategische und operative Weiterentwicklung und stellt eine herausfordernde Perspektive für die Berufsbildung dar.
- Die Mitarbeitenden sind motiviert, die Berufsbildung in der durch das Leitbild vorgesehenen Richtung weiterzuentwickeln.
- Die Berufsbildung der Post positioniert sich als innovative und engagierte Partnerin in Berufsbildungsfragen.
- Die Post wird von engagierten, leistungsorientierten Schulabgängerinnen und Schulabgängern als attraktive Ausbildungsanbieterin wahrgenommen.



Positiver Lernprozess

Wir setzen einen positiven Motivations-, Lern- und Leistungsprozess in Gang, welcher den Lernenden hervorragende Entwicklungsmöglichkeiten bietet.

- Wir sind der festen Überzeugung: Man muss Menschen mögen!
- Wir nutzen Lernfortschritte als Quelle für neue Lern- und Freiräume
- Beständige Herausforderungen wirken auf alle Seiten motivierend und ansteckend.



Lernende

Selbst- und Methodenkompetenz

Die Lernenden nutzen die Lernfelder und handeln früh selbstständig und eigenverantwortlich. Sie entwickeln ihre persönliche Arbeits- und Lernorganisation und schöpfen daraus Erfolgsergebnisse.

- Wir vertrauen in die Fähigkeiten der Lernenden und schaffen Freiräume zum selbstständigen und eigenverantwortlichen Handeln.
- Freiräume und Grenzen sind ausbalanciert (im Gleichgewicht).
- Lernende dürfen Fehler machen. Wir unterstützen sie, aus Fehlern zu lernen und sich zu verbessern.
- Wir legen Wert darauf, dass die Lernenden Problemstellungen ganzheitlich betrachten und selbstständig nach Lösungen suchen.
- Wir fördern die Vielfalt an Lern- und Arbeitstechniken, damit lebenslanges Lernen und Organisieren auch Spass bereitet.
- Wir berücksichtigen die unterschiedlichen Persönlichkeiten der Lernenden.

Fachkompetenz

Die Vielfalt an praktischen Erfahrungen in echten Arbeitssituationen und theoretischem Wissen ermöglicht den Lernenden als Generalistinnen und Generalisten wertschöpfende Leistungen zu erbringen.

- Wir bieten den Lernenden vielfältige praktische Arbeits- und Erfahrungsmöglichkeiten.
- Einsätze an verschiedenen Arbeitsorten und eventuell auch bei verschiedenen Arbeitgebern erweitern den Horizont der Lernenden.

Sozialkompetenz

Die Lernenden erfahren die Freude, die aus gelebtem Respekt, Hilfsbereitschaft, Kollegialität entspringt.

- Wir sind Vorbild und pflegen den gegenseitigen Respekt.
- Wir leben eine offene und ehrliche Feedbackkultur.

Arbeitsmarktfähigkeit

Kundenorientierung, Leistungsbereitschaft, Wandelkompetenz und ein gesundes Selbstvertrauen machen die jungen Berufsleute zu attraktiven Mitarbeitenden inner- und ausserhalb der Post.

- Wir positionieren uns als attraktive Ausbildungsanbieterin «erster Wahl» für Schulabgängerinnen und Schulabgänger, die nach der Lehre über eine hohe Arbeitsmarktfähigkeit verfügen wollen.

Moderne Arbeitsbedingungen

 [post.ch/post-startseite/post-konzern/post-engagement/post-engagement-mitarbeitende/post-engagement-arbeitsplaetze.htm](https://www.post.ch/post-startseite/post-konzern/post-engagement/post-engagement-mitarbeitende/post-engagement-arbeitsplaetze.htm)

Die Post: eine attraktive Arbeitgeberin

Bei der Post arbeiten über 62'000 Menschen aus über 100 Nationen in mehr als 100 verschiedenen Berufen. Sie bringen unterschiedlichste Fähigkeiten und Erfahrungen mit – und ihre individuelle Lebensplanung. Die Post bietet fortschrittliche Arbeitsbedingungen, die dieser Vielfalt gerecht werden.

Eine vielfältige Belegschaft spiegelt unsere vielfältige Kundschaft. Mit gemischten Teams steigern wir unser Know-how, unser Innovationspotenzial und das Verständnis für die unterschiedlichen Geschäftsfelder der Post.

Deshalb verstehen wir unter Management der Vielfalt mehr als Lohngleichheit oder Frauenförderung: Es geht auch um verschiedene Generationen, Kulturen, Nationalitäten, Lebensformen oder die Integration von Menschen mit Behinderungen.

Moderne Arbeitszeitmodelle

Ein ausgewogenes Verhältnis von Arbeit und Privatleben wird für viele Menschen immer wichtiger. Deshalb setzen wir auf moderne Arbeitszeitmodelle wie:

- Gleitende Arbeitszeit
- Teilzeitarbeit
- Jahresarbeitszeit
- Jobsharing
- Telearbeit

Zurzeit arbeitet fast die Hälfte aller Mitarbeitenden Teilzeit, d.h. mit einem Beschäftigungsgrad von weniger als 90%. Darunter sind immer mehr Männer.

Gemischte Teams im Vordergrund

Wir schätzen das Wissen und die Erfahrung unserer Mitarbeitenden. Damit diese fit und motiviert bleiben, setzen wir hinsichtlich des Alters auf gemischte Teams und betriebliche Gesundheitsförderung. Das Pensionierungsalter haben wir maximal flexibilisiert: Mitarbeitende können von 58 bis 67 Jahren in Pension gehen. Auch Teilpensionierungen sind möglich.

Prävention und Motivation

 [post.ch/post-startseite/post-konzern/post-engagement/post-engagement-mitarbeitende/post-engagement-gesundheit.htm](https://www.post.ch/post-startseite/post-konzern/post-engagement/post-engagement-mitarbeitende/post-engagement-gesundheit.htm)

Gesundheit und Fitness fördern

Die Post baut auf motivierte, gesunde und leistungsfähige Mitarbeitende. Die Gesundheitsförderung ist deshalb in der Unternehmenspolitik verankert.

Als fortschrittliche Arbeitgeberin investiert die Post in ein systematisches Gesundheitsmanagement. Für Ihr Engagement erhielt die Post als bisher grösster Konzern in der Schweiz von der Stiftung Gesundheitsförderung Schweiz das Qualitätssiegel «Friendly Work Space®».

Berufsbedingte Erkrankungen und Unfälle vermeiden

Die Post trifft Präventionsmassnahmen und unterstützt Aktionen von Dritten, die zu Gesundheit und Fitness beitragen:

- Bike to Work von Pro Velo Schweiz: Mitarbeitende legen dabei rund einen Monat lang einen Teil des Arbeitswegs auf dem Velo zurück
- Abgabe von vergünstigten Ski- und Velohelmen: für mehr Sicherheit in der Freizeit oder auf dem Arbeitsweg
- Nichtraucherbonus für Lernende: Bis zu CHF1'200 erhalten gesundheitsbewusste Lehrabgängerinnen und Lehrabgänger
- Stolperparcours: Er schärft das Bewusstsein für die Gefahren beim Gehen und beugt Arbeitsunfällen vor
- Bewegungssensor: Ein Schrittzähler überprüft die eigene körperliche Bewegung – und motiviert zu mehr!
- Gratisstarts für Mitarbeitende bei Laufsportevents der Post
- Gesundheitsbelastungsprofil: PostMail macht Stellenbewerberinnen und -bewerber auf körperliche und psychische Anforderungen am Arbeitsplatz aufmerksam

Integration von Menschen mit Behinderungen

Um Invalidität vorzubeugen, führt die Post kranke und verunfallte Mitarbeitende rasch an den Arbeitsplatz zurück. Menschen mit medizinisch abgeklärten Einschränkungen (Behinderungen) werden weiterbeschäftigt oder wieder eingegliedert. Die Post beschäftigt in der Schweiz rund 830 Personen mit Behinderungen.

Konzernleitung

Sicherheitspolitik Post

Die Schweizerische Post, als öffentlich-rechtliche Anstalt, leistet mit angemessenen Sicherheitsvorkehrungen einen wesentlichen Beitrag zur Schaffung von Glaubwürdigkeit und Vertrauen.

Zielsetzung

- Schutz von Gesundheit und Leben der Kunden, Partner und Mitarbeitenden, die sich in unseren Räumlichkeiten aufhalten oder Dienstleistungen für uns verrichten
- Schutz der materiellen und immateriellen Werte
- Schutz der uns zur Verarbeitung anvertrauten Güter inkl. deren Daten und Informationen
- Sicherstellung der Funktionsfähigkeit und Betriebskontinuität unseres Unternehmens
- Zielgerichtete und rasche Intervention beim Eintreten von Ereignissen
- Einhaltung der gesetzlichen Sicherheitsbestimmungen

Verantwortung

- Alle Mitarbeitenden sind verpflichtet, ihren Beitrag zur Wahrung der Sicherheit in unserem Unternehmen zu leisten und sind für ihr Verhalten verantwortlich.
- Alle Führungskräfte sind verpflichtet, die Sicherheitsmassnahmen in ihrem Zuständigkeitsbereich durchzusetzen und erkannte Schwachstellen zu beheben. Für die Erfüllung der Sicherheitsaufgaben stehen ihnen mit dem Sicherheitsmanagement Post fachtechnische Instanzen zur Verfügung.

Umsetzung

- Sicherheit ist ein integrierter Bestandteil der Unternehmenskultur, indem den Mitarbeitenden die notwendigen Kenntnisse vermittelt und die Arbeitsabläufe entsprechend gestaltet werden.
- Die Bereitstellung der für die Sicherheit erforderlichen Mittel wird, gleichwertig zu den übrigen Betriebsmitteln, im Budget berücksichtigt.
- Die Verhältnismässigkeit der zu treffenden Sicherheitsmassnahmen wird nach betriebswirtschaftlichen Grundsätzen im Sinne von Kosten und Schutzwirksamkeit, aber auch nach der Sorgfaltspflicht festgelegt.

**Herausgeberin und
Auskunftsstelle**
Die Schweizerische Post
Konzernleitung
Viktoriastrasse 21
3030 Bern

Telefon 031 338 22 69
Telefax 031 338 78 96

**Herausgeberin und
Auskunftsstelle**
Die Schweizerische Post AG
Kommunikation
Ronny Kaufmann
François Tissot-Daguette
Viktoriastrasse 21
3030 Bern

Telefon 058 338 77 21
Fax 058 667 31 73
infoplattform@post.ch



Briefpostindex 2014

Die Post bietet günstige Preise für Top-Leistung

Die Kundinnen und Kunden der Schweizerischen Post profitieren von günstigen Preisen. Mit ihren Briefpreisen steht die Schweizerische Post im internationalen Vergleich sehr gut da. Das belegen sowohl der Briefpostindex wie auch der Index, der die Kaufkraft in den Vergleichsländern mit berücksichtigt. Die Indizes vergleichen die Preise in 15 repräsentativen europäischen Ländern. Auch hinsichtlich der Qualität der Dienstleistungen schneidet die Post hervorragend ab und gehört seit jeher zu den Besten im internationalen Vergleich.

Die Post publiziert zwei Indizes: den Briefpostindex ohne Berücksichtigung der Kaufkraft und einen Index, der nach der gleichen Methodik auch die Kaufkraft beim Preisvergleich mit berücksichtigt.

Wer sich ein vollständiges Bild über die Briefpreise verschaffen möchte, muss die verschiedenen Kategorien von Briefen gleichzeitig betrachten und entsprechend der Nachfrage gewichten. Das geschieht durch den so genannten Briefpostindex, der vom Forschungszentrum für Wirtschaftsstatistik CESTat.ch an der Universität Freiburg im Auftrag der Post im Jahr 2006 entwickelt wurde und seither von der Post jährlich publiziert wird. Die Umrechnung der europäischen Preise basiert auf den Wechselkursen, welche stark schwanken.

Ein Gutachten des Schweizerischen Instituts für Aussenwirtschaft und Angewandte Wirtschaftsforschung (SIAW) der Universität St. Gallen empfiehlt, für die Umrechnung zusätzlich Kaufkraftparitäten zu verwenden. Gemäss dem Gutachten besteht der Vorteil eines

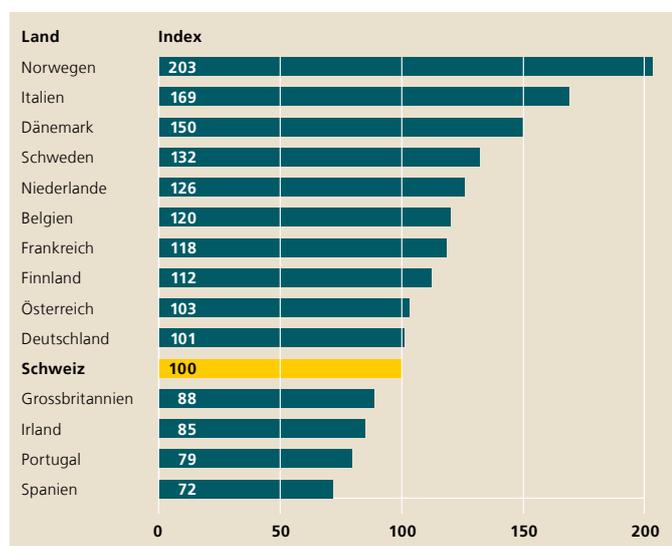
Indexes mit Kaufkraftparitäten darin, dass er über die Zeit weniger volatil ist und die realen Preise von Briefen relativ zu anderen Möglichkeiten der schriftlichen Kommunikation abbildet. Zudem seien Postsendungen mit ihrer national gebundenen Infrastruktur ein klassisches nicht-handelbares Gut, womit die Brief- und Paketpostindizes natürliche Kandidaten für die Kaufkraftparitätsumrechnung sind.

Um die Vergleichbarkeit mit den Vorjahren zu gewährleisten, publiziert die Post sowohl den Briefpostindex als auch die kaufkraftbereinigte Variante.

Bewertung der Ergebnisse

Die Post belegt ohne Kaufkraftbereinigung (vgl. Grafik 1) den fünften Rang und nimmt damit im Vergleich mit 14 anderen europäischen Ländern trotz des

Grafik 1: Schweizerischer Briefpostindex 2014



Berücksichtigt werden Briefe bis 1 kg, ohne höherwertige Sendungen und Zusatzleistungen; Listenpreise für Einzelsendungen (wechsellkursbereinigt). Stand: 1.11.2013.

Grafik 2: Schweizerischer Briefpostindex kaufkraftbereinigt 2014



Berücksichtigt werden Briefe bis 1 kg, ohne höherwertige Sendungen und Zusatzleistungen; Listenpreise für Einzelsendungen. Stand: Preise 1.11.2013; Kaufkraftparitäten OECD 2012 (Stand 13.11.2013).

starken Schweizer Frankens eine gute Platzierung ein. Im Vergleich zum Vorjahr hat die Schweiz einen Platz gut gemacht (Vorjahr Platz 6).

In Frankreich kosten Vergleichsbriefe beispielsweise 18 Prozent mehr, in Grossbritannien 12 Prozent weniger. Norwegerinnen und Norweger hingegen müssen mehr als doppelt so viel für ihre Briefe bezahlen wie Schweizerinnen und Schweizer.

Unter Berücksichtigung der Kaufkraft belegt die Post im Ranking den ersten Platz (vgl. Grafik 2) und ist damit im Vergleich sehr günstig. In keinem der Vergleichsländer können Kundinnen und Kunden Briefe verschicken und sich gleichzeitig so viele andere Güter leisten wie in der Schweiz. Gemessen an Alternativgütern sind Briefe in Norwegen mehr als doppelt so teuer wie in der Schweiz.

Nicht alle Faktoren berücksichtigt

Wie jedes ökonomische Modell stellen auch die beiden Briefpostindizes die Realität vereinfacht dar:

- Die Briefpostindizes beziehen die unterschiedliche Qualität der erbrachten Leistungen nicht in den Preisvergleich mit ein. Da die Schweizerische Post im europäischen Qualitätsvergleich der Briefdienstleistungen zusammen mit Luxemburg an erster Stelle steht, erhalten Schweizerinnen und Schweizer von der Post mehr Qualität zum gleichen Preis. Im Jahr 2013 erreichten in der Schweiz 97.6 Prozent der A-Post- und 98.8 Prozent der B-Post-Briefe pünktlich ihren Empfänger.
- Ebenfalls nicht berücksichtigt werden die Briefformate, die bei der Schweizerischen Post sehr kundenfreundlich ausgelegt werden. Beispielsweise gilt das hierzulande am meisten gebrauchte Format C5 (Umschlag für einmal gefaltete A4-Seiten), das bis 100 Gramm für A-Post einen Franken kostet, bei der Deutschen Post bereits als Grossbrief und kostet 1.45 EUR. Das kundenfreundliche Format der Schweizerischen

Post erlaubt gleichzeitig ohne Mehrkosten Werbebeilagen oder die Verwendung eines hochwertigen Papiers.

- In der Schweiz gibt es zum A-Brief eine günstigere B-Post Variante für 0.85 CHF; dieses Angebot kennen viele europäische Postgesellschaften nicht.

Zur Methode

Beide Briefpostindizes dienen dem internationalen Preisniveauvergleich im Bereich der Briefpost. Sie basieren auf einem Warenkorb, der A-Post- und B-Post-Briefe bis 1 kg umfasst. In den Briefpostindizes werden somit alle Briefkategorien angemessen berücksichtigt und entsprechend der gesamtschweizerischen Sendehäufigkeit gewichtet. Die Indizes nehmen für die Schweiz definitionsgemäss den Wert 100 an. Werte über 100 bedeuten, dass Briefsendungen im betreffenden Land teurer sind als in der Schweiz. Die einzelnen Werte geben zudem an, um wie viel Prozent die Briefpost in einem ausgewählten Land teurer beziehungsweise billiger ist. Ein Wert von 120 besagt beispielsweise, dass Briefsendungen im betreffenden Land 20 Prozent teurer sind als in der Schweiz.

Die verwendete Methode beruht auf dem Indexkonzept nach Laspeyres, das bei Preisvergleichen weltweit angewandt wird.

Die Makroökonomik kennt zwei Standardverfahren, um unterschiedliche Preise in internationalen Güterkörben zu vergleichen: Erstens die Umrechnung mit Markt-Wechselkursen und zweitens die Umrechnung mittels Kaufkraftparitäten. Beim Kaufkraftparitäten-Wechselkurs kann für einen Franken in jedem Land derselbe Warenkorb gekauft werden. Die Kaufkraftbereinigung ist darum in der Makroökonomik ein Standardverfahren, um Preisvergleiche anzustellen.

Position der Post

- Die Briefpostindizes zeigen, dass die Briefpreise der Post im internationalen Vergleich sehr günstig sind. Würden Faktoren wie Qualität und Formatrestriktionen berücksichtigt, stünde die Post noch besser da.
- Der Preisvergleich mit Briefpostindizes ist wissenschaftlich anerkannt. Alle Briefkategorien werden angemessen berücksichtigt und entsprechend der gesamtschweizerischen Sendehäufigkeit gewichtet.
- Der kaufkraftbereinigte Briefpostindex bildet die realen Preise von Briefen transparent ab und ist robust, weil er nicht auf Wechselkursschwankungen reagiert.
- Die Post muss auch künftig die Möglichkeit haben, ihre Dienstleistungen und Preise den sich verändernden Kundenbedürfnissen und der wirtschaftlichen Situation laufend anzupassen.

Weiterführende Informationen

www.post.ch/politik

**Herausgeberin und
Auskunftsstelle**
Die Schweizerische Post AG
Kommunikation
Ronny Kaufmann
François Tissot-Daguet
Viktoriastrasse 21
3030 Bern

Telefon 058 338 77 21
Fax 058 667 31 73
infoplattform@post.ch



Paketpostindex 2014

Sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis bei Paketen

Die Kundinnen und Kunden der Schweizerischen Post profitieren von günstigen Preisen und bekommen gleichzeitig qualitativ hochwertige Postdienstleistungen geboten. Ein aktueller Vergleich mit dem europäischen Ausland zeigt, dass die Post mit ihren Paketpreisen europaweit sehr günstig ist. Das belegen der Paketpostindex und der Index unter Berücksichtigung der Kaufkraft in den Vergleichsländern. Bezüglich Zustellqualität belegt die Schweizerische Post ebenfalls einen Spitzenplatz.

Damit ein aussagekräftiges Bild über die Paketpreise entsteht, ist es angezeigt, sämtliche Paketkategorien einzubeziehen und entsprechend ihrer Bedeutung zu gewichten. Genau das tut der Paketpostindex. Er gewichtet die einzelnen Paket-

kategorien nach der Häufigkeit, mit der sie von Schweizer Konsumentinnen und Konsumenten verschickt werden. Berücksichtigt werden dabei die Schalterpreise. Diese Methode beruht auf dem Indexkonzept nach Laspeyres, das bei Preisvergleichen weltweit seit vielen Jahren angewandt wird. Der so genannte Paketpostindex wurde im Jahr 2008 vom Forschungszentrum für Wirtschaftstatistik CEStat.ch an der Universität Freiburg im Auftrag der Post entwickelt. Er ergänzt den bereits seit 2006 publizierten Briefpostindex.

Die Umrechnung der europäischen Preise basiert auf den Wechselkursen, welche stark schwanken. Diese Volatilität schwächt die Aussagekraft des Indexes.

Ein Gutachten des Schweizerischen Instituts für Aussenwirtschaft und Ange-

Zur Methode

Die Makroökonomik kennt zwei Standardverfahren, um unterschiedliche Preise in internationalen Güterkörben zu vergleichen: Erstens die Umrechnung mit Markt-Wechselkursen und zweitens die Umrechnung mittels Kaufkraftparitäten. Beim Kaufkraftparitäten-Wechselkurs kann für einen Franken in jedem Land derselbe Warenkorb gekauft werden. Die Kaufkraftbereinigung ist ein Standardverfahren, um Preisvergleiche zu veranschaulichen.

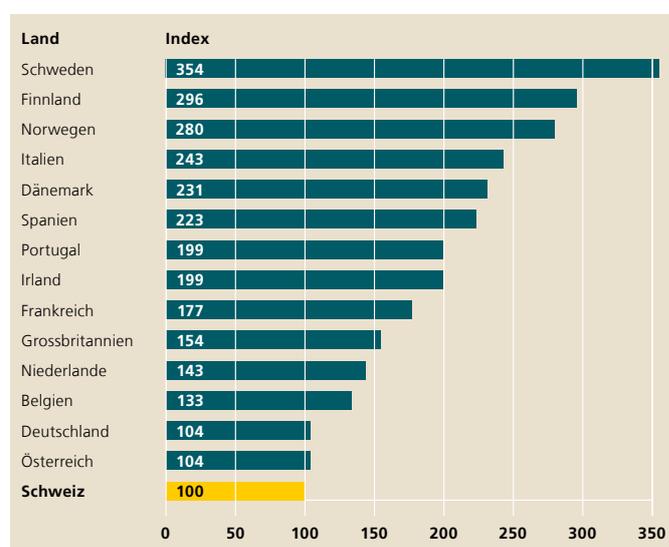
wandte Wirtschaftsforschung (SIAW) der Universität St. Gallen empfiehlt, für die Umrechnung zusätzlich Kaufkraftparitäten zu verwenden: «Der Vorteil eines Indexes mit Kaufkraftparitäten besteht

Grafik 1: Schweizerischer Paketpostindex 2014



Berücksichtigt werden Pakete bis 20 kg (ohne Zusatzleistungen);
Listenpreise für Einzelsendungen (wechsellkursbereinigt).
Stand: 1.11.2013. Index Schweiz = 100

Grafik 2: Schweizerischer Paketpostindex kaufkraftbereinigt 2014



Berücksichtigt werden Pakete bis 20 kg (ohne Zusatzleistungen);
Listenpreise für Einzelsendungen. Stand: Preise 1.11.2013;
Kaufkraftparitäten OECD 2012 (Stand 13.11.2013). Index Schweiz = 100

darin, dass er über die Zeit weniger volatil ist und die realen Preise von Briefen bzw. Paketen relativ zu anderen Möglichkeiten der schriftlichen Kommunikation abbildet», so Prof. Föllmi von der Universität St. Gallen in seinem Gutachten. Zudem seien Postsendungen mit ihrer national gebundenen Infrastruktur ein klassisches nicht-handelbares Gut, womit die Brief- und Paketpostindizes natürliche Kandidaten für die Kaufkraftparitätsumrechnung sind.

Da ein kaufkraftbereinigter Index nicht von Wechselkursschwankungen beeinflusst wird, ist er wesentlich robuster als der Paketpostindex. Die Post publiziert sowohl den Paketpostindex als auch die kaufkraftbereinigte Variante.

Die Resultate im Vergleich

Dem Paketpostindex liegen Pakete der Kategorien «Priority» und «Economy» der Gewichtsklassen 1 bis 20 kg zugrunde. Für die 15 betrachteten Vergleichsländer ergeben sich die in Grafik 1 und Grafik 2 ersichtlichen Ergebnisse. Der Indexwert eines Landes zeigt, um wie viel Prozent die Paketpreise über oder unter den Paketpreisen der Schweiz (Indexwert = 100) liegen. Beide Paketpostindizes basieren auf den Paketpreisen am Stichtag, 1. November 2013. Die Grafik 1 verdeutlicht, dass die Schweizerische Post ihre Leistungen auf dem Paketmarkt insgesamt preisgünstig anbietet. Nur in zwei europäischen Ländern werden Pakete noch preisgünstiger befördert. Die Post belegt ohne Kaufkraftbereinigung (vgl. Grafik 1) den dritten Rang (Vorjahr 5. Rang) und nimmt damit im Vergleich mit 14 europäischen Ländern trotz des

starken Schweizer Frankens einen Platz auf dem Podest ein. Am günstigsten können Pakete in Deutschland und Österreich verschickt werden. Die Schweizer Paketpreise bewegen sich auf ähnlichem Niveau wie in den Ländern Belgien, Niederlanden, Grossbritannien und Portugal. Der Rest der Vergleichsländer hat deutlich höhere Preisniveaus. Besonders hohe Preise müssen in den skandinavischen Ländern bezahlt werden.

Unter Berücksichtigung der Kaufkraft belegt die Post im Ranking den ersten Platz (vgl. Grafik 2). Damit müssen Paketkundinnen und -kunden in sämtlichen Vergleichsländern auf mehr andere Güter verzichten als in der Schweiz.

Hohe Dienstleistungsqualität

Wie jedes ökonomische Modell stellen auch die Paketpostindizes die Realität vereinfacht dar. Insbesondere wird die unterschiedliche Qualität der Paketdienstleistungen in den Vergleichsländern nicht berücksichtigt. Qualitativ hochstehende Schweizer Postprodukte werden mit einem qualitativ schwächeren Produkt verglichen. Die Schweizerische Post erzielt bei der Paketzustellung regelmässig sehr gute Resultate: Im Jahr 2013 kamen 97.3 Prozent aller PostPac-Priority- und 97.7 Prozent aller PostPac-Economy-Pakete rechtzeitig an. Die Post nimmt damit nicht nur bezüglich ihrer Preise, sondern auch in der Qualität im internationalen Vergleich eine Spitzenstellung ein.

Position der Post

- Die Paketpostindizes zeigen, dass die Paketpreise der Post im internationalen Vergleich sehr günstig sind. Würden Faktoren wie Qualität und Formatrestriktionen berücksichtigt, stünde die Post noch besser da.
- Der Preisvergleich mit Paketpostindizes ist wissenschaftlich anerkannt. Alle Paketkategorien werden angemessen berücksichtigt und entsprechend der gesamtschweizerischen Sendehäufigkeit gewichtet.
- Der kaufkraftbereinigte Paketpostindex bildet die realen Preise von Paketen transparent ab und ist robust, weil er nicht auf Wechselkursschwankungen reagiert. Unter Berücksichtigung der Kaufkraft belegt die Post im internationalen Ranking den Spitzenplatz.
- Die Post muss auch künftig die Möglichkeit haben, ihre Dienstleistungen und Preise den sich verändernden Kundenbedürfnissen und der wirtschaftlichen Situation laufend anzupassen.

Weiterführende Informationen

www.post.ch/politik

Auszeichnungen (Auszug aus 2007-2013)



Jahr	Bereich	Thema	Preis / Auszeichnung (Kurzbeschreibung)
2013	PostAuto	Innovative Produkte und Dienstleistungen	Auszeichnung des fünfjährigen Pilotbetriebs von Brennstoffzellenpostautos mit dem Watt d'Or des Bundesamts für Energie in der Kategorie „Energieeffiziente Mobilität“.
2012	Konzerneinkauf	Nachhaltige Beschaffung	Auszeichnung mit dem Schweizer Ethikpreis 2012 für den Beitritt zur Fair Wear Foundation und der Verpflichtung zu einer strengen Kontrolle von Sozialstandards bei ihren Bekleidungslieferanten.
2012	PostAuto	Innovative Produkte und Dienstleistungen	Auszeichnung mit dem «Prix Velo Infrastruktur» für das PubliBike, das neue (e)Bike-Sharing-System von PostAuto, SBB und Rent a bike, verliehen durch Pro Velo Schweiz
2012	PostFinance	Externe Kommunikation	Fox Award Gold Auszeichnung für das +Finance – das Magazin fürs bessere Geschäft – für effiziente Unternehmensmedien im deutschsprachigen Raum.
2012	PostMail	Klimaschutz / Corporate Social Responsibility	World Mail Award in der Kategorie «Corporate Social Responsibility» für die klimaneutrale Briefzustellung. Die World Mail Awards gelten als einzige weltweit anerkannte Auszeichnung im Postsektor.
2012	Kommunikation	Public Sponsoring	Auszeichnung mit dem Internationalen Sponsoring Award für die Aktion 2x Weihnachten der Schweizerischen Post, des Schweizerischen Roten Kreuzes und der SRG SSR
2012	Kommunikation	Kommunikation	«Best of Corporate Publishing Award» für die Kundenzeitschrift «magazin»
2011	PostAuto	Innovative Produkte und Dienstleistungen	Beste Innovation 2011: Kundeninformation mittels Augmented Reality. Mit der Augmented Reality Dienstleistung kann man sich via Mobiltelefon über Ausflugstipps und Sehenswürdigkeiten informieren.
2011	PostAuto Schweiz AG	Gesundheitsmanagement	Auszeichnung mit dem Label „Friendly Work Space“, verliehen von der Gesundheitsförderung Schweiz, für den Einsatz von Massnahmen für die Gesundheit seiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.
2011	PostFinance	Interne Kommunikation	Auszeichnung „Bronzene Feder“ in der Rubrik „Elektronische Medien“, verliehen vom Schweizerischen Verband für interne Kommunikation
2011	IT Service Desk	Innovation	Auszeichnung mit dem Service Desk Award, ein innovativer „best practice“ Ansatz im IT Umfeld, für die Multi Channel-Architektur „Passerelle“ im Rahmen des 15. IIR Technology Service Desk Forums 2011
2011	Services Immobilien und InfraPost AG	Gebäudetechnik	Auszeichnung von sieben Postgebäuden durch Energo für effiziente Optimierungsmassnahmen
2011	Kommunikation	Interne Kommunikation	Auszeichnung „Goldene Feder“ in der Sparte „elektronische interne Kommunikation“ für den Intranet-Auftritt, verliehen

Jahr	Bereich	Thema	Preis / Auszeichnung (Kurzbeschreibung)
			vom Schweizerischen Verband für interne Kommunikation.
2011	Kommunikation	Interne Kommunikation	Silber Award 2011 für das Intranet, verliehen durch die europäische Organisation FEIEA (Federation of European business communicators associations)
2011	Kommunikation	Kommunikation	Bewertung der Internetseiten www.post.ch und www.postfinance.ch mit dem Prädikat AA+ durch die Stiftung „Zugang für alle“. Aus der Studie geht das Postportal (www.post.ch) als bestbewerteter Internetauftritt hervor.
2011	Kommunikation	Innovation	Auszeichnung „World Mail Award“ für die Mobile Apps
2011	Kommunikation	Innovation	„Special Achievement in GIS 2011“ Award des Software-Hersteller Esri für die kartenbasierte Standortsuche
2011	Personal	Gesundheitsmanagement	Label „ Friendly Work Space “, verliehen von der Gesundheitsförderung Schweiz
2010	PostAuto	Strategische Zielsetzung des Unternehmens: nachhaltige Entwicklung	PostAuto ist- als erstes Unternehmen des Regionalverkehrs in der Schweiz – der UITP-Charta für eine nachhaltige Entwicklung als Vollmitglied beigetreten. Die Unterzeichnung fand am 18. September 2010 in Brüssel statt.
2010	PostAuto	Innovative Produkte und Dienstleistungen	Anerkennungspreis für das Projekt Bikesharing-Netz in der Romandie am nationalen Wettbewerb «Prix Velo Infrastruktur: Das Projekt ist wegweisend bezüglich Adaptierung eines bikesharing-Projektes aus dem Ausland auf Schweizer Verhältnisse.
2010	PostFinance	Human Resource Management	Swiss HR Award verliehen von der Fachzeitschrift HR Today zusammen mit dem Veranstalter der Personal Swiss und der spring Messe Management GmbH
2010	PostFinance	Kommunikation	Gold-Award Auszeichnung am grössten Corporate-Publishing-Wettbewerb Europas für die Online-Mitarbeiterzeitung von PostFinance.
2010	Kommunikation	Kommunikation	Bronzene Auszeichnung des Wettbewerbs BIENE (barrierefreies Internet eröffnet neue Einsichten), ein von der Aktion Mensch und der Stiftung Digitale Chancen ins Leben gerufene Preis
2010	Kommunikation	Kommunikation	Silber-Award Auszeichnung für die Zeitschrift «magazin» für die Privatkunden der Post sowie für den Direct-Marketing-Newsletter DirectPoint
2010	Kommunikation	Interne Kommunikation	FEIEA Grand Prix 2010 für Post Wide Web Intranet
2010	Kommunikation	Logistik	Swiss Logistics Public Award für die Aktion 2x Weihnachten
2009	Kommunikation	Marketing	Best of Swiss Web Online Marketing Silver
2009	Personal	Ausbildung	World Mail Award 2009 in der Kategorie Personal für das Berufsbildungs-programm ValiPoste
2009	Personal	Gesundheit	Preis „Gesundheit und Betrieb 2009“ ausgeschrieben von der Sektion Schweiz der Europäischen Vereinigung für Gesundheitsförderung «AEPS» in Zusammenarbeit mit der Stiftung Gesundheitsförderung Schweiz und der Suva
2008	Kommunikation	Interne Kommunikation	Intranet Innovation Award
2008	Kommunikation	Interne Kommunikation	Goldene Feder in der Kategorie bestes Personalmagazin, verliehen durch den Schweizerischen Verband für interne Kommunikation
2008	Kommunikation	Interne Kommunikation	Zertifikat vom Schweizerischen Verband für interne Kommunikation in der Kategorie beste elektronische interne Kommunikation
2008	Kommunikation	Interne Kommunikation	Bronzene Feder SVIK (Schweizerischer Verband für interne Kommunikation) Contest in der Kategorie Bestes Front Cover eines Personalmagazins
2008	Kommunikation	Interne Kommunikation	FEIEA Grand Prix, Best Internal Newspaper
2007	PostMail	Qualitätsmanagement	Anerkennung für Excellence mit europaweit anerkannten Urkunde durch die Stiftung «European Foundation for Quality

Jahr	Bereich	Thema	Preis / Auszeichnung (Kurzbeschreibung)
			Management» (EFQM)
2007	Poststellen und Verkauf	Business Excellence	Gewinn des ESPRIX-Award für Business Excellence, verliehen durch die Stiftung ESPRIX
2007	Services Immobilien und InfraPost AG	Gebäudetechnik	Gewinn des ESPRIX-Award für Business Excellence,

Zertifizierungen Nachhaltigkeit (Auszug aus 2007-2012)

Jahr	Bereich	Thema	Preis / Auszeichnung (Kurzbeschreibung)
2012	PostLogistics	Umweltmanagement	ISO 14001 und 9001 Zertifizierung
2012	PostLogistics	Umweltmanagement (und Qualitätsmanagement)	ISO 14001 und 9001 ISO 14001 und 9001 Aufrechterhaltungs-Zertifizierung
2012	PostMail	Elektroroller in der Zustellung	Auszeichnung mit dem World Mail Award
2012	Poststellen und Verkauf	Qualitätsmanagementsystem	ISO 9001:2008 Zertifizierung Kundendienst Post
2012	Poststellen und Verkauf	Managementsystem für Kundenkontaktzentren	EN 15838: 2009 Zertifizierung Kundendienst Post Seit dem 15.006.2012 ist der Kundendienst der Post nach ISO9001 und EN15838 zertifiziert.
2011	PostLogistics	Umweltmanagement (und Qualitätsmanagement)	ISO 14001 und 9001 Re-Zertifizierung
2011	PostMail	Qualitätsmanagement	ISO 9001 Zertifizierung
2011	PostMail	Qualitätsmanagement Laufzeitmessung national (A- und B-Post)	ISO 9001 Zertifizierung und SQS 9004.
2011	Poststellen und Verkauf	Interne Aus- und Weiterbildungen	eduQua-Zertifizierung für die Erfüllung hoher Anforderungen der internen Aus- und Weiterbildungen vom Bereich Poststellen und Verkauf.
2011	Swiss Post Solutions (CH und AT)	Umweltmanagement	ISO 14001 Zertifizierung. Zudem haben die bereits zertifizierten Standorte in Deutschland und England das jährliche Aufrechterhaltungsaudit erfolgreich bestanden.
2011	Swiss Post Solutions (Standort Wootton Bassett und SK)	IT Management	ISO 27001 Zertifizierung. Zudem haben die bereits zertifizierten Standorte in Deutschland, England, Österreich und der Schweiz das jährliche Aufrechterhaltungsaudit bestanden.
2011	Swiss Post Solutions (CH, AT, F und Dettingen/D)	Qualitätsmanagement	ISO 9001 Zertifizierung. Zudem haben die bereits zertifizierten Standorte in England, Schweiz, Österreich und Deutschland das jährliche Aufrechterhaltungsaudit bestanden.
2011	Swiss Post Solutions (UK, SK, D)	Informationssicherheit, Umweltmanagement, Qualitätsmanagement	ISO 27001 & ISO 14001 & ISO 9001 Zertifizierung. Zudem haben die bereits zertifizierten Standorte in Deutschland, England, Österreich und der Schweiz das jährliche Aufrechterhaltungsaudit bestanden.
2011	Swiss Post Solutions, VN	Qualitätsmanagement, Informationssicherheit	ISO 27001 & ISO 9001 Zertifizierung.
2010	PostLogistics	Umweltmanagement, Qualitätsmanagement	ISO 14001 & 9001 Aufrechterhaltungs-Zertifizierung
2010	PostMail	Direct Marketing	Silber-Award für den Newsletter DirectPoint in der Kategorie electronic Publishing / E-Newsletter an der Verleihung des Best of Corporate Publishing
2010	PostMail	Direct Marketing	Ehrenpreis für die DirectNews bei den internationalen Astrid Awards in den USA in der Kategorie Kundenpublikationen Business-to-Business

Jahr	Bereich	Thema	Preis / Auszeichnung (Kurzbeschreibung)
2010	PostMail	DirectFactory	Die 100 nützlichsten e-shops 2010. Dieses Label wurde von der Zeitschrift anthrazit vergeben
2010	Swiss Post Solutions, CH und AT	Informationssicherheit	ISO 27001 Zertifizierung
2009	PostLogistics	Umweltmanagement, Qualitätsmanagement	ISO 14001 & 9001 Aufrechterhaltungs-Zertifizierung
2007/2009	PostMail	Direct Marketing	Gold-Award für den Newsletter DirectPoint in der Kategorie electronic Publishing / E-Newsletter an der Verleihung des Best of Corporate Publishing
2006/2009	PostMail	Direct Marketing	Auszeichnung für europäische Bildungsmedien für die Onlinekurse von DirectPoint. Die Post hat das Comenius EduMedia Siegel vier Jahre in Serie erhalten.
2009	PostMail	Direct Marketing	Silber-Award für das Dialogprogramm zum Direct-Marketing-Champion und Letter of Distinction in der Kategorie elektronische Medien an der Award Night des Schweizer Dialogmarketing-Verbandes.
2009	PostMail	REMA	2. Platz am 14. Swiss Logistics Award für zukunftsweisende, innovative Lösungen in der Briefsortierlogistik.
2009	PostMail	Refill Post	Schweizer Ethikpreis: Die Dienstleistung RefillPost ermöglicht es, Tintenpatronen auf dem Postweg schnell und kostengünstig wieder aufzufüllen. PostMail leistet damit in Zusammenarbeit mit zwei spezialisierten Labors in Basel (CRTechnologies AG) und Gland (Inko Service) einen Beitrag zum umweltfreundlichen Drucken.
2008	PostLogistics	Umweltmanagement, Qualitätsmanagement	ISO 14001 & 9001 Zertifizierung
2008	PostMail	Direct Marketing	Silber-Award für die DirectNews in der Kategorie Medienintegration an der Verleihung des Best of Corporate Publishing
2008	Services Immobilien	Qualitätsmanagement	ISO 9001 Zertifizierung
2008	InfraPost AG	Gebäudetechnik	ISO 9001 Zertifizierung: 2008 Qualitätsmanagement
2007	PostMail	Direct Marketing	Silber-Award für die DirectNews in der Kategorie Medienintegration an der Verleihung des Best of Corporate Publishing
2007	InfraPost AG	Gebäudetechnik	OHSAS 18001 Zertifizierung: Arbeits- und Gesundheitsschutzmanagement zertifiziert
2006	PostMail	Direct Marketing	Letter of Distinction für die Onlinekurse DirectPoint an der Award Night des Schweizer Dialogmarketing-Verbandes.
2006	PostMail	Direct Marketing	Gewinner des Gütesiegels „Best of Swiss Web“ in der Kategorie Onlinemarketing für die Onlinekurse von DirectPoint
2004	PostMail	Direct Marketing	Silber-Award für den Newsletter DirectPoint in der Kategorie electronic Publishing / E-Newsletter an der Verleihung des Best of Corporate Publishing
2004	InfraPost AG	Gebäudetechnik	ISO 14001 Zertifizierung: 2004 Umweltmanagement

GRI Content Index

G3.1 Content Index - GRI Application Level B

Application Level B		GRI-checked	Assured by	Treibhausgasbilanz durch PWC geprüft
STANDARD DISCLOSURES PART I: Profile Disclosures				
REPORT FULLY ON THE BELOW SELECTION OF PROFILE DISCLOSURES OR PROVIDE A REASON FOR OMISSION				
1. Strategy and Analysis				
Profile Disclosure	Disclosure	Level of Reporting	Location of disclosure	Reason for omission
			<ul style="list-style-type: none"> – Die Vision der Post, die von der höchsten Leistungsebene entwickelt und verabschiedet wurde (und eine Erklärung der höchsten Entscheidungsträger VR und KL ist), umfasst den Kernwert "nachhaltig" (siehe Seite 12 im Finanzbericht). Ausschnitte aus der Vision: <ul style="list-style-type: none"> • Wir basieren auf unseren gemeinsamen Werten zuverlässig – wertsteigernd – nachhaltig • Wir fördern die interkulturelle Kompetenz und die Gleichberechtigung • Wir begegnen uns mit Respekt, handeln fair, sozialverantwortlich und kommunizieren offen • Wir arbeiten mit fortschrittlichen Anstellungsbedingungen • Wir tragen Sorge zu unserer Umwelt • Wir nehmen unsere soziale und gesellschaftliche Verantwortung wahr. – Aussagen zur Kundenorientierung und Mitarbeitendenförderung im Interview mit der Konzernleiterin auf Seite 6 im Geschäftsbericht. – Auf höchster Ebene ist zudem ein Konzernziel zur ökologischen Nachhaltigkeit, zur Personal- und Kundenzufriedenheit und zur Grundversorgung verankert. Dies ist eine Erklärung der höchsten Entscheidungsträger zur strategischen Wichtigkeit nachhaltiger Aspekte der Unternehmensführung. Siehe dazu Kapitel "Strategische Ziele" und "Strategische Stossrichtungen" im Finanzbericht Seite 10 – Dokument "Verhaltenskodex Post". Anhang zum GRI-Index Seite 34. 	Explanation for the reason for omission
1.1	Statement from the most senior decision-maker of the organization.	Fully	<ul style="list-style-type: none"> – Kapitel "Entwicklungen" Seite 14 im Finanzbericht. – Kapitel "Risikomanagement" im Finanzbericht Seiten 158-150 	
1.2	Description of key impacts, risks, and opportunities.	Fully		
2. Organizational Profile				
Profile Disclosure	Disclosure	Level of Reporting	Location of disclosure	Reason for omission
2.1	Name of the organization.	Fully	<ul style="list-style-type: none"> – Die Schweizerische Post 	Explanation for the reason for omission
2.2	Primary brands, products, and/or services.	Fully	<ul style="list-style-type: none"> – Kapitel "Lösungen, Produkte, Dienstleistungen und Marken" im Finanzbericht Seiten 8-9 – Kapitel "Kommunikationsmarkt" im Finanzbericht Seite 9 – Kapitel "Marken" im Finanzbericht Seite 10 	
2.3	Operational structure of the organization, including main divisions, operating companies, subsidiaries, and joint ventures.	Fully	<ul style="list-style-type: none"> – Kapitel "Organisation" im Finanzbericht Seite 11 – Kapitel "Konsolidierungskreis" im Finanzbericht Seite 128-129 – Kapitel "Änderungen im Konsolidierungskreis" im Finanzbericht Seiten 130-131 	
2.4	Location of organization's headquarters.	Fully	<ul style="list-style-type: none"> – Kapitel "Impressum" Seite 174 im Geschäftsbericht 	
2.5	Number of countries where the organization operates, and names of countries with either major operations or that are specifically relevant to the sustainability issues covered in the report.	Fully	<ul style="list-style-type: none"> – Grafik und Tabelle "Die Schweizerische Post im Ausland" im Finanzbericht Seite 6 – Die Hauptbetriebsstätten sind in der Schweiz, siehe "Konsolidierungskreis, Schweiz" im Finanzbericht Seite 128 	
2.6	Nature of ownership and legal form.	Fully	<ul style="list-style-type: none"> – Kapitel "Abstimmen, einheitlich entscheiden und umsetzen" Seite 52 im Geschäftsbericht. – Kapitel "Die Schweizerische Post AG" Seite 52 im Geschäftsbericht. – Die Konzerngesellschaften und die Eigentumsverhältnisse sind im Kapitel "Konsolidierungskreis" im Finanzbericht Seiten 128-129 dargestellt. 	
2.7	Markets served (including geographic breakdown, sectors served, and types of customer/beneficiaries).	Fully	<ul style="list-style-type: none"> – Kapitel "Märkte" Seite 6 im Finanzbericht. – Grafik/Tabelle "Die Schweizerische Post im Ausland" Seite 6 im Finanzbericht. – Kapitel "Kunden" Seite 8 im Finanzbericht. – Tabellen "Geschäftsergebnis nach Geschäftssegmenten und Regionen" Seiten 81-81 im Finanzbericht 	
2.8	Scale of the reporting organization.	Fully	<ul style="list-style-type: none"> – Tabelle "Kennzahlen im fünfjahresvergleich" im Finanzbericht Seite 175 – Kapitel "Unsere Leistungen 2013" und "Märkte und Segmente" in der Klappe des Geschäftsberichts (Anzahl Services) – Kapitel "Konsolidierungskreis" Seiten 128-129 im Finanzbericht 	
2.9	Significant changes during the reporting period regarding size, structure, or ownership.	Fully	<ul style="list-style-type: none"> – Kapitel "Änderungen im Konsolidierungskreis" im Finanzbericht Seiten 130-131 	

3. Report Parameters		Reason for omission	Explanation for the reason for omission
Profile Disclosure	Level of Reporting	Location of disclosure	Reason for omission
2.10. Awards received in the reporting period.	Fully	- Dokument "Auszeichnungen (Auszug aus 2007-2013)" im Anhang zum GRI-Index Seite 52	
3.1. Reporting period (e.g., fiscal/calendar year) for information provided.	Fully	2013	
3.2. Date of most recent previous report (if any).	Fully	21.03.2013	
3.3. Reporting cycle (annual, biennial, etc.)	Fully	- Geschäftsbericht jährlich - Zwischenbericht halbjährlich - Zahlenspiegel Blatt "Publikationsrhythmus"	
3.4. Contact point for questions regarding the report or its contents.	Fully	- Kapitel "Impressum" Seite 147 im Geschäftsbericht	
3.5. Process for defining report content.	Fully	- 2009 wurde eine Materialitätsanalyse durchgeführt. Es wurden gesamt 20 externe Interviews mit Privat- und Geschäftskunden, Bundesämtern, Parteien, Gewerkschaften und NGOs geführt und 2 Fokusgruppen befragt. Intern wurden rund 500 Personen befragt, inkl. 4 Mitglieder der Konzernleitung. Aus dieser Materialitätsanalyse wurden die relevanten Themen abgeleitet und für die Strategie und die Berichterstattung auf die ökologische Nachhaltigkeit, insbesondere Energieeffizienz, erneuerbare Energien und den Klimaschutz priorisiert. Zusätzlich liefern die Stakeholder-Dialoge Input für die Bestimmung der Berichts- und Kommunikationsinhalte (siehe 4.14. bis 4.17) sowie die Definition der Zielgruppen (Stakeholder) für den Bericht. - Zahlenspiegel Blatt "Grundsätze und Prinzipien" und Blatt "Berichtsinhalte"	
3.6. Boundary of the report (e.g., countries, divisions, subsidiaries, leased facilities, joint ventures, suppliers). See GRI Boundary Protocol for further guidance.	Fully	- Zahlenspiegel Blatt "Berichtsabgrenzung" - Kapitel "Konsolidierungs- und Rechnungslegungsgrundsätze" Seiten 70-76 im Finanzbericht	
3.7. State any specific limitations on the scope or boundary of the report (see completeness principle for explanation of scope).	Fully	- Zahlenspiegel Blatt "Berichtsinhalte", Abschnitt "Vollständigkeit" - Kapitel "Schätzungsunsicherheiten und Managementbeurteilung" Seiten 77-78 im Finanzbericht	
3.8. Basis for reporting on joint ventures, subsidiaries, leased facilities, outsourced operations, and other entities that can significantly affect comparability from period to period and/or between organizations.	Fully	- Kapitel "Konsolidierungs- und Rechnungslegungsgrundsätze" Seiten 70-76 im Finanzbericht	
3.9. Data measurement techniques and the bases of calculations, including assumptions and techniques underlying estimations applied to the compilation of the indicators and other information in the report. Explain any decisions not to apply, or to substantially diverge from, the GRI Indicator Protocols.	Fully	- Zahlenspiegel Blatt "Berichtsinhalte", Abschnitt "Vollständigkeit" - Kapitel "Schätzungsunsicherheiten und Managementbeurteilung" Seiten 77-78 im Finanzbericht - Fussnoten zu den Zahlen im Zahlenspiegel	
3.10. Explanation of the effect of any re-statements of information provided in earlier reports, and the reasons for such re-statement (e.g., mergers/acquisitions, change of base years/periods, nature of business, measurement methods).	Fully	- Anpassung der Systemgrenzen bei Treibhausgasbilanz: Auslagerung Luftfracht führt zu Reduktion, Finanzbericht Seite 38, Fussnote in Grafik. - Regulatorische Rechnungslegung, Finanzbericht, Seite 48 - Anpassung der Rechnungslegung, Finanzbericht S. 68-70	
3.11. Significant changes from previous reporting periods in the scope, boundary, or measurement methods applied in the report.	Fully	- Anpassung der Systemgrenzen bei Treibhausgasbilanz: Auslagerung Luftfracht führt zu Reduktion, Finanzbericht Seite 38, Fussnote in Grafik. - Regulatorische Rechnungslegung, Finanzbericht, Seite 48 - Anpassung der Rechnungslegung, Finanzbericht S. 68-70	
3.12. Table identifying the location of the Standard Disclosures in the report.	Fully	- Dieses Dokument	
3.13. Policy and current practice with regard to seeking external assurance for the report.	Fully	- Die Angaben im Finanzbericht Seiten 148-172 sind von der Revisionsstelle geprüft. - Die Treibhausgasbilanz des Konzerns wurde von PWC testiert. Siehe das Dokument "Assurance Bericht" im Anhang zum GRI-Index Seite 30	
4. Governance, Commitments, and Engagement		Reason for omission	Explanation for the reason for omission
Profile Disclosure	Level of Reporting	Location of disclosure	Reason for omission

4.2.	indicate whether the Chair of the highest governance body is also an executive officer.	Fully	<ul style="list-style-type: none"> - Sämtliche Mitglieder unterhalten zur Post und ihren Gesellschaften keine Geschäftsbeziehungen und waren in den letzten drei Jahren weder für das Stammhaus noch für die mit der Post verbundenen Gesellschaften exekutiv tätig. Siehe Kapitel "Verwaltungsrat" im Geschäftsbericht Seite 54. 	
4.3.	For organizations that have a unitary board structure, state the number and gender of members of the highest governance body that are independent and/or non-executive members.	Fully	<ul style="list-style-type: none"> - Sämtliche Mitglieder unterhalten zur Post und ihren Gesellschaften keine Geschäftsbeziehungen und waren in den letzten drei Jahren weder für das Stammhaus noch für die mit der Post verbundenen Gesellschaften exekutiv tätig. Siehe Kapitel "Verwaltungsrat" im Geschäftsbericht Seite 54. 	
4.4.	Mechanisms for shareholders and employees to provide recommendations or direction to the highest governance body.	Fully	<ul style="list-style-type: none"> - Kapitel "Spezialgesetzliche AG" und "Aufsicht" im Geschäftsbericht Seiten 52-53 - Kapitel "Gesetzlicher Auftrag" Seite 12 im Finanzbericht - Kapitel "Strategische Ziele des Bundesrates" Seite 13 im Finanzbericht - Die Post verfügt über ein eignens Portal www.post-courage.ch über dies Mitarbeitende Meldungen (auch anonym) zu Vorfällen machen können. - Für alle sicherheitsrelevanten Ereignisse, Delikte und Notfälle ist die Hotline der Unternehmenssicherheit die zentrale Anlaufstelle. 	
4.5.	Linkage between compensation for members of the highest governance body, senior managers, and executives (including departure arrangements), and the organization's performance (including social and environmental performance).	Fully	<ul style="list-style-type: none"> - Kapitel "Entschädigungen" im Finanzbericht Seite 57. - Kapitel "Festsetzungsverfahren der Entschädigungen" im Geschäftsbericht Seite 55. 	
4.6.	Processes in place for the highest governance body to ensure conflicts of interest are avoided.	Fully	<ul style="list-style-type: none"> - Sämtliche Mitglieder unterhalten zur Post und ihren Gesellschaften keine Geschäftsbeziehungen und waren in den letzten drei Jahren weder für das Stammhaus noch für die mit der Post verbundenen Gesellschaften exekutiv tätig. Siehe Kapitel "Verwaltungsrat" im Geschäftsbericht Seite 54. - Zwischen der Schweizerischen Post und anderen Wirtschaftsunternehmen besteht keine gegenseitige Einsatznahme in die Verwaltungsrate. 	
4.7.	Process for determining the composition, qualifications, and expertise of the members of the highest governance body and its committees, including any consideration of gender and other indicators of diversity.	Fully	<ul style="list-style-type: none"> - Der Bundesrat wählt den Verwaltungsrat der Schweizerischen Post auf vier Jahre. Siehe Kapitel "Zusammensetzung" im Geschäftsbericht Seite 54. Der Bundesrat stellt sicher, dass die Mitglieder die notwendigen Qualifikationen und Erfahrungen mitbringen. 	
4.8.	Internally developed statements of mission or values, codes of conduct, and principles relevant to economic, environmental, and social performance and the status of their implementation.	Fully	<ul style="list-style-type: none"> - Dokumente im Anhang zum GRI-Index: "Unsere Vision" (Seite 2), "Verhaltenskodex Post" (Seite 16), "Sozial- und Ethikkodex" (Seite 34), Vision, Verhaltenskodex und Sozial- und Ethikkodex sind implementiert. 	
4.9.	Procedures of the highest governance body for overseeing the organization's identification and management of economic, environmental, and social performance, including relevant risks and opportunities, and adherence or compliance with internationally agreed standards, codes of conduct, and principles.	Fully	<ul style="list-style-type: none"> - Kapitel "Verwaltungsrat" im Finanzbericht, Seite 40. - Kapitel "Finanzielle Steuerung" im Finanzbericht Seiten 20-21. 	
4.10.	Processes for evaluating the highest governance body's own performance, particularly with respect to economic, environmental, and social performance.	Fully	<ul style="list-style-type: none"> - Kapitel "Corporate Governance" im Finanzbericht Seite 48: Bei der Festsetzung der Entschädigungen für die Konzernleitung berücksichtigt der Verwaltungsrat u.a. das unternehmerische Risiko. - Kapitel "Risikobericht" im Finanzbericht Seite 40-42: Bei der Risikoidentifikation bzw. -analyse werden folgende Themenbereiche berücksichtigt: Strategie/ Umwelt, KundenMarkt, Leistungserbringung, Preispolitik, Projekte/externe Dienstleistungen, Reporting/Controlling, Sicherheit, Eigen-/Hafpflichtschäden, Personalmanagement, Informationstechnologie, Finanzen, Corporate Governance, rechtliche Aspekte, Kommunikation/Reputation. 	
4.11.	Explanation of whether and how the precautionary approach or principle is addressed by the organization.	Fully	<ul style="list-style-type: none"> - Kapitel "Risikobericht" im Finanzbericht Seite 40-42 - Dokument "Risikopolitik" Anhang zum GRI-Index Seite 5 	
4.12.	Externally developed economic, environmental, and social charters, principles, or other initiatives to which the organization subscribes or endorses.	Fully	<ul style="list-style-type: none"> - Kapitel "Nachhaltigkeitscontrolling" im Geschäftsbericht Seite 45: Die Post richtet sich im Umwelt-Accounting nach dem Greenhouse Gas Protocol. - Nachhaltigkeitscharta der Union internationale des transports publics (UITP). Siehe Dokument "UITP-Charta für eine nachhaltige Entwicklung" im Anhang zum GRI-Index Seite 9. - Charta "Luzern Challenge" zur Förderung der Elektromobilität 	
4.13.	Memberships in associations (such as industry associations) and/or national/international advocacy organizations in which the organization: * Has positions in governance bodies; * Participates in projects or committees; * Provides substantive funding beyond routine membership dues; or * Views membership as strategic.	Fully	<ul style="list-style-type: none"> - Dokument "Partnerschaften der Post" im Anhang zum GRI-Index Seite 10. Im Jahr 2013 ist die Post neu dem UN Global Compact beigetreten. 	

4.14	List of stakeholder groups engaged by the organization.	Fully	<ul style="list-style-type: none"> Die folgenden Stakeholder werden von der Post in ihren Dialog einbezogen (nicht abschliessende Liste): Bundesrat und Regulatorien Kantonsregierungen Parlamentarier Gewerkschaften Wirtschaftsverbände Konsumentenschutzorganisationen Mitbewerber (Ipc) Kunden Mitarbeitende <p>– Aufgrund der Vielzahl von sich teilweise wandelnden Stakeholdergruppen, mit denen die Post in einem regelmässigen Dialog steht, publiziert die Post keine statische Liste.</p>							
4.15	Basis for identification and selection of stakeholders with whom to engage.	Fully	<p>– Als Basis für die Identifikation dienen u.a. das Management von Reputationsrisiken, Einholung von Zweitmeinungen und Aussensichten, Chancenerhöhung für gemeinsame, politische, Interessenvertretung, unternehmerische und betriebliche Interessen, wirtschaftsdiplomatische Gepflogenheiten.</p> <p>– Die Schweizerische Post steht in einem vielschichtigen Spannungsfeld zwischen politischen und regulatorischen Anforderungen, gesellschaftlicher Akzeptanz sowie wirtschaftlichen Interessen. In diesem Spannungsfeld verfolgt die Post das Ziel, politische Massnahmenbildung- und Entscheidungsprozesse im Dialog mit zu gestalten. Dazu pflegt sie die Beziehungen zu ihren Anspruchsgruppen im In- und Ausland und zu internationalen Organisationen, in denen sie wichtige Vertreterinnen und Vertreter aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft aus erster Hand die Positionen der Post zu bestimmten Themen erfahren und stellen mit ihnen in einem kontinuierlichen Dialog.</p> <p>– Die Einbeziehung der Anspruchsgruppen erfolgt u.a. durch eine standardisiert durchgeführte Stakeholderbefragung und durch die Mitgliedschaft und Mitarbeit bei Organisationen, Institutionen und Initiativen (siehe 4.13).</p> <p>– Das Stakeholder-Konzept wird jährlich dem Präsidenten des Verwaltungsrats und dem CEO vorgelegt und durch diese freigegeben. Das Konzept selbst ist vertraulich und wird nicht publiziert.</p>						Aufgrund der Vertraulichkeit des Stakeholder-Konzeptes publiziert die Post keine statische Liste der Stakeholder (Häufigkeit nach Art des Ansatzes der Einbeziehung pro Stakeholdergruppe)	
4.16	Approaches to stakeholder engagement, including frequency of engagement by type and by stakeholder group.	Partially							Proprietary information	
4.17	Key topics and concerns that have been raised through stakeholder engagement, and how the organization has responded to those key topics and concerns, including through its reporting.	Fully	<p>– Wichtige Frage: Klimaschutz. Massnahme: Klimaziel in Konzernstrategie verankert, Massnahmenplan zur Umsetzung. Siehe Kapitel "Schwerpunkt Klimaschutz: Stossrichtungen und Massnahmen" im Geschäftsbericht Seite 44</p> <p>– Dialog mit Anspruchsgruppen, Geschäftsbericht Seite 53.</p> <p>– "Sozial- und Ethikkodex" Seite 34 im GRI Anhang.</p> <p>– Kundenorientierung siehe Interview mit CEO im Geschäftsbericht Seite 6.</p>							
STANDARD DISCLOSURES PART II: Disclosures on Management Approach (DMAs)										
REPORT ON THE DISCLOSURES ON MANAGEMENT APPROACH FOR EACH CATEGORY. YOU SHOULD BE ABLE TO DISCLOSE THIS INFORMATION ON THE ASPECT LEVEL FOR EACH PERFORMANCE INDICATOR THAT YOU HAVE REPORTED FULLY ON.										
Level of Reporting										
Location of disclosure										
G3.1 DMAs DMA EC Aspects	Disclosure Disclosure on Management Approach EC		<ul style="list-style-type: none"> Kapitel "Konzernstrategie" Seite 12 im Finanzbericht Kapitel "Gesetzlicher Auftrag" Seite 12 im Finanzbericht Kapitel "Strategische Ziele des Bundesrats" Seite 12 im Finanzbericht Kapitel "Rahmen" Seite 16 im Finanzbericht Kapitel "Ziele" Seiten 16-17 im Finanzbericht Kapitel "Stossrichtungen" Seite 17 im Finanzbericht Kapitel "Wesentliche nicht-finanzielle Ergebnisse" Seite 37-39 im Finanzbericht 						Further comments	
	Economic performance	fully								<ul style="list-style-type: none"> Die Post trägt zur Förderung der wirtschaftlichen Lage an ihren Standorten bei. Dies erfolgt direkt über Lohnzahlungen (Arbeitsplätze), die Geschäftsbeziehungen mit lokalen Zulieferern, die Gewinnablieferung an den Bund als Eigentümer und ihrer Sponsoringtätigkeiten. Das kooperative Verhältnis von Arbeitgeber und Arbeitnehmerverbänden (Sozialpartnerschaft) und den daraus entstehenden konsensfähigen Lösungen (Gesamtarbeitsverträgen) garantiert den Arbeitsfrieden. Durch die Schaffung von Arbeitsplätzen in wirtschaftlichen Randregionen leistet sie zudem einen regionalpolitischen und volkswirtschaftlichen bedeutenden Beitrag an die wirtschaftliche Entwicklung dieser Regionen. Mit einer hohen Qualität ihrer Leistungen im allgemeinen und einer hohen Qualität der Grundversorgung im speziellen ist die Post ein wesentlicher Teil einer effizienten Infrastruktur, welche wiederum allen Unternehmen und Privathaushalten in der Schweiz zu gute kommt. In ihrer Funktion als eine der grössten Finanzdienstleisterin der Schweiz ist die Tätigkeit von PostFinance eine Voraussetzung für eine Vielzahl anderer wirtschaftlicher Aktivitäten. PostAuto leistet in der Schweiz einen wesentlichen Beitrag zum öffentlichen Verkehr und damit zur nachhaltigen Mobilität. Mit ihren Angeboten zur Verlängerung der Mobilitätskette (Car- und Bikesharing) erhöht PostAuto die Attraktivität des öffentlichen Verkehrs und unterstützt dadurch die politischen Zielsetzungen für eine nachhaltige Mobilität.

DVA EN Aspects	Indirect economic impacts Disclosure on Management Approach EN	fully	Partially	Fully	Not	Not	Fully	Fully	Fully	Fully	Fully
	<ul style="list-style-type: none"> - Dokument "Die Post trägt gesellschaftliche Verantwortung" im Anhang zum GRI-Index, Seiten 6-7 - Kapitel "Konzernstrategie", Seite 12 im Finanzbericht - Kapitel "Gesetzlicher Auftrag", Seite 12 im Finanzbericht - Kapitel "Strategische Ziele des Bundesrats", Seite 12 im Finanzbericht - Kapitel "Rahmen", Seite 16 im Finanzbericht - Kapitel "Ziele", Seite 16-17 im Finanzbericht - Kapitel "Stossrichtungen", Seite 17 im Finanzbericht - Kapitel "Wesentliche nicht-finanzielle Ergebnisse", Seite 37-39 im Finanzbericht 		<ul style="list-style-type: none"> - Aufgrund der Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalyse fokussiert sich die Strategie der Post im Bereich ökologischer Nachhaltigkeit auf Energieeffizienz, erneuerbare Energien und den Klimaschutz. Beim Materialverbrauch wird Ressourcenschonender Papierverbrauch - Nachhaltigkeitsstrategie 2014-16, Geschäftsbericht Seite 46 	<ul style="list-style-type: none"> - Energie ist ein Aspekt der Klimastrategie. Die Energie- und Klimaziele leiten sich aus der Strategie, den Stossrichtungen und Zielen ab. Siehe Kapitel "Konzernstrategie" Seite 12 im Finanzbericht, Kapitel "Strategische Ziele des Bundesrats" Seite 13 im Finanzbericht, Kapitel "Ziele" Seite 16-17 im Finanzbericht, Kapitel "Stossrichtungen" Seite 17 im Finanzbericht. - Kapitel "Die Post verstärkt ihr Engagement für Klima und Umwelt" Seite 44 im Geschäftsbericht. - Dokument "Nachhaltig handeln - In unsere Zukunft investieren" und "Ökologisch unterwegs" im Anhang zum GRI-Index Seite 19 und Seite 20. - Kapitel "Strommix weiter optimiert" auf Seite 48 im Geschäftsbericht. - Siehe Kapitel "Nachhaltiges Bauen", Geschäftsbericht Seite 49. 	<ul style="list-style-type: none"> - Aufgrund der Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalyse fokussiert sich die Strategie der Post im Bereich ökologischer Nachhaltigkeit auf Energieeffizienz, erneuerbare Energien und den Klimaschutz. - Die Wesentlichkeitsanalyse wird für die Nachhaltigkeitsstrategie der Strategieperiode 2013-2015 überarbeitet. 	<ul style="list-style-type: none"> - Aufgrund der Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalyse fokussiert sich die Strategie der Post im Bereich ökologischer Nachhaltigkeit auf Energieeffizienz, erneuerbare Energien und den Klimaschutz. - Die Wesentlichkeitsanalyse wird für die Nachhaltigkeitsstrategie der Strategieperiode 2013-2015 überarbeitet. 	<ul style="list-style-type: none"> - Aufgrund der Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalyse fokussiert sich die Strategie der Post im Bereich ökologischer Nachhaltigkeit auf Energieeffizienz, erneuerbare Energien und den Klimaschutz. - Die Post fokussiert sich mit ihrer Klimastrategie auf die Emissionen von CO₂. Siehe Anhang zum GRI-Index "Klimaschutz - Massnahmenpaket der Post" und "Nachhaltig handeln - In unsere Zukunft investieren" - Die Energie- und Klimaziele leiten sich aus der Strategie, den Stossrichtungen und Zielen ab. Siehe Kapitel "Konzernstrategie" Seite 12 im Finanzbericht, Kapitel "Strategische Ziele des Bundesrats" Seite 13 im Finanzbericht, Kapitel "Ziele" Seite 16-17 im Finanzbericht, Kapitel "Stossrichtungen" Seite 17 im Finanzbericht. - Abwasser wird soweit notwendig vorbehandelt und gesetzeskonform entsorgt (Kanalisation, Abwasserreinigungsanlagen). - Abfälle werden gesammelt und in die dafür vorgesehenen Entsorgungs- resp. Recyclingkanäle gegeben. 	<ul style="list-style-type: none"> - Kapitel "Schwerpunkt Klimaschutz: Stossrichtungen und Massnahmen", Geschäftsbericht Seite 44. - Thema "pro clima-Versand" auf Seite 44 im Geschäftsbericht. - Kapitel "Mobilitätslösung für Firmen, Geschäftsbericht Seite 47 	<ul style="list-style-type: none"> - Dokument "Verhaltenskodex Post" im Anhang zum GRI-Index Seite 16. - Anonyme Meldestelle der Post www.postcourage.ch 	<ul style="list-style-type: none"> - Bei den Transportleistungen der Post (Güter und Personen) steht der Klimaschutz sowie die Lärmproblematik im Zentrum - Kapitel "Subkontraktorenmanagement" auf Seite 45 im Geschäftsbericht. - Kapitel "Mobilitätslösungen für Firmen" Seite 47 im Geschäftsbericht - Kapitel "Nachhaltige Mobilität" Seite 47 im Geschäftsbericht - Kapitel "Die Brennstoffzellenpostauto" Seite 35 im Geschäftsbericht - Dokument "Klimareineuliche Bahntransporte" im Anhang zum GRI-Index, Seite 24. - Dokument "Energieeffiziente Logistik" im Anhang zum GRI-Index, Seite 23 - Dokument "Nachhaltig handeln" und "Ökologisch unterwegs" im Anhang zum GRI-Index, Seite 19 und Seite 20. 	
Materials											
Energy											
Water											
Biodiversity											
Emissions, effluents and waste											
Products and services											
Compliance											
Transport											

Overall	Fully	<ul style="list-style-type: none"> - Dokument "Nachhaltig handeln" im Anhang zum GRI-Index Seite 19
DMA LA Aspects		
Disclosure on Management Approach LA	Fully	
Employment	Fully	<ul style="list-style-type: none"> - Kapitel "Veränderungsbereitschaft und Flexibilität" Seite 38 im Geschäftsbericht - Dokument "Personalpolitik" im Anhang zum GRI-Index Seite 36
Labor/management relations	Fully	<ul style="list-style-type: none"> - In der Sozialpartnerschaft mit den Gewerkschaften syndicom und transfair werden die Rahmenbedingungen für die Beziehungen zwischen Unternehmen und Mitarbeitenden ausgehandelt. Basis für einen grossen Teil des Personals ist dabei der Gesamtarbeitsvertrag (GAV) Post. Zusammen mit Ihren Sozialpartnern strebt die Post stets zukunftsgerichtete Lösungen im Interesse der Kunden, der Mitarbeitenden und des Unternehmens an.
Occupational health and safety	Fully	<ul style="list-style-type: none"> - Kapitel "Betriebliches Case Management" Seite 41 im Geschäftsbericht - Kapitel "Feel good" Seite 41 im Geschäftsbericht - Dokument "Prävention und Motivation - Gesundheit und Fitness fördern" im Anhang zum GRI-Index Seite 46
Training and education	Fully	<ul style="list-style-type: none"> - Kapitel "Lehrlingspoststellen" Seite 40 im Geschäftsbericht - Dokument "Lehrbild Berufsbildung Post" im Anhang zum GRI-Index Seite 43 - Dokument "Nachwuchs fördern - Vielseitiges Lehrstellenangebot" im Anhang zum GRI-Index Seite 42
Diversity and equal opportunity	Fully	<ul style="list-style-type: none"> - Kapitel "Starke Mitarbeitende - starke Post" Seite 24 im Geschäftsbericht - Dokument "Moderne Arbeitsbedingungen - Die Post: eine attraktive Arbeitgeberin" im Anhang zum GRI-Index 45
Equal remuneration for women and men	fully	<ul style="list-style-type: none"> - Dokument "Moderne Arbeitsbedingungen - Die Post: eine attraktive Arbeitgeberin" im Anhang zum GRI-Index 45
Disclosure on Management Approach HR		
DMA HR Aspects		
Investment and procurement practices	Fully	<ul style="list-style-type: none"> - Dokument "Sozial- und Ethikkodex" im Anhang zum GRI-Index 34 - Dokument "Beschaffungspolitik" im Anhang zum GRI-Index 31 - Dokument "Vergabeverfahren" im Anhang zum GRI-Index 33 - Dokument "Verhaltenskodex Post" im Anhang zum GRI-Index 16 - Anonyme Meldestelle der Post www.postcourage.ch
Non-discrimination	Fully	<ul style="list-style-type: none"> - Dokument "Sozial- und Ethikkodex" im Anhang zum GRI-Index 34 - Dokument "Verhaltenskodex Post" im Anhang zum GRI-Index 16 - Anonyme Meldestelle der Post www.postcourage.ch
Freedom of association and collective bargaining	Fully	<ul style="list-style-type: none"> - Die Vereinigungsfreiheit und das Recht auf Kollektivvereinbarungen ist gesetzlich garantiert. Zur Einhaltung gesetzlicher Vorschriften vgl. Anhang zum GRI-Index "Verhaltenskodex Post", Seite 16
Child labor	Fully	<ul style="list-style-type: none"> - Dokument "Sozial- und Ethikkodex" im Anhang zum GRI-Index 34 - Dokument "Verhaltenskodex Post" im Anhang zum GRI-Index 16 - Anonyme Meldestelle der Post www.postcourage.ch
Prevention of forced and compulsory labor	Fully	<ul style="list-style-type: none"> - Dokument "Sozial- und Ethikkodex" im Anhang zum GRI-Index 34 - Dokument "Verhaltenskodex Post" im Anhang zum GRI-Index 16 - Anonyme Meldestelle der Post www.postcourage.ch
Security practices	Fully	<ul style="list-style-type: none"> - Dokument "Sozial- und Ethikkodex" im Anhang zum GRI-Index 34 - Dokument "Verhaltenskodex Post" im Anhang zum GRI-Index 16 - Anonyme Meldestelle der Post www.postcourage.ch
Indigenous rights	Fully	<ul style="list-style-type: none"> - Dokument "Sozial- und Ethikkodex" im Anhang zum GRI-Index 34 - Dokument "Verhaltenskodex Post" im Anhang zum GRI-Index 16 - Anonyme Meldestelle der Post www.postcourage.ch
Assessment	Fully	<ul style="list-style-type: none"> - Bei der Beschaffung von Bekleidung erfolgen im Rahmen von periodischen Audits (durch externe Prüfer) stichprobartige Kontrollen zur Einhaltung des "Sozial- und Ethikkodex". - Die Post ist Mitglied der Fair Wear Foundation, Kapitel "Sozial-gesellschaftliches Engagement wird weitergeführt" Seite 46 im Geschäftsbericht.
Remediation	fully	<ul style="list-style-type: none"> - Die Post ist Mitglied der Fair Wear Foundation, Kapitel "Sozial-gesellschaftliches Engagement wird weitergeführt" Seite 46 im Geschäftsbericht: Hält ein Lieferant die Vorgaben nicht ein, verliert er Aufträge der Post.

DIMA SO		Disclosure on Management Approach SO	
Aspects	Local communities	fully	<ul style="list-style-type: none"> -Dokument "Nachhaltig handeln - In unsere Zukunft investieren" im Anhang zum GRI-Index 19
	Corruption	fully	<ul style="list-style-type: none"> -Dokument "Präventionskonzept gegen Wirtschaftskriminalität" im Anhang zum GRI-Index 17 -Anonyme Meldestelle der Post www.postcourage.ch -Dokument "Verhaltenskodex Post" im Anhang zum GRI-Index 16
	Public policy	fully	<ul style="list-style-type: none"> -Die Schweizerische Post steht in einem weitsichtigen Spannungsfeld zwischen politischen und regulatorischen Anforderungen, gesellschaftlicher Akzeptanz sowie wirtschaftlichen Interessen. In diesem Spannungsfeld verfolgt die Post das Ziel, politische Meinungsbildungs- und Entscheidungsprozesse im Dialog mit zu gestalten. Dazu pflegt sie die Beziehungen zu ihren Anspruchsgruppen im In- und Ausland und zu internationalen Organisationen, in denen sie sowohl ihre politischen als auch betrieblichen Interessen vertritt. Experten sorgen dafür, dass wichtige Vertreterinnen und Vertreter aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft aus erster Hand die Positionen der Post zu bestimmten Themen erfahren und stehen mit ihnen in einem kontinuierlichen Dialog. -Die Post publiziert in regelmässiger Konzentrationsspiere. Diese Positionspapiere bieten in kompakter Form, verständlich aufbereitete Informationen, Daten und Fakten.
	Anti-competitive behavior	fully	<ul style="list-style-type: none"> -Die Post erbringt die Dienstleistungen der Grundversorgung auf einem hohen Qualitätsniveau und schöpft gleichzeitig die ihr gewährten Handlungsfelder aus. Bei den Leistungen im Wettbewerb gelten für die Post die gleichen Regeln wie für private Anbieter, gesetzliche Ausnahmen vorbehalten. Die Post hält sich an die Regeln des freien Wettbewerbs. Dazu gehören beispielsweise das Kartellgesetz und das Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb. Durch die Grösse des Konzerns hat die Post eine starke Marktposition. So profitiert sie etwa beim Einkauf von guten Konditionen.
Compliance	fully	<ul style="list-style-type: none"> -Dokument "Präventionskonzept gegen Wirtschaftskriminalität" im Anhang zum GRI-Index 17 -Anonyme Meldestelle der Post www.postcourage.ch -Dokument "Verhaltenskodex Post" im Anhang zum GRI-Index 16 	
DIMA PR			
Aspects	Customer health and safety	fully	<ul style="list-style-type: none"> -Dokument "Sicherheitspolitik" im Anhang zum GRI-Index 47
	Product and service labelling	fully	<ul style="list-style-type: none"> -Post Das Produkt- und Dienstleistungsangebot der Post ist in den aktuellen, publizierten Kommunikationsmitteln umschrieben (gemäss den AGB Postdienstleistungen). Das Angebot wird zwischen Privat- und Geschäftskunden differenziert. Sie sind sowohl über den PostApp sowie über das Internet ersichtlich, via www.post.ch/pm/kunden -PostFinance PostFinance bietet ihren Kunden verschiedene Konten und Dienstleistungen an. Inhalt und Umfang dieser Dienstleistungen ergeben sich aus den jeweiligen Teilnahmebedingungen und Broschüren (gemäss den Allgemeinen Geschäfts- und Teilnahmebedingungen von PostFinance). Das Angebot ist ebenfalls auf www.postfinance.ch beschrieben und via dem PostAuto App zugänglich. - PostAuto Das Angebot im Internet wird von PostAuto festgelegt (gemäss den Allgemeinen Geschäftsbedingungen für den Bezug von Abonnementen des öffentlichen Verkehrs im Internet). Das Angebot ist ebenfalls auf www.postauto.ch beschreiben und via dem PostAuto App zugänglich. - Individuelle und auf einzelne Geschäftskunden zugeschnittene Lösungen sind im Internet nicht verfügbar. Einzelne Lösungen für Groskunden sind vertraulich und unterliegen der Geheimhaltungspflicht
	Marketing communications	Not	
	Customer privacy	fully	<ul style="list-style-type: none"> -Dokument "Verhaltenskodex Post" im Anhang zum GRI-Index 16 -Dokument "Sicherheitspolitik" im Anhang zum GRI-Index 47 -Anonyme Meldestelle der Post www.postcourage.ch
Compliance	fully	<ul style="list-style-type: none"> -Dokument "Verhaltenskodex Post" im Anhang zum GRI-Index 16 -Dokument "Sicherheitspolitik" im Anhang zum GRI-Index 47 -Anonyme Meldestelle der Post www.postcourage.ch 	
STANDARD DISCLOSURES PART III: Performance Indicators			
REPORT FULLY ON AT LEAST 20 CORE OR ADDITIONAL PERFORMANCE INDICATORS - AT LEAST 1 FROM EACH CATEGORY (ECONOMIC, ENVIRONMENT, LABOR PRACTICES & DECENT WORK, HUMAN RIGHTS, SOCIETY, PRODUCT RESPONSIBILITY)			
Economic			
Indicator	Disclosure	Level of Reporting	Location of disclosure
Economic performance	Direct economic value generated and distributed, including revenues, operating costs, employee compensation, donations and other community investments, retained earnings, and payments to capital providers and governments.	Fully	<ul style="list-style-type: none"> -Zahlspiegel Blatt "Wohltätigkeit und Sponsoring" -Zahlspiegel Blatt "Verteilung der Wertschöpfung"

			Initiativen zur Gestaltung von Produkten und Dienstleistungen: <ul style="list-style-type: none"> - Kapitel "Schwerpunkt Klimaschutz" Seite 44 im Geschäftsbericht - Kapitel "Subkontraktorenmanagement" Seite 45 im Geschäftsbericht - Kapitel "Brennstoffzellenpostautos" Seite 47 im Geschäftsbericht - Kapitel "Nachhaltige Mobilität" Seite 47 im Geschäftsbericht - Kapitel "Mobilitätslösungen für Firmen" Seite 47 im Geschäftsbericht Die erreichten Einsparungen werden über den gesamten Konzern ausgewiesen. Seit 2008 hat die Post ihre Energiebilanz u.a. mit obigen Initiativen um 2,0 Prozent verbessert.
EN6	Initiatives to provide energy-efficient or renewable energy based products and services, and reductions in energy requirements as a result of these initiatives.	Fully	- Seit 2008 hat die Post den indirekten Energieverbrauch beim Strom um 25 Prozent, bei der Fernwärme um 34 Prozent verringert. Vgl. Zahlenspiegel Blatt "Direkter und indirekter Energieverbrauch".
EN7	Initiatives to reduce indirect energy consumption and reductions achieved.	Fully	
Water			
EN8	Total water withdrawal by source.	Fully	- Zahlenspiegel Blatt "Wasserverbrauch". Der Wasserbezug erfolgt aus dem öffentlichen Wassernetz.
EN9	Water sources significantly affected by withdrawal of water.	Fully	- Der Wasserbezug erfolgt aus dem öffentlichen Wassernetz.
EN10	Percentage and total volume of water recycled and reused.	Fully	- Sämtliche Abwässer werden in die öffentliche Kanalisation und Abwasserreinigungssysteme geleitet.
Biodiversity			
EN11	Location and size of land owned, leased, managed in, or adjacent to, protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas.	Fully	Keine Grundstücke in Schutzgebieten oder angrenzend an Schutzgebiete.
EN12	Description of significant impacts of activities, products, and services on biodiversity in protected areas and areas of high biodiversity value outside protected areas.	Fully	Keine Grundstücke in Schutzgebieten oder angrenzend an Schutzgebiete.
EN13	Habitats protected or restored.	Not	
EN14	Strategies, current actions, and future plans for managing impacts on biodiversity.	Not	
EN15	Number of IUCN Red List species and national conservation list species with habitats in areas affected by operations, by level of extinction risk.	Not	
Emissions, effluents and waste			
EN16	Total direct and indirect greenhouse gas emissions by weight.	Fully	- Zahlenspiegel Blatt "Klimabelastung"
EN17	Other relevant indirect greenhouse gas emissions by weight.	Fully	- Zahlenspiegel Blatt "Klimabelastung"
EN18	Initiatives to reduce greenhouse gas emissions and reductions achieved.	Fully	- Die Post hat 2013 18'500 Tonnen CO2 eingespart. Vgl. Kapitel "Co2 Reduktionsziel übertroffen" Seite 44 im Geschäftsbericht. - Zu den kompensierten CO2-Emissionen durch klimaneutrale Sendungen vgl. Zahlenspiegel Blatt "Klimabelastung".
EN19	Emissions of ozone-depleting substances by weight.	Fully	- Zahlenspiegel Blatt "Luftemissionen"
EN20	NOx, SOx, and other significant air emissions by type and weight.	Fully	- Zahlenspiegel Blatt "Luftemissionen" - Zur Zusammensetzung der Fahrzeugflotte nach Emissionsstandard vgl. Zahlenspiegel Blatt "Flottenenergieeffizienz".
EN21	Total water discharge by quality and destination.	Fully	- Zahlenspiegel Blatt "Abwasser". Sämtliche Abwässer werden in die öffentliche Kanalisation und Abwasserreinigungssysteme geleitet.
EN22	Total weight of waste by type and disposal method.	Partially	- Zahlenspiegel Blatt "Abfall" - Sämtliche Abfälle werden fachgerecht und gesetzeskonform entsorgt. Eine Gefährdung der Umwelt oder des Menschen durch die Abfallentsorgung kann damit ausgeschlossen werden. Aus Effizienzgründen wird deshalb auf ein detailliertes Reporting nach Art der Abfälle und Entsorgungsmethode verzichtet.
EN23	Total number and volume of significant spills.	Not	
EN24	Weight of transported, imported, exported, or treated waste deemed hazardous under the terms of the Basel Convention Annex I, II, and VIII, and percentage of transported waste shipped internationally.	Fully	- Keine Transporte nach Basler Konvention erfasst.
EN25	Identity, size, protected status, and biodiversity value of water bodies and related habitats significantly affected by the reporting organization's discharges of water and runoff.	Fully	- Sämtliche Abwässer werden in die öffentliche Kanalisation und Abwasserreinigungssysteme geleitet.

Products and services			
		Initiativen zur Gestaltung von Produkten und Dienstleistungen: – Kapitel "Schwerpunkt Klimaschutz" Seite 44 im Geschäftsbericht – Kapitel "Subkontraktorenmanagement" Seite 45 im Geschäftsbericht – Kapitel "Brennstoffzellenpostautos" Seite 47 im Geschäftsbericht – Kapitel "Nachhaltige Mobilität" Seite 47 im Geschäftsbericht – Kapitel "Mobilitätslösungen für Firmen" Seite 47 im Geschäftsbericht – Die erreichten Einsparungen werden über den gesamten Konzern ausgewiesen. Seit 2008 hat die Post ihre Energiebilanz u.a. mit obigen Initiativen um 2,0 Prozent verbessert.	
EN26	Initiatives to mitigate environmental impacts of products and services, and extent of impact mitigation.		Fully
EN27	Percentage of products sold and their packaging materials that are reclaimed by category.		Fully
Compliance			
EN28	Monetary value of significant fines and total number of non-monetary sanctions for non-compliance with environmental laws and regulations.		Not
Transport			
EN29	Significant environmental impacts of transporting products and other goods and materials used for the organization's operations, and transporting members of the workforce.		Fully
Overall			
EN30	Total environmental protection expenditures and investments by type.		Not
Social: Labor Practices and Decent Work			
Indicator	Disclosure	Level of Reporting	Location of disclosure
Employment			
			– Zahlenspiegel Blatt "Personalbestand" – Zahlenspiegel Blatt "Lernpersonal" – Zahlenspiegel Blatt "Nachwuchskräfte" – Zahlenspiegel Blatt "Anstellungsverhältnisse" – Zahlenspiegel Blatt "Arbeitsplätze in den Regionen"
LA1	Total workforce by employment type, employment contract, and region, broken down by gender.	Partially	
LA2	Total number and rate of new employee hires and employee turnover by age group, gender, and region.	Partially	– Zahlenspiegel Blatt "Personalfuktuation und Austritte": Eine Aufgliederung nach Altersgruppe, Geschlecht und Region wird nicht vorgenommen.
LA3	Benefits provided to full-time employees that are not provided to temporary or part-time employees, by major operations.	Fully	– Fringe Benefits (FB) werden sowohl Vollzeitbeschäftigten wie auch Teilzeitbeschäftigten abgegeben. FB für Mitarbeitende unter dem GAV Post (rund 2/3 aller MA) weichen teilweise von den FB der Konzerngesellschaften ab.
LA3.5	Return to work and retention rates after parental leave, by gender.	Not	
Labor/management relations			
LA4	Percentage of employees covered by collective bargaining agreements.	Fully	– Zahlenspiegel Blatt "Anstellungsverhältnisse" (GAV = Kollektivvereinbarung)
LA5	Minimum notice period(s) regarding significant operational changes, including whether it is specified in collective agreements	Fully	– In der Kollektivvereinbarung sind von den Parteien keine Fristen festgelegt worden.
Occupational health and safety			
LA6	Percentage of total workforce represented in formal joint management-worker health and safety committees that help monitor and advise on occupational health and safety programs.	Not	
LA7	Rates of injury, occupational diseases, lost days, and absenteeism, and number of work-related fatalities by region and by gender.	Partially	– Zahlenspiegel Blatt "Gesundheitsmanagement": Die Datenlage erlaubt momentan keine Auswertung über sämtliche Konzernstandorte. Eine Auswertung innerhalb der Schweiz nach Kantonen wäre möglich, aber mit nicht vertretbarem Aufwand verbunden.
LA8	Education, training, counseling, prevention, and risk-control programs in place to assist workforce members, their families, or community members regarding serious diseases.	Fully	– Der Personalfonds der Post und die Sozialberatung der Post unterstützen Mitarbeitende und deren Angehörige in solchen Fällen.
LA9	Health and safety topics covered in formal agreements with trade unions.	Fully	– Eine Betriebsgruppenlösung hilft den verschiedenen Bereichen der Post als Leitfaden und Umsetzungsinstrument. Damit wird die Konformität mit den gesetzlichen Anforderungen für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz gewährleistet und die Zahl der Unfälle und berufsbedingten Erkrankungen gesenkt. In Absprache mit der Paritätischen Kommission.
Training and education			
LA10	Average hours of training per year per employee by gender, and by employee category.	Not	– Zurzeit keine fundierten Zahlen vorhanden. Ein Bildungscontrollings ist zurzeit im Aufbau. Dieses Controlling wird mittelfristig die Informationen liefern.

LA11	Programs for skills management and lifelong learning that support the continued employability of employees and assist them in managing career endings.	Fully	<ul style="list-style-type: none"> -Dokument "Leitbild Berufsbildung Post" im Anhang zum GRI-Index Seite 43 -Dokument "Nachwuchs fördern" im Anhang zum GRI-Index Seite 42
LA12	Percentage of employees receiving regular performance and career development reviews, by gender.	Fully	<ul style="list-style-type: none"> -Mit den Qualifikations- und Zielvereinbarungsgesprächen "Focus" sind alle Vorgesetzten dafür verantwortlich, Zielvereinbarung und -beurteilung vorzunehmen. -In Bezug auf GAV Post legt sind schätzungsweise 95% der Focus-Gesprächen abgeschlossen.
LA13	Composition of governance bodies, and breakdown of employees per employee category according to gender, age group, minority group membership, and other indicators of diversity.	Fully	<ul style="list-style-type: none"> -Zahlenspiegel Blatt "Frauenanteil im Management" -Zahlenspiegel Blatt "Demographie (Altersverteilung)" -Zahlenspiegel Blatt "Geschlechterverteilung" -Zahlenspiegel Blatt "Sprachenvielfalt" -Zahlenspiegel Blatt "Nationalitäten"
LA14	Ratio of basic salary and remuneration of women to men by employee category, by significant locations of operation.	Not	<ul style="list-style-type: none"> -Zusammensetzung der leitenden Organe vgl. Kapitel "Corporate Governance" Seiten 54 und Seiten 56 im Geschäftsbericht.
Indicator	Disclosure	Level of Reporting	Social: Human Rights
Investment and procurement practices	Location of disclosure		
HR1	Percentage and total number of significant investment agreements and contracts that include clauses incorporating human rights concerns, or that have undergone human rights screening.	Fully	<ul style="list-style-type: none"> -Alle neuen Lieferanten müssen den Sozial- und Ethikkodex unterschreiben. Dieser ist Bestandteil des Vertrages. Dokument "Sozial- und Ethikkodex" im Anhang des GRI-Index Seite 36.
HR2	Percentage of significant suppliers, contractors and other business partners that have undergone human rights screening, and actions taken.	Partially	<ul style="list-style-type: none"> -Bekleidungslieferanten gelten als risikoreich. Ende 2013 standen davon 96.7% unter einem Monitoring, welches auch Menschenrechtsaspekte prüft.
HR3	Total hours of employee training on policies and procedures concerning aspects of human rights that are relevant to operations, including the percentage of employees trained.	Not	
HR4	Total number of incidents of discrimination and actions taken.	Not	
HR5	Operations and significant suppliers identified in which the right to exercise freedom of association and collective bargaining may be violated or at significant risk, and actions taken to support these rights.	Fully	<ul style="list-style-type: none"> -Es sind keine derartigen Geschäftstätigkeiten bekannt. Es findet keine systematische Erfassung statt.
HR6	Operations and significant suppliers identified as having significant risk for incidents of child labor, and measures taken to contribute to the effective abolition of child labor.	Fully	<ul style="list-style-type: none"> -Es sind keine derartigen Geschäftstätigkeiten bekannt. Es findet keine systematische Erfassung statt.
HR7	Operations and significant suppliers identified as having significant risk for incidents of forced or compulsory labor, and measures taken to contribute to the elimination of all forms of forced or compulsory labor.	Fully	<ul style="list-style-type: none"> -Es sind keine derartigen Geschäftstätigkeiten bekannt. Es findet keine systematische Erfassung statt.
HR8	Percentage of security personnel trained in the organization's policies or procedures concerning aspects of human rights that are relevant to operations.	Not	<ul style="list-style-type: none"> -keine Daten verfügbar
HR9	Total number of incidents of violations involving rights of indigenous people and actions taken.	Fully	<ul style="list-style-type: none"> -Es sind keine derartigen Geschäftstätigkeiten bekannt. Es findet keine systematische Erfassung statt.
HR10	Percentage and total number of operations that have been subject to human rights reviews and/or impact assessments.	Partially	<ul style="list-style-type: none"> -Assessments im Bereich Bekleidungsbeschaffung (Fair Wear Foundation). Siehe Kapitel "Sozialgesellschaftliches Engagement wird weitergeführt" Seite 46 im Geschäftsbericht.
HR11	Number of grievances related to human rights filed, addressed and resolved through formal grievance mechanisms.	Not	

Social, Society		Level of Reporting	Location of disclosure
Indicator	Disclosure		
Local communities			
			<ul style="list-style-type: none"> – Die Schweizerische Post hat einen Grundversorgungsauftrag gemäss Postgesetz. Der Bundesrat bewertet jedes Jahr die Einhaltung des Grundversorgungsauftrages sowie die strategischen Ziele, die er für die Post, alle vier Jahre definiert. Gemäss Bericht des Bundesrates hat die Post diesen Auftrag auch im 2011 sehr gut erfüllt und die fixierten Ergebnisse erreicht (z.B. im Bereich Kundenzufriedenheit, Personalfriedenheit, Laufzeiten, Erreichbarkeit Poststellennetz, siehe Kapitel "Wesentliche nicht finanzielle Ergebnisse im Finanzbericht" Seiten 37-39). – Seit dem 1. Januar 2004 hat die Post einen Infrastrukturauftrag. Sie ist verpflichtet, ein flächendeckendes Poststellennetz zu betreiben. Zudem muss eine Poststelle mit dem Angebot der Grundversorgung in angemessener Distanz erreichbar sein, das heisst: für 90% der Bevölkerung innerhalb von 20 Minuten. Massgebend ist dabei die Erreichbarkeit mit dem öffentlichen Verkehr oder zu Fuss. – Bei der Verlegung oder Schliessung einer Poststelle hört die Post die Behörden der betroffenen Gemeinden an und strebt eine einvernehmliche Lösung an. Als Poststellen gelten für den Bundesrat auch Agenturen. Der Hauservice wird als Poststellensatz für die Sicherstellung der Grundversorgung anerkannt. Gemäss Artikel 34 der Postverordnung (Stand 1.10.2012) ist die Post verpflichtet bei der Verlegung und Schliessung einer Poststelle verpflichtet das betroffene Gemeinwesen wie folgt einzubeziehen: Artikel 7 <ul style="list-style-type: none"> 1) Vor der Verlegung oder Schliessung einer Poststelle hört die Post die Behörden der betroffenen Gemeinden an. Sie strebt eine einvernehmliche Lösung an. 2) Kommt keine einvernehmliche Lösung zustande, so wird das Entscheidendesse mit den Stellungnahmen der Behörden nach Absatz 1 der ständigen, vom Bundesrat eingesetzten unabhängigen Kommission unterbreitet. Die Kommission beurteilt den Zugang zum Universaldienst der betroffenen Region und gibt eine Empfehlung ab. 3) Die Post entscheidet endgültig; sie berücksichtigt insbesondere das Ergebnis der Anhörung nach Absatz 1 und die Empfehlung der Kommission nach Absatz 2. – Gemäss Artikel 42 der Postverordnung hat die Post zudem die Pflicht "die Anzahl und Art der Veränderungen der Poststellen und die Folgen für den Zugang der betroffenen Bevölkerungsgruppen zum Universaldienst" zu erfassen und der Regulatorbehörden zu melden.
SO1	Percentage of operations with implemented local community engagement, impact assessments, and development programs.	Fully	
SO9	Operations with significant potential or actual negative impacts on local communities.	Fully	<ul style="list-style-type: none"> – Die Verlegung oder Schliessung einer Poststelle beeinflusst das lokale Gemeinwesen (siehe auch SO1)
SO10	Prevention and mitigation measures implemented in operations with significant potential or actual negative impacts on local communities.	Fully	<ul style="list-style-type: none"> – In der Postverordnung Art. 7, Abs 1 wird festgelegt, dass bei einer Verlegung oder Schliessung einer Poststelle eine einvernehmliche Lösung mit dem betroffenen Gemeinwesen anzustreben sei. Weiter legt Art. 7 fest, wie vorzugehen ist, wenn keine einvernehmliche Lösung gefunden werden kann (siehe auch SO1). – Die Post führt zudem institutionalisierte Gespräche mit den Regierungen sämtlicher Kantone durch. Dabei wird i.d.R. auch die Weiterentwicklung des Poststellennetzes thematisiert.
Corruption			
SO2	Percentage and total number of business units analyzed for risks related to corruption.	Partially	<ul style="list-style-type: none"> – Die Interne Revision prüft das Thema Korruption standardmässig bei jeder Revision.
SO3	Percentage of employees trained in organization's anti-corruption policies and procedures.	Not	<ul style="list-style-type: none"> – Der Rechtsdienst (RSD) der Post führt unternehmensintern keine Untersuchungen durch; allenfalls werden solche durch den RSD initialisiert, wobei die Durchführung durch die Interne Revision (IR) erfolgt.
SO4	Actions taken in response to incidents of corruption.	Not	
Public policy			
SO5	Public policy positions and participation in public policy development and lobbying.	Fully	<ul style="list-style-type: none"> – Die Schweizerische Post publiziert ihre Position in Positionspapieren, die im Internet aufgeschaltet sind. Im Spannungsfeld zwischen politischen und regulatorischen Anforderungen, gesellschaftlicher Akzeptanz sowie wirtschaftlichen Interessen verfolgt die Post das Ziel, politische Meinungsbildungs- und Entscheidungsprozesse im Dialog mitzugestalten. Dazu pflegt sie die Beziehungen zu ihren Anspruchsgruppen im In- und Ausland und zu internationalen Organisationen, in denen sie sowohl ihre politischen als auch betrieblichen Interessen vertritt. Experten sorgen dafür, dass wichtige Vertreterinnen und Vertreter aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft aus erster Hand die Positionen der Post zu bestimmten Themen erfahren und stehen mit ihnen in einem kontinuierlichen Dialog.
SO6	Total value of financial and in-kind contributions to political parties, politicians, and related institutions by country.	Fully	<ul style="list-style-type: none"> – Zahlenspiegel Blatt "Wohltätigkeit und Sponsoring"
Anti-competitive behavior			
SO7	Total number of legal actions for anti-competitive behavior, anti-trust, and monopoly practices and their outcomes.	Not	
SO8	Monetary value of significant fines and total number of non-monetary sanctions for non-compliance with laws and regulations.	Not	
Social, Product Responsibility			
Indicator	Disclosure	Level of Reporting	Location of disclosure
Customer health and safety			
			<ul style="list-style-type: none"> – Die Unternehmenssicherheit und Personal setzen laufend Massnahmen um, um unsere Produkte und Dienstleistungen sicher zu gestalten. Beispiele: <ul style="list-style-type: none"> 1) Sicherheit in Poststellen = Nutzen für Personal und Kunden 2) Scannen von Paketen und Briefen 3) PostAuto / Sicherheitsmassnahmen für Fahrgäste – Prozentsatz der Produkt- und Dienstleistungskategorien, die untersucht werden, ist nicht bekannt.
PR1	Life cycle stages in which health and safety impacts of products and services are assessed for improvement, and percentage of significant products and services categories subject to such procedures.	Partially	
PR2	Total number of incidents of non-compliance with regulations and voluntary codes concerning health and safety impacts of products and services during their life cycle, by type of outcomes.	Not	

Product and service labelling			
PR3	Type of product and service information required by procedures, and percentage of significant products and services subject to such information requirements.	Fully	– Für den Bereich "Poststellen und Verkauf" und für Postfinance gilt die Pflicht zur Preisbekanntgabe. Diese Information ist in den Verkaufsstellen des Bereichs "Poststellen und Verkauf" und den Postfinance Filialen verfügbar. Diese beiden Segmente machen etwas über ein Drittel des Betriebsertrag des Konzerns aus.
PR4	Total number of incidents of non-compliance with regulations and voluntary codes concerning product and service information and labeling, by type of outcomes.	Not	
PR5	Practices related to customer satisfaction, including results of surveys measuring customer satisfaction.	Fully	– Kapitel "Kundenzufriedenheit" im Finanzbericht Seite 37 – Dokument "Briefpostindex", "Paketpostindex" im Anhang zum GRI-Index Seite 48 und 50
Marketing communications			
PR6	Programs for adherence to laws, standards, and voluntary codes related to marketing communications, including advertising, promotion, and sponsorship.	Fully	– Die Schweizerische Post hält sich in der Werbung / Marketingkommunikation an die für die Schweiz geltenden Gesetze. – Die Schweizerische Post ist Mitglied beim Schweizerischen Werbeauftragnehmer-Verband (SWA). Sie unterstützt die vom Verband definierten Ziele (http://www.swa-asa.ch/de/main_uber_uns.htm)
PR7	Total number of incidents of non-compliance with regulations and voluntary codes concerning marketing communications, including advertising, promotion, and sponsorship by type of outcomes.	Not	
Customer privacy			
PR8	Total number of substantiated complaints regarding breaches of customer privacy and losses of customer data.	Not	– unbekannt; Reporting wird aufgebaut.
Compliance			
PR9	Monetary value of significant fines for non-compliance with laws and regulations concerning the provision and use of products and services.	Not	

Erklärung: Prüfung der Anwendungsebene durch die GRI

GRI bestätigt hiermit, dass **Die Schweizerische Post** ihren Bericht „Geschäftsbericht 2013“ den GRI Report Services vorgelegt hat, die zum Schluss gekommen sind, dass der Bericht die Anforderungen der Anwendungsebene B+ erfüllt.

GRI Anwendungsebenen drücken den Umfang aus, in dem der Inhalt der GRI G3.1 in der eingereichten Nachhaltigkeitsberichterstattung umgesetzt wurde. Die Prüfung bestätigt, dass die geforderte Auswahl und Anzahl der Angaben für diese Anwendungsebene in der Berichterstattung enthalten ist. Die Prüfung bestätigt außerdem, dass der GRI-Content Index eine gültige Darstellung der vorgeschriebenen Offenlegungen gemäss den GRI G3.1 Richtlinien aufzeigt. Für die Methode siehe www.globalreporting.org/SiteCollectionDocuments/ALC-Methodology.pdf

Anwendungsebenen geben keine Beurteilung der Nachhaltigkeitsleistungen des Berichterstatters oder der Qualität der im Bericht enthaltenen Informationen wieder.

Amsterdam, 9. April 2014



Ásthildur Hjaltadóttir
Director Dienstleistungen
Global Reporting Initiative



Das “+” wurde dieser Anwendungsebene hinzugefügt, weil Die Schweizerische Post für Teile des Berichts/den Bericht eine externe Bestätigung eingeholt hat. GRI akzeptiert dabei die Beurteilung des Berichterstatters selbst bezüglich der Auswahl seines Assurance-Anbieters und des Umfangs des Untersuchungsgegenstandes der externen Bestätigung.

Die Global Reporting Initiative (GRI) ist eine netzwerkbasierte Organisation, die den Weg für die Entwicklung des weltweit meist verwendeten Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung bereitet hat und sich zu seiner kontinuierlichen Verbesserung und weltweiten Anwendung einsetzt. Die GRI-Leitfaden legen die Prinzipien und Indikatoren fest, die Organisationen zur Messung und Berichterstattung ihrer ökonomischen, ökologischen und sozialen Leistungen verwenden können. www.globalreporting.org

Disclaimer: Wo die entsprechende Nachhaltigkeitsberichterstattung externe Links enthält, einschliesslich audio-visuellen Materials, betrifft dieses Statement nur das bei GRI eingereichte Material zum Zeitpunkt der Prüfung am 12. März 2014. GRI schliesst explizit die Anwendung dieses Statements in Bezug auf jegliche spätere Änderungen dieses Materials aus.

Die Schweizerische Post AG
Viktoriastrasse 21
Postfach
3030 Bern
Schweiz

Telefon +41 58 338 11 11

www.post.ch

DIE POST 