

# 20 24

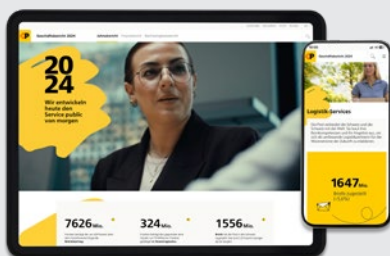
**Wir entwickeln  
heute den Service  
public von morgen**

Nachhaltigkeitsbericht  
2024



# Inhalt

|  |          |   |           |
|--|----------|---|-----------|
| <b>In Kürze</b>  | <b>2</b> | <b>Post von morgen</b>  | <b>8</b>  |
| Die wichtigsten Zahlen   | 2        | Geschäftsmodell   | 10        |
| Nachhaltigkeitsergebnis  | 4        | Wesentlichkeitsmatrix   | 12        |
| Im Gespräch mit Christian Plüss,<br>Delegierter der Konzernleitung<br>für Nachhaltigkeit | 6        | Strategieperiode 2021–2024: Rückblick<br>und erreichte Meilensteine   | 14        |
|  |          | Strategieperiode 2025–2028: Ausblick<br>und strategische Schwerpunkte | 15        |
|  |          | <b>Governance</b>   | <b>16</b> |
|  |          | Corporate Governance  | 18        |
|  |          | Risiko- und Resilienzmanagement                                       | 20        |
|  |          | Unternehmensethik, Integrität<br>und Compliance                       | 23        |
|  |          | <b>Umwelt</b>   | <b>26</b> |
|  |          | Klima   | 28        |
|  |          | Energie   | 31        |
|  |          | Kreislaufwirtschaft und<br>Ressourceneffizienz                        | 33        |
|  |          | Lärm, Luft- und Lichtemissionen                                       | 35        |
|  |          | Biodiversität   | 36        |
|  |          | <b>Kundinnen und Kunden</b>   | <b>38</b> |
|  |          | Kundenzentrierung und Relevanz für<br>die Kundinnen und Kunden        | 40        |
|  |          | Digitalisierung und Innovation  | 43        |
|  |          | Cybersecurity und Digitaletik   | 45        |



→ [geschaeftsbericht.post.ch](https://www.post.ch/geschaeftsbericht)

Der Nachhaltigkeitsbericht wird durch den Finanzbericht und das Glossar zum Nachhaltigkeitsbericht ergänzt.

→ [Finanzbericht 2024 \(PDF\)](#)

→ [Glossar zum Nachhaltigkeitsbericht 2024 \(PDF\)](#)

## **Mitarbeitende 48**

|  |    |
|--|----|
| Personalpolitik und strategische Stossrichtungen           | 50 |
| Unternehmenskultur und Responsible Leadership              | 51 |
| Rekrutierung und Bindung der Mitarbeitenden                | 53 |
| Gesundheit, Sicherheit und Wohlbefinden der Mitarbeitenden | 55 |
| Diversität, Chancengerechtigkeit und Inklusion             | 58 |
| Ausbildung und Entwicklung der Mitarbeitenden              | 61 |
| Dialog mit Mitarbeitenden und Arbeitnehmendenvertretungen  | 64 |

## **Lieferkette 68**

|                                  |    |
|----------------------------------|----|
| Verantwortung in der Beschaffung | 70 |
|----------------------------------|----|

## **Volkswirtschaftlicher und gesellschaftlicher Mehrwert 72**

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| Sicherung der Eigenwirtschaftlichkeit | 74 |
| Service public                        | 76 |
| Stakeholder-Engagement                | 78 |
| Gesellschaftliches Engagement         | 80 |

## **Kennzahlen 81**

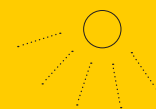
|   |    |
|---|----|
| Governance  | 81 |
| Corporate Governance  | 81 |
| Unternehmensethik, Integrität und Compliance                | 82 |
| Umwelt  | 82 |
| Klima   | 82 |
| Energie   | 84 |
| Lärm, Luft- und Lichtemissionen                             | 84 |
| Kunden  | 85 |
| Kundenzentrierung und Relevanz für die Kundinnen und Kunden | 85 |
| Cybersecurity und Digmaethik                                | 85 |
| Mitarbeitende   | 85 |
| Unternehmenskultur und Responsible Leadership               | 85 |
| Rekrutierung und Bindung der Mitarbeitenden                 | 86 |
| Gesundheit, Sicherheit und Wohlbefinden der Mitarbeitenden  | 87 |
| Diversität, Chancengerechtigkeit und Inklusion              | 87 |
| Ausbildung und Entwicklung der Mitarbeitenden               | 88 |
| Dialog mit Mitarbeitenden und Gewerkschaften                | 89 |
| Lieferkette   | 89 |
| Verantwortung in der Beschaffung                            | 89 |
| Volkswirtschaftlicher und gesellschaftlicher Mehrwert       | 89 |
| Sicherung der Eigenwirtschaftlichkeit                       | 89 |
| Service public  | 89 |

## **Anhang 90**

|                                   |    |
|-----------------------------------|----|
| Assurance Statement               | 90 |
| Methodik                          | 94 |
| Global-Reporting-Initiative-Index | 97 |

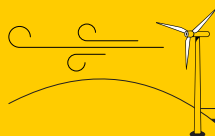
# Die wichtigsten Kennzahlen

+ Weitere Kennzahlen auf den Seiten 81–89



**240 117** t CO<sub>2</sub>e

Treibhausgasemissionen verursachte die Post 2024 (Scope 1–2).



**1055** GWh

Energie verbrauchte die Post 2024, davon stammen **17 Prozent** aus **erneuerbaren Quellen**.

**324** Mio.

Franken beträgt der gegenüber dem Vorjahr um **70 Millionen Franken** gestiegene **Konzerngewinn**.



Über

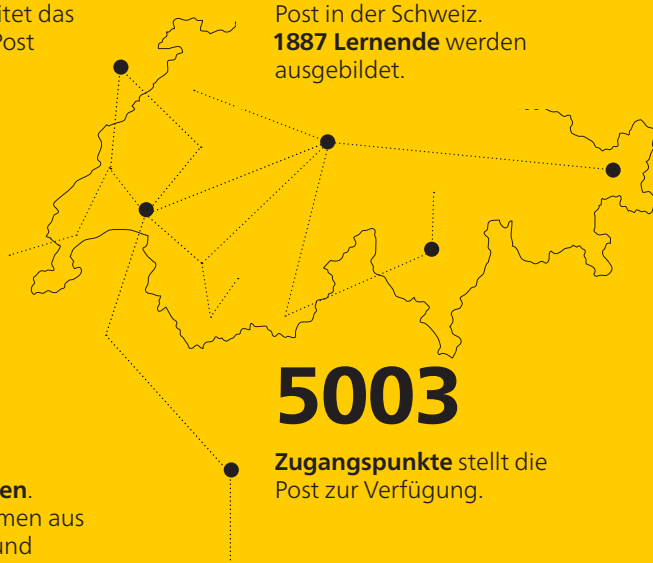
**2,3** Mio.

Anfragen von Kundinnen und Kunden bearbeitet das **Contact Center** der Post jährlich.



**43 487**

Personen beschäftigt die Post in der Schweiz. **1887 Lernende** werden ausgebildet.



Knapp

**3** Mrd.

Franken beträgt das **Beschaffungsvolumen**. Die Lieferanten stammen aus über **200 Branchen** und **40 Ländern**.

**5003**

**Zugangspunkte** stellt die Post zur Verfügung.



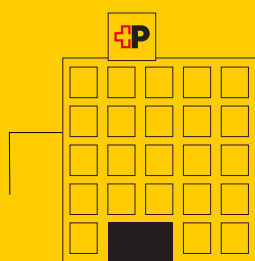
**76** Punkte

zeigen: Die **Kundinnen und Kunden** sind mit der Post zufrieden (Skala 0–100).



**78** Punkte

erreicht der Index **«Engagement»** in der **Personalumfrage 2024** (Skala 0–100).





**3,3** Mio.

**Sendungen** wurden über die **ePost-Kommunikationsplattform** versendet.



**25,4**%

Frauen sind im **obersten Kader**. Der **Frauenanteil** im **Verwaltungsrat** beträgt **44,4 Prozent**.



**96,7**%

der **Bevölkerung** erreichen die Post **innerhalb von 20 Minuten** zu Fuss oder mit dem ÖV.

## Zum Bericht

### Berichtsumfang

Die Post informiert im Nachhaltigkeitsbericht 2024 in Orientierung an Art. 964a–c des Schweizerischen Obligationenrechts (OR) über die Umweltbelange, insbesondere die CO<sub>2</sub>-Ziele, die Sozialbelange, die Arbeitnehmerbelange, die Achtung der Menschenrechte und die Bekämpfung der Korruption.

Dieser Bericht deckt die regulatorischen Anforderungen der PostFinance AG nicht ab. Diese werden im Nachhaltigkeitsbericht 2024 von PostFinance berücksichtigt.

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

### Konsolidierungskreis

Alle Daten werden von Tochtergesellschaften (inkl. Post CH AG, PostFinance AG, PostAuto AG, Post CH Kommunikation AG, Post CH Netz AG und weiteren Konzerngesellschaften) erfasst und auf Konzernebene konsolidiert. Der Konsolidierungskreis des Nachhaltigkeitsberichts stimmt mit jenem des Finanzberichts überein. Die Ausnahmen werden im Kapitel Methodik → Seite 94 ausgewiesen.

### Berichterstattungsstandards

Dieser Bericht folgt den Standards der Global Reporting Initiative (GRI) und gewährleistet damit, dass er international anerkannten Richtlinien für transparente und verantwortungsvolle Nachhaltigkeitsberichterstattung entspricht. Der GRI-Inhaltsindex, der weitere wichtige Standards (TCFD, OECD, SDG und Art. 964a ff. (OR)) referenziert, ist ab → Seite 97 dargestellt.

### Legende für Grafiken

- Aktuelles Jahr
- Vorjahr
- Positive Ergebniswirkung
- Negative Ergebniswirkung
- ▨ Plan-, Ziel- oder Erwartungswert

### Begriffsdefinitionen

Zur Unterstützung der Berichterstattung wird ein Glossar bereitgestellt. Es klärt und definiert zentrale Begriffe und fördert ein gemeinsames Verständnis. Die Definitionen spiegeln die aktuelle Perspektive wider und werden kontinuierlich verfeinert, sobald sich das Verständnis weiterentwickelt.

→ **Glossar zum Nachhaltigkeitsbericht 2024 (PDF)**

Nachhaltigkeitsergebnis

# Die Post ist mit ambitionierten Zielen auf Kurs

Die Ergebnisse 2024 zur Nachhaltigkeit zeigen deutlich: Die Post hat die Grundversorgung in hoher Qualität erbracht und die gesetzlichen Vorgaben des Bundes übertroffen, die Klimareduktionsmassnahmen fangen an, Wirkung zu zeigen, die Kundinnen und Kunden sind mit den Leistungen zufrieden und die Mitarbeitenden arbeiten gerne bei der Post.

In der Strategieperiode 2021–2024 hat die Post die Weichen für eine nachhaltige Zukunft gestellt und wirksame Massnahmen umgesetzt: Für die Umwelt, die Kundinnen und Kunden und für die Mitarbeitenden sowie entlang der Lieferkette und für die Schweizer Bevölkerung. Wichtige Ergebnisse zur Nachhaltigkeit auf einen Blick:

## Umwelt

Das ambitionierte Klima- und Energieziel der Post ist 2024 auf Kurs. Die Treibhausgasemissionen im eigenen Betrieb (Scope 1–2) sind stabil geblieben. Es wurde eine Reduktion von knapp 0,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr verzeichnet. Treiber der Reduktion sind sich ausgleichende Mehrleistungen im Personenverkehr und Minderleistungen in der Güterlogistik sowie Massnahmen in der Elektromobilität und bei fossilfreien Heizungen. Die Zustellflotte umfasst 7300 Elektrofahrzeuge, die mit 100 Prozent «naturemade star»-zertifiziertem Ökostrom betrieben werden. Bei Postauto sind 42 Fahrzeuge mit elektrischen Antrieben im Einsatz.

Die Post konnte die Treibhausgasemissionen in der Wertschöpfungskette (Scope 3) mit rund 18 Prozent im Vergleich zum Vorjahr deutlich reduzieren, was vor allem auf die Reduktion der Emissionen des Eigenanlageportfolios von PostFinance zurückzuführen ist.

Die Post baut mit der neu gegründeten Business Unit «E-Mobility Charging Solutions» eine zuverlässige und kostengünstige Lade-

infrastruktur auf und stellt die Energieversorgung der posteigenen Fahrzeuge sicher.

2024 hat die Post neue Photovoltaikanlagen mit einer zusätzlichen Leistung von 1,6 Megawatt-Peak installiert. Die drittgrösste Anlage der Post entstand 2024 im Logistikzentrum Villmergen, das als erstes Logistikgebäude der Schweiz mit dem nachhaltigen Gebäudestandard «DGNB-Label Schweiz» ausgezeichnet wurde.

2024 erhielt die Post für ihr Engagement und ihre Transparenz die Bestnote A für das Thema Klima des Carbon Disclosure Project CDP.

Mehr dazu ab [→ Seite 26](#)

## Kundinnen und Kunden

Die Gesamtzufriedenheit der Kundinnen und Kunden liegt 2024 bei 76 von 100 Punkten und ist damit im Vergleich zu den Vorjahren unverändert geblieben. Dies zeigt: Es gelingt der Post, ihre Dienstleistungen auf die Kundenbedürfnisse auszurichten. Die Gesamtzufriedenheit der Grosskundinnen und -kunden liegt bei 75 Punkten. Dies entspricht einer Steigerung von +2 Punkten gegenüber 2023. Bei den Privatkundinnen und -kunden ist die Zufriedenheit mit 77 Punkten gegenüber 2023 unverändert.

Mehr dazu ab [→ Seite 40](#)

Um die Sicherheit ihrer digitalen Dienstleistungen und Produkte auf höchstem Niveau zu halten, setzt die Post ein Bug-Bounty-Programm ein. Seit 2024 läuft das Programm uneingeschränkt für die gesamte Domäne post.ch. Damit baut die Post ihre Vorreiterrolle weiter aus.

Mehr dazu ab → Seite 44

### Mitarbeitende

In der letzten Personalumfrage erreichte der Index «Meine direkte Führung» mit 82 von 100 Punkten den höchsten Wert. Auch kann die Post auf ihre hohe Attraktivität als Arbeitgeberin stolz sein. Dies belegt die steigende Anzahl an Bewerbungen: 2024 erhielt die Post fast 90 000 Bewerbungsdossiers, das sind knapp 30 000 mehr als 2023.

Die Gesundheit der Mitarbeitenden ist für die Post ein wichtiges Thema. Ein besonderer Erfolg war die schweizweite Ausrollung der Onlineplattform «StayFit» mit einer anonymen Chatfunktion, über die Mitarbeitende Beratungen im Zusammenhang mit herausfordernden beruflichen oder privaten Situationen anfordern können.

Bei der Lohntransparenz nimmt die Post eine Vorreiterrolle ein: Als eines von wenigen Unternehmen in der Schweiz gibt sie in Stelleninseraten eine Lohnspanne an. Diese Lohntransparenz wird laufend ausgebaut.

Mehr dazu ab → Seite 48

### Beschaffung

Die Post beschafft jährlich Waren, Dienst- und Bauleistungen bei Lieferanten aus über 200 Branchen und 40 Ländern für knapp 3 Milliarden Franken. Rund 94 Prozent der Lieferanten haben ihre Rechnungsadresse in der Schweiz.

Das Thema Nachhaltigkeit hat die Post umfassend in die Beschaffungsorganisation integriert, der «Lieferantenkodex für verantwortungsvolle Beschaffung» wurde weiterentwickelt und ein Managementsystem zur Überprüfung der menschen-

rechtlichen Sorgfaltspflicht und der Umweltbelange in den Lieferketten eingeführt. Für die Meldung von Verstößen steht den Anspruchsgruppen die anonyme Meldestelle PostCourage zur Verfügung.

Um die Dekarbonisierung der Lieferkette voranzutreiben, hat die Post in der Strategieperiode 2021–2024 Nachhaltigkeitskriterien für Beschaffungen über 150 000 Franken eingeführt. Diese werden mit mindestens 15 Prozent gewichtet.

Mehr dazu ab → Seite 68

### Volkswirtschaftlicher und gesellschaftlicher Mehrwert

Das Betriebsergebnis stieg auf 401 Millionen Franken (Vorjahr: 323 Millionen Franken). Die Zunahme ist auf die Preis- und Effizienzmassnahmen zurückzuführen. Der Unternehmensmehrwert beträgt –202 Millionen Franken. Das sind 13 Millionen Franken mehr als im Vorjahr. Die Zunahme ist insbesondere auf das höhere Betriebsergebnis zurückzuführen.

Mehr dazu ab → Seite 74

Die Post erfüllte auch 2024 in allen Kantonen den gesetzlichen Auftrag bezüglich Erreichbarkeit: 98,1 Prozent der Bevölkerung erreichen die Dienstleistungen innerhalb von 20 Minuten (inkl. Hausservice). Die Werte liegen je nach Kanton deutlich über der Zielvorgabe von 90 Prozent. Die Erreichbarkeit der Postdienste lag mit 96,7 Prozent insgesamt deutlich über dem Zielwert.

2024 übertraf die Post alle regulatorischen Qualitätsvorgaben des Bundes (97 Prozent bei Briefen und 95 Prozent bei Paketen): 97,4 Prozent der A-Post-Briefe und 99,1 Prozent der B-Post-Briefe sowie 96,2 Prozent der Priority-Pakete und 99,6 Prozent der Economy-Pakete wurden pünktlich zugestellt.

Mehr dazu ab → Seite 76

Mehr zu den finanziellen Ergebnissen im → Finanzbericht 2024 (PDF)

### Zahlen und Fakten

**240 117** t CO<sub>2</sub>e

Treibhausgasemissionen (Scope 1–2)

**1055** GWh

Energie verbrauchte die Post 2024, davon stammen **17 Prozent** aus erneuerbaren Quellen.

**12,7** MWp

installierte Leistung eigener Photovoltaikanlagen (+1,7 MWp)

**76** Punkte

Kundenzufriedenheit (Skala 0–100)

**82** Punkte

im Index «Meine direkte Führung» in der Personalumfrage (Skala 0–100)

**25,4** %

Frauen im obersten Kader

**44,4** %

Frauen im Verwaltungsrat

**3** Mrd. CHF

Beschaffungsvolumen aus über 200 Branchen und 40 Ländern

**96,7** %

der Bevölkerung erreichen die Postfilialen innerhalb von **20 Minuten** zu Fuss oder mit dem ÖV.

**97,4** %

pünktlich zugestellte A-Post-Briefe

**96,2** %

pünktlich zugestellte Priority-Pakete

Im Gespräch mit Christian Plüss, Delegierter der Konzernleitung für Nachhaltigkeit

## «Die Post ist punkto Nachhaltigkeit sehr gut unterwegs»

Die Kundinnen und Kunden verlangen von der Post nachhaltige Dienstleistungen. Wie die Post diesem Bedürfnis nachkommt und warum sie auf sieben Ambitionen und vier Dimensionen setzt, erklärt Christian Plüss, Delegierter der Konzernleitung für Nachhaltigkeit.



schaft und verbindet damit ihre finanziellen und nichtfinanziellen Leistungen. So will sie ihr nachhaltiges Bestehen sicherstellen. Der Bericht spiegelt das Nachhaltigkeitsverständnis der Post wider.

### Wie beurteilen Sie die Entwicklung der Nachhaltigkeit bei der Post in der vergangenen Strategieperiode?

In den Jahren 2021 bis 2024 standen insbesondere Klima und Energie im Fokus. Die Post hat sich bewusst langfristige Ziele gesetzt, die bis 2030 beziehungsweise 2040 reichen.

Das vergangene Jahr zeigte: Die Post ist punkto Klima sehr gut unterwegs. Sie investiert in nachhaltige Gebäude, wie beispielsweise das Logistikzentrum Villmergen zeigt, und stellt Briefe und Pakete in den Städten Zürich, Bern, Genf, Basel, Winterthur und Thun nur mit Elektrofahrzeugen zu. In der Güterlogistik hat sie die Weichen gestellt, um bis 2030 20 Prozent der mit eigenen Fahrzeugen zurückgelegten Kilometer mit alternativen Antrieben zu fahren. PostAuto hat im Bereich der Elektromobilität wichtige Vorarbeiten geleistet – erste Linien sind bereits elektrifiziert. Die Post hat das Ziel für PostAuto beschleunigt: Bereits bis 2035 soll die ganze Flotte auf fossilfreie Antriebe umgestellt sein.

### Um dieses Ziel zu erreichen, braucht es eine umfangreiche Ladeinfrastruktur für Elektrofahrzeuge. Die Post baut diese gemeinsam mit einem externen Partner auf. Warum betreibt sie diesen Aufwand?

Elektromobilität ist auf dem Vormarsch – bei der Post und in der Schweiz generell. Der Bedarf an Ladestrom und Ladepunkten



**Nachhaltigkeit ist integrierter Bestandteil der Konzernstrategie.**

Christian Plüss  
Delegierter der Konzernleitung  
für Nachhaltigkeit

### 2023 hat die Post zum ersten Mal einen nichtfinanziellen Bericht veröffentlicht. 2024 hat sie diesen zu einem Nachhaltigkeitsbericht weiterentwickelt. Warum?

Christian Plüss: Mit dem nichtfinanziellen Bericht hat die Post 2023 einen ersten Schritt gemacht, um ihr Wirken entlang der wesentlichen Nachhaltigkeits Themen aufzuzeigen. 2024 folgte mit der Ergänzung der finanziellen Aspekte der nächste Schritt. Die Weiterentwicklung zu einer ganzheitlichen Sicht geht Hand in Hand mit der Strategie der Post. Während Nachhaltigkeit in der ersten Periode der Strategie «Post von morgen» eine von vier Stossrichtungen war, ist sie nun integraler Bestandteil der Konzernstrategie. Die Post verfolgt sieben Ambitionen in den vier Dimensionen Wirtschaft, Mitarbeitende, Umwelt und Gesell-



steigt enorm. Um unseren eigenen Bedarf decken zu können und in der Schweiz die Ladeinfrastruktur zu verbessern, plant die Post unter anderem, zusammen mit der fenaco Genossenschaft ein schweizweites Schnellladernetz für Elektrofahrzeuge aufzubauen. In der neu gegründeten Business Unit E-Mobility Charging Solutions bündelt die Post dazu gezielt ihre Kräfte.

### **Das Engagement für die Umwelt ist der Post wichtig. Wie sieht ihr Engagement für die Gesellschaft aus?**

Die Post schafft mit ihrem Service public einen einzigartigen Mehrwert für die Bevölkerung und die Unternehmen in der Schweiz. Mit 5003 Zugangspunkten – Filialen, Filialen mit Partnern, Hausservice, My Post-Service bei Detailhändlern, Tankstellen, Bahnhöfen und Kiosken, My Post 24-Automaten und Postfachanlagen – stellt sie ein dichtes Netz an Zugangspunkten zur Verfügung. Doch wir engagieren uns weit über den Service public hinaus.

### **Zum Beispiel?**

Die Post entwickelt innovative digitale Dienstleistungen, um ihren Kundinnen und Kunden den Alltag zu erleichtern. Dazu investiert sie in digitale Dienstleistungen wie E-Voting oder das elektronische Patientendossier. Mit der ePost-App, dem digitalen Briefkasten der Post, lassen sich administrative Arbeiten effizient erledigen. Um sich weiterzuentwickeln, arbeitet die Post mit Start-ups und Hochschulen zusammen und sucht gemeinsam mit ihnen nach innovativen Lösungen, die mit den Kernmärkten der Post in Verbindung stehen. Auch in den Bereichen Cybersecurity und Digitalethik nimmt die Post eine Vorreiterrolle ein.

### **Die Leistungen der Post sind nur dank dem Engagement ihrer Mitarbeitenden möglich. Wie engagiert sich die Post für sie?**

Die Post bietet ihren Mitarbeitenden ein wertschätzendes Arbeitsumfeld sowie moderne und faire Anstellungsbedingungen. So unterstützt sie die Vereinbarkeit

von Beruf und Privatleben für alle Mitarbeitenden, zum Beispiel mit der Möglichkeit, Teilzeit oder im Jobsharing zu arbeiten. 2024 gab es 106 Führungsduos, die sich die Führungsverantwortung teilen. Die Anzahl erhöhte sich in den letzten Jahren stetig. Die Post bietet auch allen Mitarbeitenden Weiterbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten.

Die Digitalisierung erfordert eine ständige Anpassung und Weiterentwicklung der Kompetenzen. 2024 wurden insgesamt 9,3 Millionen Franken für Weiterbildungen ausgegeben, die Post hat sich mit 7,5 Millionen Franken daran beteiligt.

Die physische und psychische Gesundheit der Mitarbeitenden bleibt ein zentrales Thema. Die Post bietet niederschwellige Anlaufstellen, darunter eine rund um die Uhr verfügbare Onlineplattform mit Gesundheitsinformationen und anonymer Chatberatung. Zudem unterstützt sie die Mitarbeitenden bei der beruflichen Reintegration.

### **Welche Rolle spielen die wirtschaftlichen Aspekte der Nachhaltigkeit in der Strategie der Post?**

Die Strategie «Post von morgen» ist darauf ausgerichtet, dass sich die Post langfristig aus eigener Kraft finanzieren kann. Die neuen Angebote orientieren sich konsequent an den Bedürfnissen ihrer Kundinnen und Kunden. Gleichzeitig optimiert die Post ihre Kosten und gestaltet ihre Preise zukunftsfähig. Nur so kann sie langfristig relevant bleiben, und nur so kann sie die Grundversorgung und den Service public in hoher Qualität erbringen und aus eigener Kraft finanzieren. Übrigens: Trotz der finanziellen Belastung durch die Grundversorgung hat die Post in den letzten zehn Jahren 1,25 Milliarden Franken Dividenden an den Bund ausgeschüttet.

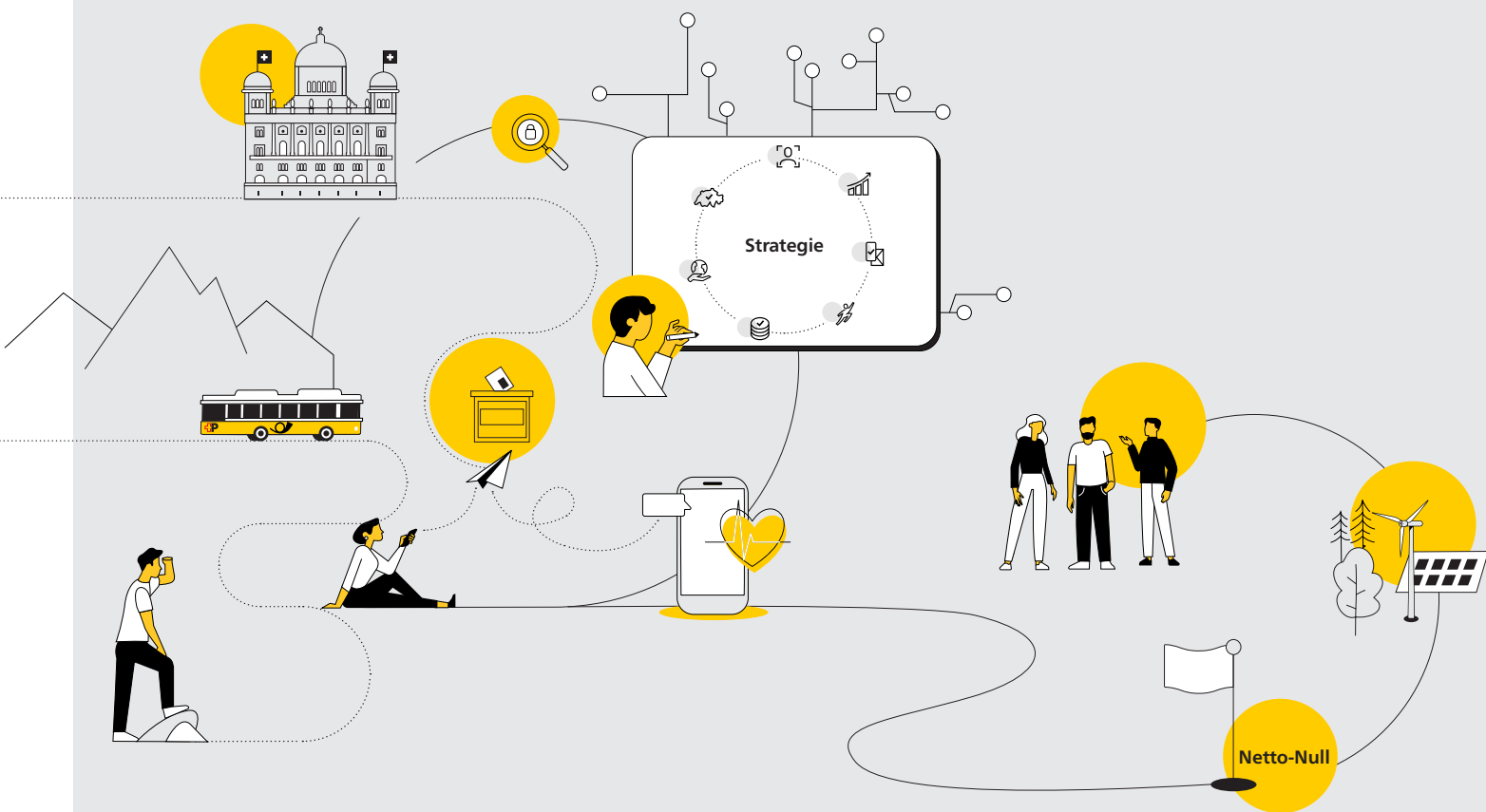


## **Die Post schafft mit ihrem Service public einen einzigartigen Mehrwert für die Schweiz.**

Christian Plüss  
Delegierter der Konzernleitung  
für Nachhaltigkeit

# Post von morgen

|  |    |
|--|----|
| Geschäftsmodell  | 10 |
| Wesentlichkeitsmatrix  | 12 |
| Strategieperiode 2021–2024: Rückblick und erreichte Meilensteine   | 14 |
| Strategieperiode 2025–2028: Ausblick und strategische Schwerpunkte | 15 |



**Januar 2021**  
Corporate Responsibility ist neu eine **strategische Stossrichtung**.

**März 2022**  
Die Post entwickelt ihr digitales Angebot weiter und stärkt ihre **Kompetenzen** im Bereich **Cybersecurity**.

**September 2022**  
**Netzöffnung:** Als erste neue Partnerinnen ziehen zwei Krankenversicherungen in den Filialen ein.

**Januar 2021**  
Die Post startet eine neue, vierjährige Strategieperiode und legt das **Fundament für den Service public der Zukunft**.

**November 2021**  
Einladung zum Weltklimagipfel: Das **UN Global Network würdigt** das **Engagement der Post** für Nachhaltigkeit.

**August 2022**  
Klima- und Energieziel verabschiedet: ab **2040 Netto-Null im Betrieb** und in der **Wertschöpfungskette**.

Seit 175 Jahren ist die Post eine Institution des nationalen Zusammenhalts und erbringt im Auftrag des Bundes Leistungen des Service public. Durch die fortschreitende Digitalisierung haben sich die Anforderungen an die Post verändert. Mit der Strategie «Post von morgen» soll die Relevanz der Post erneuert werden: Sie will auch in Zukunft einen relevanten Beitrag zur Wettbewerbsfähigkeit, für den Zusammenhalt und zur nachhaltigen Entwicklung der Schweiz leisten.

In der Strategieperiode 2021–2024 hat die Post wichtige Grundlagen für eine nachhaltige Post von morgen geschaffen und sich für wirksame Massnahmen prioritär an den Handlungsfeldern entlang der Wertschöpfungskette orientiert. Im Zentrum standen dabei die Themen Umwelt mit Fokus Klima und Energie und die Verantwortung als Arbeitgeberin.

#### Obligationenrecht Art. 964b ff

Dieses Kapitel behandelt die folgenden Themen in Anlehnung an die Bestimmungen von Art. 964b ff. (OR): Beschreibung des Geschäftsmodells, Umweltbelange, Sozialbelange, Arbeitnehmerbelange sowie Achtung der Menschenrechte, Bekämpfung der Korruption sowie Sorgfaltspflichten in der Lieferkette.

#### Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD)

Dieses Kapitel behandelt den folgenden Aspekt gemäss TCFD: Strategie

→ Siehe auch Global-Reporting-Initiative-Index Seite 97

#### August 2023

Ausweitung der Corporate-Responsibility-Charta: **Prüfung der menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten** entlang der gesamten **Lieferkette**.

#### März 2024

Die Post veröffentlicht ihren **ersten nicht-finanziellen Bericht**.

#### Dezember 2024

**Rückblick** auf die **Meilensteine** der Nachhaltigkeit in der ersten **Strategieperiode 2021–2024**.

#### Juni 2023

Die **Science Based Target initiative (SBTi)** validiert das **Klima- und Energieziel**.

#### Dezember 2023

Die Post feiert ihr **175-jähriges Bestehen**.

#### September 2024

**Nachhaltigkeit** ist ab 2025 **integrierter Teil der Konzernstrategie**.

# Geschäftsmodell

**Global Reporting Initiative (GRI):**

GRI 2-1 Organisationsprofil

GRI 2-6 Aktivitäten, Wertschöpfungskette und andere Geschäftsbeziehungen

→ Siehe auch Global-Reporting-Initiative-Index Seite 97

**Externe Rahmenbedingungen**

**Staatseigentum**  
Erfüllung Eignerziele

**Gesetzgebung/Regulierung**  
Grundversorgungsauftrag, Postgesetz und Postorganisationsgesetz

**Marktentwicklungen**  
Veränderung Kundenbedürfnisse, Digitalisierung

**Ressourcen**

**Geschäftsaktivitäten**

**Mitarbeitende**

45 000 beschäftigte Personen in der Schweiz  
>100 Berufe  
41% Frauenanteil  
83,8% nach GAV angestellt

**Wirtschaft**

10,6 Mrd. CHF Eigenkapital  
0,6 Mrd. CHF Investitionen

7 Zentren für Briefverarbeitung  
13 Zentren für Paketverarbeitung  
5003 Zugangspunkte, davon 765 eigenbetriebene Filialen und 1230 Filialen mit Partner  
11 291 Fahrzeuge, davon 7285 elektrisch betrieben

3 Mrd. CHF zugekaufte Waren und Dienstleistungen  
94,1% Kreditervolumen bei Lieferanten mit Rechnungsadresse Schweiz

**Gesellschaft**

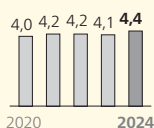
– Vertrauen in die Marke Post  
– Beziehungen zu Kundinnen und Kunden, Lieferanten, Verbänden, Hochschulen, Startups

**Umwelt**

1055 GWh Energieverbrauch  
7,5 GWh Solarstrom aus Eigenproduktion

**Logistik-Services**  
Umfassende Logistikanbieterin für die Schweiz

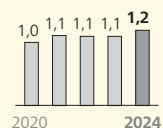
Betriebsertrag in Mrd. CHF



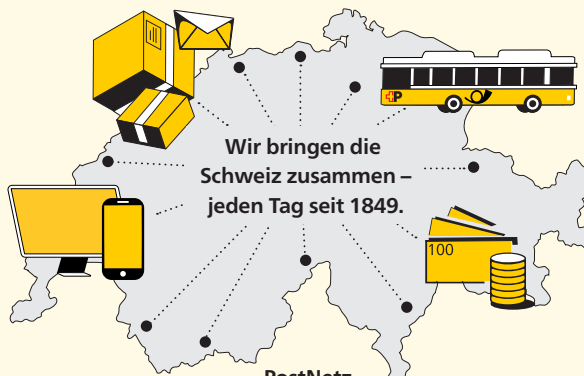
**Treiber**  
Rückgang Briefe  
Wachstum Pakete

**Mobilitäts-Services**  
Nachhaltige und einfach zugängliche Mobilitätslösungen auf der Strasse

Betriebsertrag in Mrd. CHF



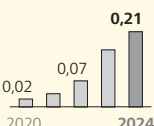
**Treiber**  
Dekarbonisierung  
Kostendruck öffentliche Hand



**Kommunikations-Services**

Vertrauensbasierte und sichere digitale Kommunikationslösungen

Betriebsertrag in Mrd. CHF



**Treiber**  
Digitalisierung Behörden

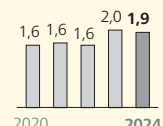
**PostNetz**  
Schweizweite Präsenz und Weiterentwicklung der Zugangspunkte

**Treiber**  
Rückgang Schaltergeschäft

**PostFinance**

Bank der Schweiz für Privatkundinnen und -kunden und Firmenkunden

Betriebsertrag in Mrd. CHF



**Treiber**  
Entwicklung Leitzins

Die Post will relevant bleiben und ihre Leistungen auch in Zukunft eigenwirtschaftlich erbringen.

Die Post prägt mit ihrem Service public das Zusammenleben in der Schweiz. Rechtliche Grundlagen und die Ziele des Bundesrats bilden den Rahmen ihrer Geschäftstätigkeit. Die Post vereint Logistik, Kommunikation, Mobilität und Finanzdienstleistungen zu einem vernetzten Angebot, das sich konsequent an den Bedürfnissen von Geschäfts- und Privatkunden ausrichtet. Ihre zahlreichen und unterschiedlichen physischen und digitalen Zugangspunkte entwickelt die Post fortlaufend weiter. Sie spielt in ihren Märkten eine tragende Rolle für das wirtschaftliche und gesellschaftliche Funktionieren der Schweiz. Mit Investitionen in die Weiterentwicklung ihres Angebots und die dazu notwendige Infrastruktur, in ihre Mitarbeitenden und in die Nachhaltigkeit sichert sie ihre Relevanz und sorgt dafür, dass sie ihre Leistungen auch in Zukunft eigenwirtschaftlich erbringen kann (siehe Abbildung Geschäftsmodell). [GRI 2-1](#)

## Externe Rahmenbedingungen

Seit 175 Jahren stärkt die Post den nationalen Zusammenhalt, erbringt Service-public-Leistungen im Auftrag des Bundes und folgt dessen regulatorischen Vorgaben. Sie reagiert laufend auf Marktveränderungen, entwickelt ihre Produkte und Dienstleistungen entlang den Kundenbedürfnissen weiter und setzt auf Digitalisierung. Die Post orientiert sich an der Agenda 2030 der UNO, unterstützt als Mitglied die Initiative UN Global Compact und trägt zu den Zielen des Bundes für eine nachhaltige Entwicklung bei.

## Ressourcen

Die Post nutzt vielfältige materielle und immaterielle Ressourcen. Als eine der grössten Arbeitgeberinnen der Schweiz beschäftigt sie rund 45 000 Personen in über 100 Berufen, in allen Sprachregionen und allen Kantonen. Sie erbringt ihre Leistungen eigenwirtschaftlich. Ein dichtes Netzwerk (Brief- und Paketzentren, Fuhrpark) ermöglicht nationale und internationale Zustellungen. Markenwert und Vertrauen der Bevölkerung stärken den Erfolg. Umweltschonende Lösungen wie E-Fahrzeuge und Solarenergie senken den Energieverbrauch und die CO<sub>2</sub>-Emissionen.








## Geschäftsaktivitäten

Die Post agiert in den Märkten Logistik, Kommunikation, Mobilität und Finanzdienstleistungen. Ihr traditionelles Kerngeschäft – Brief-, Paket-, Werbe- und Zeitungslogistik – ergänzt sie durch Güterlogistik, crossmediale Werbung und branchenspezifische Logistiklösungen. Darüber hinaus entwickelt sie sichere digitale Kommunikationslösungen für Private, KMU, das Gesundheitswesen, Behörden und Kantone. Als systemrelevante Zahlungsdienstleisterin bietet PostFinance neben Zahlungsverkehr auch Spar- und Anlagedienstleistungen sowie digitale und plattformbasierte Angebote. Im Markt Mobilität ist die Post überwiegend im regionalen Personenverkehr aktiv und offeriert ergänzend gesamtheitliche Mobilitätslösungen. Ein dichtes, nationales Netz an Zugangspunkten garantiert den Zugang zu Post- und Zahlungsverkehrsdienstleistungen. [GRI 2-6](#)

## Mehrwert

Die Post leistet entscheidende Beiträge für Wirtschaft, Gesellschaft, Mitarbeitende und Umwelt. Sie fokussiert auf 9 Millionen Privat- und Hunderttausende Geschäftskunden, erzielt 76 von 100 Punkten in der Kundenzufriedenheit und erwirtschaftete 2024 einen Konzerngewinn von 324 Millionen Franken. Davon flossen 50 Millionen Franken als Dividende an den Eigner. Ein flächendeckender Service public stärkt die soziale Integration. In allen Kantonen bietet die Post Arbeitsplätze. Sie fördert Bildung und soziale Projekte. Für ihre Mitarbeitenden pflegt sie Chancengerechtigkeit und Entwicklung. Durch erneuerbare Energien, E-Fahrzeuge und optimierte Logistik verringerte sie 2024 ihre CO<sub>2</sub>-Emissionen um 330 000 Tonnen CO<sub>2</sub>e (Scope 1–3).

Mehr zum Geschäftsmodell im Finanzbericht auf den [→](#) Seiten 10–14

| Mehrwert   |  |
|--|--|
| <b>Mitarbeitende</b>   |  |
|  <b>3,7 Mrd.</b> CHF Löhne und Sozialleistungen                                |  |
|  <b>82/100</b> Punkte «Meine direkte Führung»                                 |  |
| <b>Wirtschaft</b>  |  |
|  <b>76/100</b> Punkte Kundenzufriedenheit                                    |  |
|  <b>324 Mio.</b> CHF Konzerngewinn   |  |
| <b>50 Mio.</b> CHF Dividende an Eigner   |  |
| <b>94 Mio.</b> CHF Steuern an öffentliche Hand   |  |
| <b>Gesellschaft</b>  |  |
|  <b>1,6 Mrd.</b> Briefe  |  |
| <b>180 Mio.</b> Pakete   |  |
| <b>3,3 Mio.</b> ePost-Sendungen  |  |
| <b>183 Mio.</b> Fahrgäste (PostAuto)   |  |
| <b>107 Mrd.</b> CHF Kundenvermögen (PostFinance)   |  |
| <b>4</b> Kantone nutzen das E-Voting-System  |  |
| <b>84 584</b> elektronische Patientendossiers  |  |
|  <b>802</b> von 2121 Gemeinden in allen Kantonen mit Arbeitsplätzen der Post |  |
| <b>16 000</b> Arbeitsplätze in peripheren Regionen   |  |
| <b>Umwelt</b>  |  |
|  <b>330 000 t</b> CO <sub>2</sub> e-Reduktion Scope 1–3 ggü. 2023            |  |

## Wesentlichkeitsmatrix

### Global Reporting Initiative (GRI):

- GRI 3-1 Verfahren zur Bestimmung wesentlicher Themen
- GRI 3-2 Liste der wesentlichen Themen
- GRI 3 Managementansatz zu wesentlichen Themen 2021
- Siehe auch Global-Reporting-Initiative-Index Seite 97

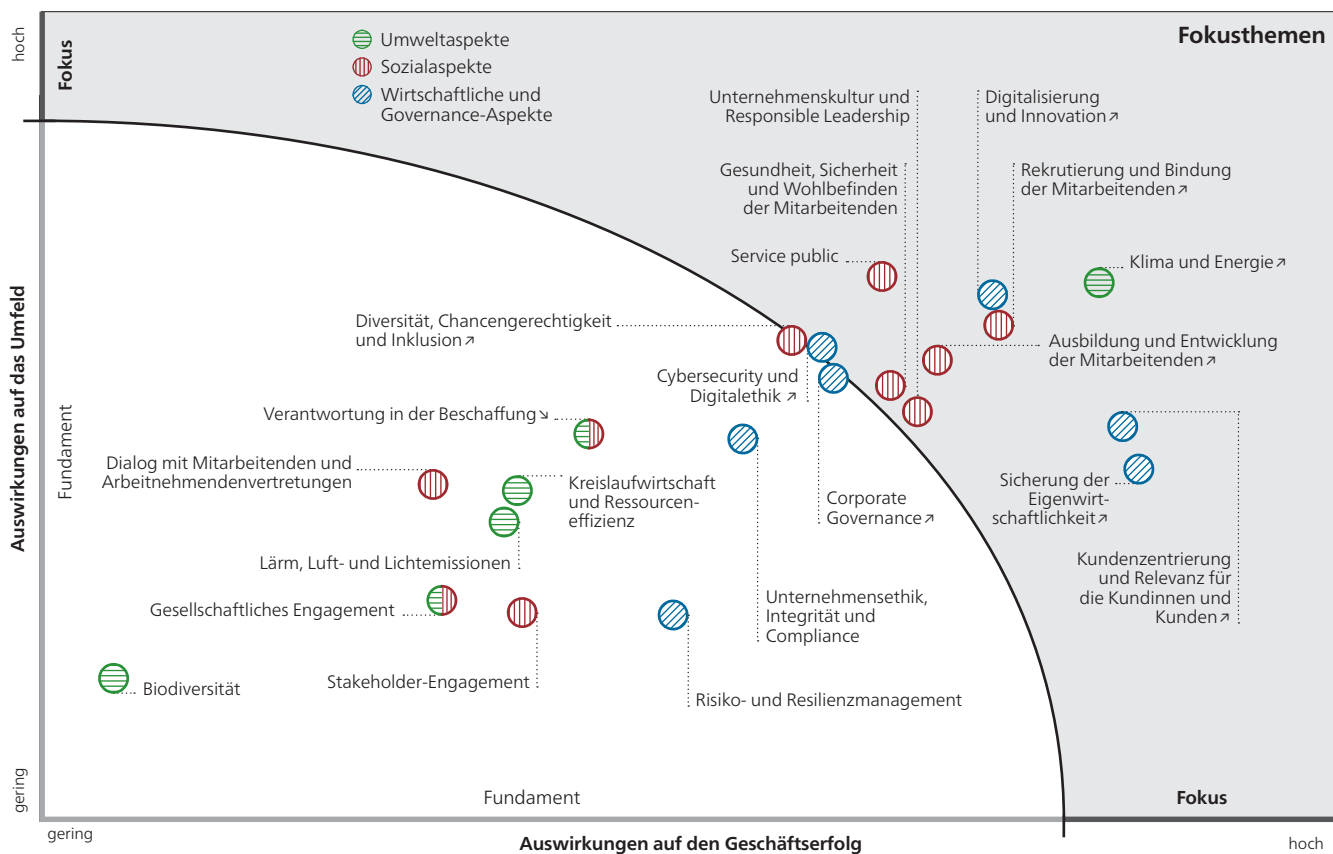
In der Wesentlichkeitsmatrix bewertet die Post, wie sich einzelne Themen auf die Nachhaltigkeit und wie sich Nachhaltigkeitsaspekte auf den Geschäftserfolg auswirken. (GRI 3) So dient die Matrix der Post als strategischer Kompass und unterstützt sie in der Priorisierung von Massnahmen. Auch aus regulatorischer Sicht (z. B. Art. 964a ff. (OR)), ist die Wesentlichkeitsmatrix eine wichtige Grundlage, da über wesentliche Themen transparent berichtet werden soll.

Die Wesentlichkeitsmatrix hilft der Post, ihre Ressourcen sinnvoll zu nutzen und fundierte Entscheidungen zu treffen, die die Erwartungen ihrer Stakeholder berücksichtigen. Sie unterscheidet zwischen zwei Arten von Themen:

- Fokusthemen: Diese Themen können signifikante Wirkungen in den Kernaktivitäten erzeugen. Sie sind oft mit der Transformation des Geschäftsmodells verbunden.
- Fundamentthemen: Diese Themen sind die Grundlage für die täglichen Aktivitäten und repräsentieren die grundlegenden Prinzipien des Unternehmens. (GRI 3-2)

### Die Sicherung der Eigenwirtschaftlichkeit gewinnt an Bedeutung

Wesentlichkeitsmatrix Konzern Post  
2024, mit Zunahme bzw. Abnahme der Wesentlichkeit gegenüber dem Vorjahr



Die Post hat 2024 die 2022 erstellte Wesentlichkeitsmatrix (Details im Finanzbericht 2022 auf Seite 28) erneut überprüft. Es gab keine signifikanten Veränderungen der Themen. Die Aktualisierung erfolgte durch die Stakeholder (siehe Kapitel Stakeholder-Engagement auf → Seite 79), durch eine Peer- und Medienanalyse sowie mithilfe eines KI-Tools. Alle internen Themenverantwortlichen haben die wesentlichen Themen bestätigt, und die Konzernleitung und der Verwaltungsrat haben die Wesentlichkeitsmatrix genehmigt. Die Wesentlichkeitsmatrix von PostFinance wird separat aktualisiert, um sie branchenspezifischer und detaillierter zu gestalten. Die Ergebnisse wurden in die Matrix des Konzerns integriert. GRI 3-1

41

#### Anpassungen von 2023 auf 2024

Bei der Überprüfung 2024 wurden folgende Anpassungen vorgenommen:

- Im Jahr 2024 führte PostFinance eine neue Wesentlichkeitsanalyse in Zusammenarbeit ihren Stakeholdern durch. Diese Analyse erklärt die meisten Änderungen, die in der Wesentlichkeitsmatrix der Post sichtbar sind.
- Das Thema Sicherung der Eigenwirtschaftlichkeit hat an Bedeutung für die Dimension «Einwirkung auf Geschäftserfolg» gewonnen.
- Das Thema Umwelt- und sozialverträgliche Angebote wurde in das Thema Kundenzentrierung und Relevanz für Kundinnen und Kunden integriert, das Thema Datenschutz in das Thema Unternehmensethik, Integrität und Compliance.
- Die zwei neuen Themen von PostFinance, verantwortungsvolles Anlegen – Eigenanlagen und Marketing & Kennzeichnung, sind in Sicherung der Eigenwirtschaftlichkeit und Unternehmensethik, Integrität & Compliance integriert.
- Eine Anpassung in der Formulierung wurde bei Arbeitnehmendenvertretungen (ehem. Gewerkschaften) und Chancengerechtigkeit (ehem. Chancengleichheit) vorgenommen.

---

## Strategieperiode 2021–2024: Rückblick und erreichte Meilensteine

Corporate Responsibility ist einer von vier Schwerpunkten in der Konzernstrategie «Post von morgen» (Details zur Konzernstrategie sind im Finanzbericht auf [Seite 22](#) zu finden) und wird in der Corporate-Responsibility-Strategie ausformuliert. [GRI 2-22](#) Die Aspekte der Nachhaltigkeit berücksichtigt die Post bei allem, was sie tut (siehe [post.ch/cr-charta](#)), um damit einen relevanten Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung der Schweiz zu leisten. Entlang der fünf Handlungsfelder lassen sich folgende strategischen Erfolge verzeichnen:

### – Umwelt, Fokus Klima und Energie

Mit dem Ziel, einen Beitrag zur Klimastrategie 2050 der Schweiz zu leisten und den gesetzlichen Auftrag als bundesnahes Unternehmen zu erfüllen, hat sich die Post für 2030 (klimaneutral im eigenen Betrieb) und 2040 (Netto-Null in der ganzen Wertschöpfungskette) ein langfristiges Klimaziel gesetzt. Dieses ist von der Science Based Targets initiative (SBTi) validiert. Massnahmen im Betrieb, die erste Wirkungen zeigen, sind die Elektrifizierung von knapp 7300 Elektrofahrzeugen für die Zustellung (von insgesamt rund 8000 Elektrofahrzeugen), die elektrische Zustellung in sechs Städten der Schweiz, das nachhaltige Gebäudemanagement und der geplante Aufbau der neuen Business Unit E-Mobility Charging Solutions. Auch Massnahmen entlang der Wertschöpfungskette konnten gestartet werden: Pilotprojekte in der Mitarbeitendenmobilität, verpflichtende Nachhaltigkeitskriterien bei Beschaffungen und ein Übergangsplan zur Dekarbonisierung der Investitionen in Eigenanlagen. Weiter wurde mit der Post CDR AG der Aufbau eines Portfolios zur CO<sub>2</sub>-Entnahme und -Speicherung gestartet.

### – Nachhaltige Kundenlösungen

Aufgrund des wachsenden Bedürfnisses nach nachhaltigen Kundenlösungen erweitert die Post ihre Kompetenzen, um nachhaltiges Handeln zu fördern. Sie testet neue Geschäftsmodelle in der Kreislaufwirtschaft zur Reduktion der Scope-3-Emissionen ihrer Geschäftskunden, unterstützt die Baulogistik zur Reduzierung des Baustellenverkehrs um bis zu 60 Prozent und bietet innovative Mehrwegverpackungen zur 30-fachen Wiederverwendung im Versand. Der entwickelte Verantwortungskompass unterstützt intern bei der integrierten Entscheidungsfindung.

### – Sozialverantwortliche Arbeitgeberin

Rund 45 000 Personen, tätig in über 100 Berufen, sind in allen Kantonen für die Post im Einsatz. Die Post konnte trotz schwierigem Marktumfeld und interner Transformation hohe, stabile Werte bei der Kundenzufriedenheit und der Personalfriedenheit erzielen. Der bisherige Erfolg der Post und das Vertrauen baut auf den Mitarbeitenden und ihren täglichen Leistungen im direkten Kundenkontakt sowie allen anderen Schritten der Leistungserbringung auf. Um die Umsetzung der Strategie «Post von morgen» optimal zu unterstützen, investiert die Post in die Unternehmenskultur, beispielsweise mit dem Kultur- und Leadership-Programm en viadi.

### – Verantwortungsvolle Beschaffung

Die Post beschafft bei Lieferanten aus über 200 Branchen und 40 Ländern Waren sowie Dienst- und Bauleistungen für knapp 3 Milliarden Franken. In dieser Strategieperiode hat die Post Nachhaltigkeit umfassend in die Beschaffungsorganisation integriert, den «Lieferantenkodex für verantwortungsvolle Beschaffung» weiterentwickelt und ein Managementsystem zur Überprüfung der menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht und der Umweltbelange in ihren Lieferketten eingeführt. Für die Meldung von Verstössen gegen den Lieferantenkodex steht den Anspruchsgruppen die anonyme Meldestelle PostCourage zur Verfügung. Zur Dekarbonisierung der Lieferkette hat die Post ein Performance Management für Lieferanten eingeführt, und bei Beschaffungen über 150 000 Franken werden Nachhaltigkeitskriterien berücksichtigt.

### – Volkswirtschaftlicher und gesellschaftlicher Mehrwert

Die Post stellt landesweit Sendungen zu, sichert den Zahlungsverkehr, betreibt mit 5003 Zugangspunkten ein dichtes Netz, stellt die regionale Erreichbarkeit sicher und ist in Städten, Agglomerationen und Randregionen täglich präsent und für alle physisch und digital erreichbar. Besonders in ländlichen Regionen ist sie eine bedeutende Arbeitgeberin: von den rund 45 000 Personen arbeiten rund 16 000 in peripheren Regionen in der Schweiz.



## Strategieperiode 2025–2028: Ausblick und strategische Schwerpunkte

Ein zentrales Element im Jahr 2024 war die Vorbereitung der neuen Strategieperiode 2025–2028. Dabei hält die Post an ihrer langfristigen Strategie «Post von morgen» fest und geht im Hinblick auf ihr Nachhaltigkeitsverständnis einen Schritt weiter. Nachhaltigkeit ist nicht mehr nur eines von vier Schwerpunktthemen, sondern integrierter Bestandteil der Konzernstrategie. Um die «Post von morgen» ganzheitlich zu denken, steuert die Post den Konzern neu über sieben Ambitionen. Damit stellt sie neben den finanziellen auch nichtfinanzielle Ziele ins Zentrum ihres Handelns. GRI 2-22

### Steuerung über sieben Ambitionen

| Dimension            | Strategische Ambition   |
|----------------------|---|
| <b>Wirtschaft</b>    | <p><b>Kundenzentriert</b></p> <p>Die Post kennt ihre Kundinnen und Kunden und ihre Bedürfnisse genau. Sie bietet ihnen ein durchgängiges Kundenerlebnis, das als klarer Mehrwert empfunden wird. Geschäfts- und Privatkunden sind auf hohem Niveau zufrieden und empfehlen die Post weiter.</p> <p>Zur Messung der Zufriedenheit werden die zwei Kennzahlen «Net Promoter Score» (Wahrscheinlichkeit einer Weiterempfehlung durch Kundinnen und Kunden) und «Customer Satisfaction» (Allgemeine Kundenzufriedenheit) herangezogen.</p> <p><b>Gezielt und nachhaltig gewachsen</b></p> <p>Die Post wächst in den Märkten Kommunikation, Logistik, Mobilität und Finanzdienstleistungen. Sie orientiert sich konsequent an den sich stetig verändernden Bedürfnissen der Kundinnen und Kunden und investiert dort, wo langfristiges Potenzial für die Zukunft besteht.</p> <p>Zur Messung des Wachstums wird der Betriebsertrag (Erträge aus Verkäufen und Dienstleistungen an Dritte) verwendet.</p> <p><b>Eigenwirtschaftlich</b></p> <p>Die Post sichert die nachhaltige Wertschöpfung und finanziert dadurch den Service public, Innovationen und Investitionen aus eigener Kraft.</p> <p>Zur Messung der Eigenwirtschaftlichkeit werden die zwei Kennzahlen EBIT plus Erfolg Assoziierte (Ergebnis vor Zinsen und Steuern plus Erfolg aus Assoziierten Konzerngesellschaften) und Value Added (Nettogewinn nach Ertragssteuern abzüglich Kapitalkosten des durchschnittlichen Kapitals) verwendet.</p> |
| <b>Gesellschaft</b>  | <p><b>Relevant für die Bevölkerung</b></p> <p>Die Post vereinfacht den Alltag der Schweizer Bevölkerung, die täglich ihre Produkte und Dienstleistungen in Anspruch nimmt. Die Service-public-Dienstleistungen entsprechen den Erwartungen und Bedürfnissen der Mehrheit der Bevölkerung.</p> <p>Zur Messung der Relevanz wird die intern entwickelte Messgrösse der durchschnittlichen täglichen Nutzung der Produkte und Dienstleistungen der Post durch die Bevölkerung verwendet.</p> <p><b>Digital und physisch verbunden</b></p> <p>Die Post verbindet die physische und digitale Welt und ist dabei stets präsent und nah an der Bevölkerung. Sie leistet einen aktiven Beitrag zur Digitalisierung der Schweiz, wodurch das Vertrauen in eine digitale Post kontinuierlich wächst.</p> <p>Zur Messung wird die intern entwickelte Messgrösse der Interaktion von digitalen und hybriden Kanälen im Vergleich zu allen Kanälen verwendet.</p>  |
| <b>Mitarbeitende</b> | <p><b>Attraktiv für Mitarbeitende</b></p> <p>Die Post zieht eigenverantwortliche und ambitionierte Talente an und übernimmt als eine der grössten Arbeitgeberinnen in der Schweiz eine Vorbildrolle. Mit fairen Anstellungsbedingungen und einem modernen Führungsverständnis begeistert sie ihre Mitarbeitenden. Die Post bietet interessante Tätigkeitsfelder, zukunftsweisende Arbeitsmodelle, vielfältige Entwicklungsmöglichkeiten und fördert eine verantwortungsvolle, inklusive Unternehmenskultur.</p> <p>Zur Messung der Attraktivität wird der «Employee Net Promoter Score» (Weiterempfehlung der Post als Arbeitgeberin durch Mitarbeitende) verwendet.</p>  |
| <b>Umwelt</b>        | <p><b>Auf Kurs zu Netto-Null</b></p> <p>Die Post reduziert ihre Treibhausgasemissionen stetig und zielt darauf ab, diese im eigenen Betrieb bis 2030 um mindestens 42 Prozent gegenüber 2021 zu verringern. Ab 2030 werden die verbleibenden Emissionen aus der Atmosphäre entfernt und gespeichert. Die Post will ab 2040 in der gesamten Wertschöpfungskette das Netto-Null-Ziel erreichen.</p> <p>Zur Messung des Fortschritts wird die Reduktion der Treibhausgasemissionen im eigenen Betrieb (Scope 1–2) und in der gesamten Wertschöpfungskette (Scope 3) verwendet.</p>   |

# Governance

|  |    |
|--|----|
| Corporate Governance                         | 18 |
| Risiko- und Resilienzmanagement              | 20 |
| Unternehmensethik, Integrität und Compliance | 22 |



**Januar 2021**  
Das **Governance-Managementsystem** wird aufgrund der neuen Strategie aktualisiert.

**Januar 2022**  
Aufbau des integralen **Sicherheitsmanagementsystems** und Überführung des konzernweiten Meldekanals «Hotline» in die Konzernsicherheit.

**August 2022**  
Die **Eidgenössische Finanzkontrolle** EFK beurteilt das **Risikomanagement** der Post als **gut etabliert**.

**Januar 2021**  
Alle Mitarbeitenden des Konzerns müssen das neue **E-Learning Compliance** absolvieren.

**September 2021**  
Start des Projekts **«Smart Governance»** zur Verschlinkung und Optimierung des Vorgabewesens.

**März 2022**  
Die Überwachung von **Compliance-Kontrollen** erfolgt neu Tool-basiert.

Die Post misst der Corporate Governance einen hohen Stellenwert bei und orientiert sich an anerkannten Standards. Zur Gestaltung der Corporate Governance setzt der Verwaltungsrat ein Governance-Managementsystem ein und definiert Regeln und Grundsätze für die Oberleitung und die Aufsicht des Konzerns. Die Post erwartet von ihren Führungskräften und Mitarbeitenden auf allen Stufen, dass sie sich jederzeit ethisch und integer verhalten.

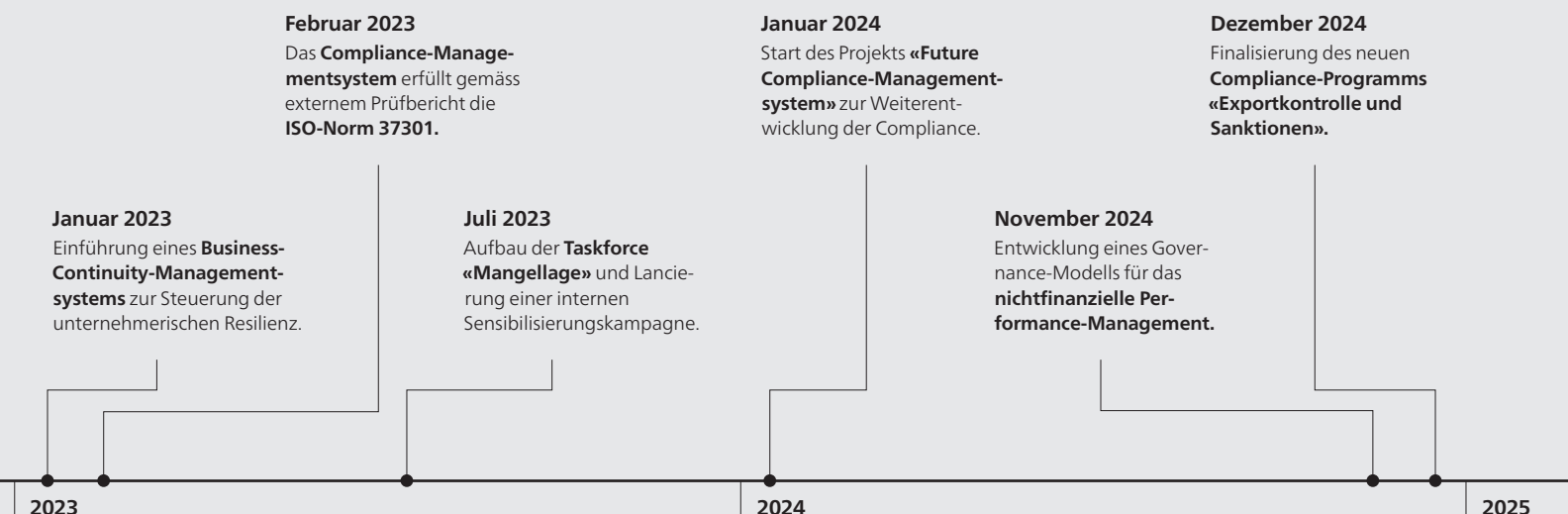
#### Obligationenrecht Art. 964b

Dieses Kapitel behandelt die folgenden Themen in Anlehnung an die Bestimmungen von Art. 964b (OR): Achtung der Menschenrechte und Bekämpfung der Korruption

#### Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD)

Dieses Kapitel behandelt die folgende Aspekte gemäss TCFD: Governance und Risikomanagement

→ Siehe auch Global-Reporting-Initiative-Index Seite 97



---

## Corporate Governance

### Global Reporting Initiative (GRI):

- GRI 2-9 Führungsstruktur und Zusammensetzung
- GRI 2-10 Nominierung und Auswahl des höchsten Kontrollorgans
- GRI 2-12 Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Beaufsichtigung der Bewältigung der Auswirkungen
- GRI 2-13 Delegation der Verantwortung für das Management der Auswirkungen
- GRI 2-14 Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung
- GRI 2-19 Vergütungspolitik

→ Siehe auch Global-Reporting-Initiative-Index Seite 97

## Governance-Managementsystem

---

Die Post nutzt ein etabliertes Governance-Managementsystem.

---

Der Verwaltungsrat setzt für die Gestaltung der Governance ein Governance-Managementsystem ein und definiert Regeln und Grundsätze zur Führung und Überwachung des Konzerns. (GRI 2-12)

Der Verwaltungsrat gliedert den Konzern für die strategische Entwicklung und Führung in Konzern- und Funktionsbereiche und bestimmt für diese die jeweils relevanten Führungsmodelle. Er führt den Konzern grundsätzlich mit einem direkten Führungsmodell. Die PostFinance AG ist die einzige Konzerngesellschaft, die indirekt geführt wird. (GRI 2-9)

Im direkten Führungsmodell übernimmt der Verwaltungsrat die strategische Führung und delegiert die operative Führung an die Konzernleitung. (GRI 2-13) Die Konzernleitung führt die ihr unterstellten Funktions- und Konzernbereiche.

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

- Stufe I: Enge Führung (gilt hauptsächlich für Konzernbereiche im postalischen Kerngeschäft)
- Stufe II: Führung mit Freiräumen (gilt vor allem für Konzernbereiche ausserhalb des postalischen Kerngeschäfts)
- Stufe III: Offene Führung, d. h. Konzentration auf Themen, die aus Konzernperspektive und aus regulatorischen Gründen zwingend gesteuert werden müssen.

Der Verwaltungsrat verabschiedet zur Wahrnehmung seiner Gesamtverantwortung die notwendigen Vorgaben. Dabei unterscheidet er zwischen organisatorischen (Aufgaben/Zuständigkeiten) und thematischen Vorgaben, die auf Prinzipien basieren. Ausserdem setzt er die erforderlichen Assurance-Funktionen ein und strukturiert die Überwachung nach dem sogenannten Three-Lines-Modell.

Der Verwaltungsrat trifft die notwendigen Vorkehrungen, um seine Berichterstattungspflichten gegen aussen zu erfüllen. Dazu gehören unter anderem die Vorlage der Jahresrechnung, des Jahresberichts, des nichtfinanziellen Berichts und der gesetzlich vorgeschriebenen regulatorischen Berichte (z. B. PostCom, BAKOM, Eignerbericht zu den strategischen Zielen). Weitere Ausführungen im Finanzbericht auf den → Seiten 64 und 82.

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

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

Der Verwaltungsrat behält seine Gesamtverantwortung, indem die Mehrheit der Mitglieder des Verwaltungsrats der PostFinance AG aus Vertreterinnen und Vertretern der Post besteht, die ent-

sprechend mandatiert werden. Zudem wählt der Verwaltungsrat der Post die Mitglieder des Verwaltungsrats der PostFinance AG an der Generalversammlung. In der Eignerstrategie, die sich an den Verwaltungsrat der PostFinance AG richtet, definiert der Verwaltungsrat der Post seine langfristigen strategischen, finanziellen und personellen Ziele als Eigner der PostFinance AG.

Der Verwaltungsrat der Post besteht aus neun Personen, davon sind 44 Prozent Frauen und 78 Prozent besitzen die Schweizer Staatsbürgerschaft. Das Anforderungsprofil für den Verwaltungsrat und dessen Mitglieder wird vom Eidgenössischen Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK) vorgegeben (→ Anforderungsprofil für den Verwaltungsrat der Schweizerischen Post AG). Der Bundesrat wählt den Präsidenten oder die Präsidentin des Verwaltungsrats sowie die weiteren Verwaltungsratsmitglieder für zwei Jahre. Die kollektiven Kompetenzen des Gremiums erfüllen die Anforderungen an das Thema Nachhaltigkeit. (GRI 2-10) Wie im Finanzbericht (→ Seite 71) beschrieben, dient der Verwaltungsratsausschuss People, Sustainability und Governance (VRA PSG) als vorbereitendes Gremium in Nachhaltigkeitsangelegenheiten. (GRI 2-9) Weitere Ausführungen zur Corporate Governance im Finanzbericht auf den → Seiten 62–82.

Der erfolgsorientierte variable Lohnanteil umfasst die Aspekte Personal, Kundinnen und Kunden, Gesellschaft/Öffentlichkeit sowie Ökologie. Weitere Ausführungen im Finanzbericht auf den → Seiten 77–81. (GRI 2-19)

### Corporate Governance

| 2022–2024   | GRI-Referenz | Einheit                            | 2022     | 2023     | 2024     |
|---|--------------|------------------------------------|----------|----------|----------|
| <b>Verwaltungsrat</b>   |              | <b>Personen</b>                    | <b>9</b> | <b>9</b> | <b>9</b> |
| Exekutive Mitglieder  |              | Personen                           | 0        | 0        | 0        |
| Nicht-exekutive Mitglieder  |              | Personen                           | 9        | 9        | 9        |
| Anteil unabhängige Mitglieder   |              | %                                  | 100,0    | 100,0    | 100,0    |
| Personalvertretung  |              | Personen                           | 2        | 2        | 2        |
| Geschlechterverteilung  |              |                                    |          |          |          |
| Weiblich  | 405-1        | %                                  | 44,4     | 44,4     | 44,4     |
| Männlich  | 405-1        | %                                  | 56,6     | 55,6     | 55,6     |
| <b>Konzernleitung</b>   |              | <b>Personen</b>                    | <b>8</b> | <b>8</b> | <b>8</b> |
| Geschlechterverteilung  |              |                                    |          |          |          |
| Weiblich  | 405-1        | %                                  | 25,0     | 25,0     | 25,0     |
| Männlich  | 405-1        | %                                  | 75,0     | 75,0     | 75,0     |
| <b>Variable Vergütung<br/>Konzernleitung<sup>1</sup></b>                                  |              |                                    |          |          |          |
| Variable Vergütung in Abhängigkeit von nachhaltigkeitsbezogenen Zielen und/oder Wirkungen |              | Anteil an Gesamtentschädigung in % | 15,8     | 15,2     | 15,0     |

<sup>1</sup> siehe Finanzbericht 2024, S. 77 ff.

➕ Weitere Kennzahlen ab Seite 81

## Nachhaltigkeits-Governance

Die Nachhaltigkeit ist seit 2023 wie folgt in das Governance-Managementsystem der Post eingebettet:

- Der Verwaltungsrat entscheidet über die Anforderungen und die Assurance für das nichtfinanzielle Performance Management, überwacht die Umsetzung (inkl. Risiken) und bewertet die Wirksamkeit der definierten Massnahmen. (GRI 2-12) Er genehmigt den Nachhaltigkeitsbericht und delegiert dessen Umsetzung an die Konzernleitung. (GRI 2-14)
- Der Verwaltungsratsausschuss People, Sustainability und Governance (VRA PSG) genehmigt die Anforderungen an das nichtfinanzielle Performance Management zuhanden des Verwaltungsrats, überwacht die Umsetzung, bewertet die Wirksamkeit der definierten Massnahmen, prüft die

Bezüglich Nachhaltigkeitsbericht sind die Rollen klar definiert.

Vollständigkeit des Nachhaltigkeitsberichts und genehmigt ihn zuhanden des Verwaltungsratsausschusses Audit, Risk und Compliance (VRA ARC).

- Der VRA ARC definiert die Assurance für das nichtfinanzielle Performance Management zuhanden des Verwaltungsrats und genehmigt den Nachhaltigkeitsbericht zuhanden des Verwaltungsrats.
- Die Konzernleitung trifft die notwendigen operativen Vorkehrungen und überträgt die Gesamtverantwortung für die Gestaltung des nichtfinanziellen Performance Managements und der Nachhaltigkeit an den Stab CEO. Die Verantwortung für einzelne Belange der Nachhaltigkeit überträgt die Konzernleitung an die Konzern- und Funktionsbereiche. Sie genehmigt den Nachhaltigkeitsbericht zuhanden des Verwaltungsrats.
- Christian Plüss, Leiter Mobilitäts-Services, ist Delegierter der Konzernleitung für Nachhaltigkeit und wird im VRA PSG bei Nachhaltigkeitsthemen beigezogen. Er vertritt alle wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen, einschliesslich Klima und Energie (vgl. Wesentlichkeitsmatrix auf [Seite 12](#)).

[GRI 2-13](#)

Für die Nachhaltigkeit kommen in einzelnen Themenfeldern wie z. B. Antikorruption oder Datenschutz die bestehenden internen Assurance-Strukturen (z. B. Compliance) zum Einsatz. Für 2024 wird für alle Nachhaltigkeits-Themen – zusammen mit PostFinance – eine sogenannte «Limited Assurance» sichergestellt. Die Prüfung erfolgt durch Deloitte (siehe [Seite 90](#)).

---

## Risiko- und Resilienzmanagement

### Global Reporting Initiative (GRI):

[GRI 201-2](#) Finanzielle Folgen des Klimawandels für die Organisation und andere mit dem Klimawandel verbundene Risiken und Chancen

[→](#) Siehe auch Global-Reporting-Initiative-Index Seite 97

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

Der Finanzbericht beschreibt auf den [→](#) Seiten 56–60, wie die Post Risiken einteilt und mit ihnen umgeht. Nachhaltigkeitsrisiken werden gleich behandelt wie alle anderen Risiken.

## Risikomanagement

Die Post strebt eine integrierte und umfassende Sicht des Risikomanagements an. Das Risikomanagementsystem wird im Finanzbericht auf den [→](#) Seiten 56–60 und auf den [→](#) Seiten 154–178 ausführlich beschrieben. Das interne Kontrollsystem wird von einer externen, unabhängigen Revisionsstelle geprüft (siehe Finanzbericht auf [→](#) Seite 198).

## Risikoidentifikation

Im Rahmen der integrierten Konzern- und Nachhaltigkeitsstrategie fliessen nichtfinanzielle Risiken in den Risikomanagementprozess mit ein. Dabei werden auch die Anforderungen der Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) berücksichtigt.

Unter den identifizierten kurzfristigen Risiken (Betrachtungszeitraum 2024–2027) stehen bei der Betrachtung aktuell folgende nichtfinanzielle Risiken im Mittelpunkt:

- die Nicht-Erreichung von internen und externen Erwartungen bezüglich Nachhaltigkeit
- die Verletzung externer Vorgaben (Compliance)
- Transportrisiken mit schweren Personenschäden

Zusätzlich zu diesem vierjährigen Betrachtungszeitraum identifiziert die Post aufkommende Risiken, sogenannte Emerging Risks, mit einem langfristigen Betrachtungszeitraum, denn ihr Kerngeschäft wird zunehmend durch Trends wie «On the Go», künstliche Intelligenz und Sharing bzw. Circular Economy beeinflusst. Diese weisen allerdings auch grosses Potenzial für neue Geschäftsfelder auf, wie z. B. Smart Cities oder sichere digitale Dienstleistungen.


## Risikobewertung und -steuerung

Der Enterprise-Risk-Managementprozess spielt bei der Beurteilung der nichtfinanziellen Gefahren und Chancen eine wichtige Rolle. Alle Gefahren und Chancen werden anhand ihrer potenziellen Auswirkungen in den Dimensionen «Finanziell», «Reputation», «Personen-/Umweltschäden» und «Compliance» (X-Achse) sowie anhand ihrer Eintrittswahrscheinlichkeit innerhalb der nächsten vier Jahre (Y-Achse) auf einer 6x6-Risikomatrix positioniert. Für jede materielle Gefahr oder Chance (Risikoscore 18 oder höher) ist zwingend eine Risikobewältigungsstrategie erforderlich.

---

Die Post hat den Klimawandel als bedeutendes langfristiges Risiko identifiziert.

---

Zu den wichtigsten identifizierten langfristigen nichtfinanziellen Risiken gehört der Klimawandel. Die Post muss in diesem Zusammenhang die Risiken abschätzen, die direkt aus den klimatischen Veränderungen hervorgehen, aber auch Übergangrisiken berücksichtigen, die im Wandel zu einer kohlenstoffarmen Wirtschaft entstehen, z. B. durch veränderte Erwartungen der Anspruchsgruppen (siehe Kapitel Klima auf den  Seiten 28–30). Die Ergebnisse bilden die Grundlage für gezielte Massnahmen, um auf die Veränderungen durch den Klimawandel vorbereitet zu sein. [\(GRI 201-2\)](#)

## Resilienzmanagement

---

Die Prozesse und Strukturen sind widerstandsfähig.

---

Die Post gehört zu den kritischen Infrastrukturbetreibern der Schweiz in den Bereichen Postdienste, Finanzdienstleistungen und Strassenverkehr. Sie gestaltet deshalb ihre Prozesse und Strukturen möglichst widerstandsfähig und bereitet sich auf mögliche Krisenszenarien vor. In diesem Kontext betreibt sie ein Business Continuity Management sowie ein Notfall- und Krisenmanagement. Im Rahmen des Business Continuity Managements werden Massnahmen zur Aufrechterhaltung des operativen Betriebs vorbereitet. Ein Beispiel: Aufgrund der angespannten Situation an den Energiemärkten hat die Post 2022 die Taskforce Energiemangellage eingerichtet. Diese Taskforce hatte die Aufgabe, die Dienstleistungen der Grundversorgung (Briefe, Pakete, Personentransporte, elektronischer Zahlungsverkehr) während einer Strommangellage aufrechtzuerhalten. Dazu hat die Post verschiedene Szenarien analysiert, Massnahmen und mögliche Lösungen definiert, um bei einer angekündigten Strommangellage oder bei einem unangekündigten Stromausfall schnell reagieren zu können. Die Taskforce wurde 2024 aufgelöst und sämtliche daraus resultierenden Massnahmen ins Business Continuity Management überführt. Hier werden die Themen kontinuierlich weitergeführt.

Bis heute erhalten neu eintretende Mitarbeitende Broschüren mit Handlungsanweisungen für den Umgang mit Stromknappheit oder Stromausfall im Berufsalltag und im privaten Umfeld. Mit dieser präventiven Massnahme stärkt die Post die Resilienz im operativen Tagesgeschäft und trägt zur Sensibilisierung der Mitarbeitenden bei.

Im Rahmen des Notfall- und Krisenmanagements finden jährlich Übungen des Konzernkrisenstabs und der Teilstäbe statt. Dabei werden Szenarien durchgespielt, die dem definierten Schutzauftrag der Bereiche und des Konzerns möglichst nahe kommen. 2024 wurde z. B. eine Unwettersituation mit regionalem Stromausfall simuliert. Solche Übungen dienen dazu, den Ernstfall zu proben und die Organisation auf ähnliche Ereignisse vorzubereiten. Erkenntnisse aus den Übungen fliessen in den Optimierungsprozess des Notfall- und Krisenmanagements ein.

## Unternehmensethik, Integrität und Compliance

### Global Reporting Initiative (GRI):

- GRI 2-12 Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Beaufsichtigung der Bewältigung der Auswirkungen
- GRI 2-23 Verpflichtungserklärung zu Grundsätzen und Handlungsweisen
- GRI 2-24 Einbezug der Verpflichtungserklärungen zu Grundsätzen und Handlungsweisen
- GRI 2-25 Verfahren zur Beseitigung negativer Auswirkungen
- GRI 2-26 Verfahren für die Einholung von Ratschlägen und die Meldung von Anliegen
- GRI 2-27 Einhaltung von Gesetzen und Verordnungen
- GRI 2-28 Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen
- GRI 205 Managementansatz zu Antikorruption 2016
- GRI 205-1 Betriebsstätten, die auf Korruptionsrisiken geprüft wurden
- GRI 205-2 Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung
- GRI 205-3 Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Massnahmen
- GRI 206 Managementansatz zu wettbewerbswidrigem Verhalten 2016
- GRI 206-1 Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung
- GRI 408 Managementansatz zu Kinderarbeit 2016
- GRI 408-1 Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Kinderarbeit
- GRI 409 Managementansatz zu Zwangs- oder Pflichtarbeit 2016
- GRI 409-1 Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Zwangs- oder Pflichtarbeit
- GRI 418 Managementansatz zum Schutz der Kundendaten 2016
- GRI 418-1 Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes von Kundendaten und den Verlust von Kundendaten

➔ Siehe auch Global-Reporting-Initiative-Index Seite 97

## Compliance-Managementsystem (CMS)

Die Post betreibt ein konzernweites CMS, das die Einhaltung regulatorischer, gesetzlicher und ethischer Vorgaben sicherstellt. Dazu werden Massnahmen definiert und deren Umsetzung systematisch überprüft. (GRI 2-27)

Der Verwaltungsrat trägt die Hauptverantwortung für die Einhaltung der Gesetze und beauftragt die Konzernleitung, ein wirksames Compliance-Managementsystem (CMS) einzurichten. Die Konzernleitung bestimmt die relevanten Themen und delegiert den Betrieb des CMS an das Komitee Compliance. Regelmässig werden die Konzernleitung und der Verwaltungsrat über die Wirksamkeit der Compliance informiert.

Das CMS orientiert sich am ISO-Standard 37301:2021 und wurde bzw. wird in den Jahren 2024 und 2025 im Rahmen des Projekts «Future CMS» weiterentwickelt. Das CMS orientiert sich an den konkreten Geschäftstätigkeiten der Post sowie an den damit verbundenen Risiken und deckt auf Konzernstufe derzeit insbesondere folgende Themen ab: Datenschutz, Antikorruption, Kartellrecht, öffentliches Beschaffungsrecht, Geldwäscherei, Exportkontrollen und Sanktionen, Aufbewahrung und Archivierung, Barrierefreiheit, Postrecht und Subventionsrecht.<sup>1</sup>

## Ethisches und integrires Verhalten

Die Post erwartet von ihren Führungskräften und Mitarbeitenden auf allen Organisationsebenen, dass sie sich jederzeit ethisch und integer verhalten und Gesetze, Normen und interne Vorgaben strikt einhalten. Verstösse gegen die Grundwerte und Verhaltensregeln werden nicht geduldet und geahndet.

Die Post hat für ihre Mitarbeitenden verbindliche Verhaltensregeln festgelegt.

Der Verhaltenskodex ist für alle Mitarbeitenden verbindlich.

<sup>1</sup> Postrecht und Subventionsrecht liegt seit Oktober 2024 in der Verantwortung der betroffenen Bereiche.



Die Grundsätze einer respektvollen, integren und ethischen Zusammenarbeit sind – als Basis der Compliance – im Verhaltenskodex festgehalten. Der Verhaltenskodex ist für alle Mitarbeitenden der Post und für die Mitarbeitenden der Konzerngesellschaften verbindlich. Die Mitarbeitenden werden alle zwei Jahre zu den wichtigsten Aspekten des Verhaltenskodex geschult. Das Thema Unternehmenskultur wird regelmässig und systematisch beurteilt und mit dem Verwaltungsrat jährlich besprochen. (GRI 2-24)

Um allfällige Compliance-Verstösse zu melden, können sich die Mitarbeitenden an ihre vorgesetzte Stelle, an die Fachstelle Compliance oder anonym an die von intern und extern zugängliche Meldestelle PostCourage wenden. PostCourage wird von einem externen Anbieter betrieben, um Unabhängigkeit und Anonymität zu gewährleisten. (GRI 2-25, 2-26) Die Konzernrevision bearbeitet die Meldungen und informiert regelmässig das Komitee Compliance und den Verwaltungsratsausschuss Audit, Risk und Compliance (ARC).

2024 sind 117 Meldungen eingegangen. Bis am 31. Dezember 2024 konnten davon bereits 84 Fälle abgeschlossen werden. Mit Kommunikationsmassnahmen fördert die Post die Meldekultur.

## Fairer Wettbewerb und Antikorruption

Die Post bekennt sich zum freien und fairen Wettbewerb. (GRI 206) Von ihren Mitarbeitenden verlangt sie im Verhaltenskodex (GRI 2-23) (→ [post.ch/verhaltenskodex](https://post.ch/verhaltenskodex)) die Einhaltung des Wettbewerbsrechts. Dasselbe verlangt sie von ihren Lieferantinnen und Lieferanten im Lieferantenkodex für verantwortungsvolle Beschaffung. Im etablierten Compliance-Programm Kartellrecht definiert die Post die erforderlichen Massnahmen, um Verstösse gegen das Kartellrecht zu verhindern. 2024 war eine Gesellschaft der Post in eine Untersuchung der Wettbewerbskommission involviert. (GRI 206-1)

Die Post toleriert kein korruptes Verhalten. (GRI 205) So ist es auch im Verhaltenskodex festgehalten. Zur Förderung und Sicherstellung eines entsprechenden integren Verhaltens enthält das bestehende CMS ein Compliance-Programm zur Antikorruption mit Vorgaben zu Zuwendungen wie Geschenken und Einladungen sowie zu Interessenkonflikten. Eine regelmässige Risikoanalyse u. a. mit Fokus auf Mandatsträger sowie regelmässige Sensibilisierungs- und Schulungsmassnahmen unterstützen die wirksame Umsetzung der Vorgaben. (GRI 205-1) Die Einhaltung der Antikorruptionsvorgaben wird regelmässig überprüft. Hauptadressaten sind insbesondere die Leitungsfunktionen, die Kundenbetreuerinnen und -betreuer sowie die Beschaffungsorganisation bzw. der Einkauf. Im Jahr 2024 wurden knapp 1800 Mitarbeitende (Vorjahr 6500) bezüglich der zentralen Anforderungen geschult. Zusätzlich wurde im letzten Jahr eine konzernweite Kommunikationskampagne zu den Vorgaben betreffend Antikorruption durchgeführt. (GRI 205-2) Über die Meldekanäle ging 2024 keine Verdachtsmeldung zu potenziellen Verstössen gegen die Antikorruptionsvorgaben ein. (GRI 205-3) Die Post ist Mitglied von Transparency International und tauscht sich mit anderen Unternehmungen und Interessengruppen über bewährte Praktiken zur Bekämpfung von Korruptionsrisiken aus. (GRI 2-28)

## Datenschutz

Die Post legt grossen Wert auf den Schutz und den verantwortungsvollen Umgang mit den ihr anvertrauten Personendaten und vertraulichen Informationen. Sie betreibt eine umfassende, konzernweite Datenschutzorganisation mit abgestimmten Rollen, um die Bereiche bei der Einhaltung der Datenschutzvorgaben zu beraten. (GRI 418) Alle Mitarbeitenden werden regelmässig mittels E-Learning oder spezifischen Sensibilisierungsmassnahmen geschult. Die Post informiert ihre Kundinnen und Kunden auf ihrer Webseite transparent anhand von Datenschutzerklärung, zu welchen Zwecken Personendaten bearbeitet werden. 2024 gingen bei der Post folgende Anfragen ein: 58 Auskunftsbeglehen, 34 Löschbeglehen und 119 Sperrbeglehen.

Die Datenschutzorganisation arbeitet eng mit der Informationssicherheitsorganisation zusammen und steht in engem Kontakt mit dem eidgenössischen Datenschutz- und Öffentlichkeitsbeauftragten (EDÖB). 2024 verzeichnete die Post zwei Fälle von Datensicherheitsverletzungen, die sie dem EDÖB meldete. (GRI 418-1) Mehr Informationen zur Informationssicherheit im Kapitel Cybersecurity und Digialethik, → Seite 45.

| Datenschutz <sup>1</sup>   |              |         |      |      |      |
|--|--------------|---------|------|------|------|
| 2022–2024  | GRI-Referenz | Einheit | 2022 | 2023 | 2024 |
| Meldungen an betroffene Personen oder Aufsichtsbehörde EDÖB <sup>2</sup> |              | Anzahl  | 1    | 1    | 2    |
| Eingegangene Datenschutzbegehren   |              | Anzahl  | 195  | 245  | 211  |

1 Ohne PostFinance  
2 Die Werte der Jahre 2021 und 2022 beinhalten nur Meldungen an die Aufsichtsbehörde EDÖB

+ Weitere Kennzahlen ab Seite 81

Um den fairen, transparenten und vertrauenswürdigen Umgang mit Personendaten zu stärken, hat die Post 2022 eine Stelle für Digialethik geschaffen (siehe Kapitel Cybersecurity und Digialethik, → Seite 45). In interdisziplinärer Zusammenarbeit werden zudem Grundlagen geschaffen, um Herausforderungen im Bereich der künstlichen Intelligenz zu begegnen, damit die Post diese gewinnbringend einsetzen kann (siehe Kapitel Digitalisierung und Innovation, → Seite 43).

## Marketing und Kennzeichnung

Kundinnen und Kunden erwarten faktenbasierte Aussagen zu den Nachhaltigkeitsaktivitäten. Um Greenwashing oder andere irreführende Aussagen zu verhindern, werden die gesetzlichen Anforderungen an Werbeaussagen und Marketingstrategien zunehmend verschärft.

Die Post verwendet beim Versand von Briefen und Paketen das Label «proclima» und das «Digital Trust Label». Für den Umgang mit Daten im Werbemarkt wird das «Data Fairness Label» verwendet (mehr Informationen zu den Labels siehe Kapitel Cybersecurity und Digialethik, → Seite 45 sowie Klima, → Seite 28). Die Post achtet bei der Kommunikation auf die wahrheitsgetreue Verwendung der Labels. So spricht sie beispielsweise im Zusammenhang mit dem «proclima»-Label seit jeher von CO<sub>2</sub>-Kompensation und vermeidet ungenaue umweltbezogene Angaben. Unter der Kennzeichnung #GelbGrün fasst die Post alle Kommunikationsaktivitäten zu ihrem Klimaengagement zusammen. Diese sind faktenbasiert und für die Kundinnen und Kunden nachvollziehbar.

Mit einem Newsletter und Schulungen hat die Post spezifische Mitarbeitenden-Gruppen und die Konzernleitungsmitglieder zum Thema Greenwashing sensibilisiert.

## Barrierefreie digitale und physische Zugangspunkte

Der hindernisfreie Zugang zu den postalischen Dienstleistungen ist sichergestellt.

Ob für Kundinnen, Kunden oder Mitarbeitende – die Post setzt sich für den hindernisfreien Zugang ein. Barrierefreiheit wird bei der Post seit 2022 im Compliance-Portfolio des Konzerns geführt. Die Fachstelle Compliance führt regelmässig konzernweite Schulungen und Kommunikationsmassnahmen durch. Ausserdem berät sie die Bereiche und kontrolliert die Umsetzung der relevanten Vorgaben. Die Post ist 2024 als Gründungsmitglied der «Allianz digitale Inklusion Schweiz» (ADIS) beigetreten.

Seit dem 1. Januar 2004 müssen aufgrund des Behindertengleichstellungsgesetzes (BehiG) Internetangebote von Behörden und öffentlichen Organisationen auch für Menschen mit Beeinträchtigungen zugänglich sein.

Die Post setzt die Barrierefreiheit seit 2008 konsequent nach den Web Content Accessibility Guidelines (WCAG, aktuell Version 2.1) für barrierefreie Internetangebote auf Stufe AA um, d. h. sie erfüllt alle A- und alle AA-Kriterien. Sie orientiert sich dabei am eCH-0059 Accessibility Standard sowie an den Richtlinien des Bundes für die Gestaltung von barrierefreien Internetangeboten. Letztere basieren auf den internationalen Informatikstandards des World Wide Web Consortium (W3C). Die Umsetzung in Portalen wird mit dem Prüftool «Siteimprove» überprüft. 2024 erfolgten zehn solche Prüfungen. Ausnahmen deklariert die Post im Accessibility-Statement entsprechend der internationalen Policy. Dieses ist unter → [post.ch/de/pages/footer/barrierefreiheit-bei-der-post-einsehbar](https://post.ch/de/pages/footer/barrierefreiheit-bei-der-post-einsehbar).

Für die physischen Zugangspunkte wie die eigenbetriebenen Filialen, Filialen mit Partner, Bushaltekanten und Gebäude gilt das Postgesetz (PG), das auf das BehiG verweist. Konkretisiert werden Vorgaben für Planung, Bewilligung und Umsetzung von hindernisfreien Bauten in der technischen SIA-Norm 500. Ende 2024 waren 91 Prozent der eigenbetriebenen und 85 Prozent der Filialen mit Partner barrierefrei zugänglich.

Auch PostAuto sorgt mit verschiedenen Massnahmen für Barrierefreiheit. Sämtliche Fahrzeuge sind dank Hubliften oder Rollstuhlrampen zugänglich. Wo möglich werden Niederflurbusse eingesetzt. Für Standorte, die nicht barrierefrei zugänglich sind, wurden Ersatzmassnahmen bereitgestellt. Auch werden die Fahrgastinformationen auf den Bildschirmen laufend optimiert.

## Achtung der Menschenrechte

---

Die Post prüft die Einhaltung der menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten entlang ihrer Lieferketten.

---

Die Einhaltung der Menschenrechte will die Post durch integres, ethisch korrektes und vorbildliches Handeln gewährleisten. Der Fokus liegt dabei auf dem eigenen Betrieb und der Lieferkette. (GRI 2-23)

Die Post unterstützt als Mitglied die Initiative des UN Global Compact. Die Umsetzung der darin verankerten zehn Prinzipien bildet für die Post die Grundlage einer verantwortungsvollen Unternehmensführung. Die Informationen legt die Post im Rahmen des Formats «Communication on Progress», im Sinne einer Fortschrittsmeldung, jährlich offen.

→ [unglobalcompact.org/what-is-gc/participants/31971](https://unglobalcompact.org/what-is-gc/participants/31971)

Mit ihrer Corporate-Responsibility-Charta «Wir handeln heute für morgen» (CR-Charta) legt die Post den Grundstein für ihr verantwortungsvolles Handeln. Die CR-Charta wird vom Verwaltungsrat der Post verabschiedet. (GRI 2-12) Die Umsetzung liegt in der Verantwortung jeder einzelnen Mitarbeiterin und jedes einzelnen Mitarbeiters in allen Tätigkeitsbereichen. (GRI 2-24)

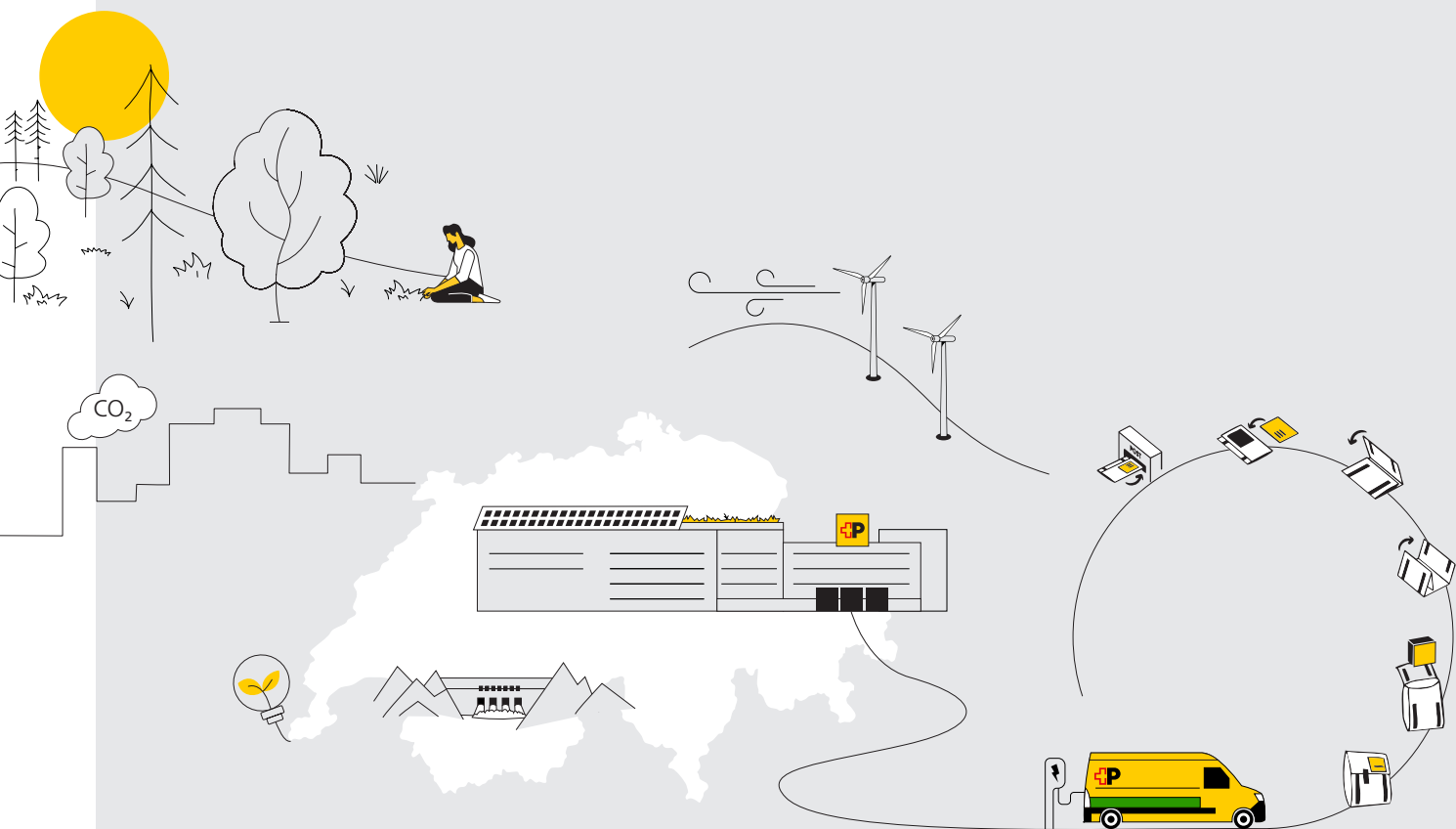
Die Inhalte der CR-Charta und des Lieferantenkodex für verantwortungsvolle Beschaffung widerspiegeln das Bekenntnis der Post zu den Prinzipien des UN Global Compact und den damit verbundenen Standards. Dazu gehören die OECD-Leitsätze für multinationale Unternehmen, die UNO-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte, die Prinzipien der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) sowie die Ziele der Vereinten Nationen für nachhaltige Entwicklung.

In der Schweiz stellt das Staatssekretariat für Wirtschaft SECO die Ratifizierung internationaler Übereinkommen und nationaler Gesetze bezüglich Kinder-, Pflicht- und Zwangsarbeit sicher und überwacht ihre Umsetzung. (GRI 409; 408) Die Post toleriert keine Arbeitsbedingungen, die im Widerspruch zu internationalen und nationalen Gesetzen und Vorschriften stehen und gewährleistet sichere und moderne Arbeitsbedingungen. (GRI 2-25, 409-1; 408-1)

Die Themenschwerpunkte werden in den Kapiteln Mitarbeitende ab → Seite 48 und Lieferkette ab → Seite 68 genauer beschrieben.

# Umwelt

|   |    |
|---|----|
| Klima                                       | 28 |
| Energie                                     | 31 |
| Kreislaufwirtschaft und Ressourceneffizienz | 33 |
| Lärm, Luft- und Lichtemissionen             | 35 |
| Biodiversität                               | 36 |



### Januar 2021

Das **«pro-clima»-Label** macht es sichtbar: Die Post stellt alle Sendungen CO<sub>2</sub>-kompensiert zu.

### Juni 2022

Spatenstich für den Bau des **grössten Lager-logistikzentrums** in Villmergen.

### Dezember 2022

Die Post übernimmt die Kickbag GmbH, um **nachhaltige Verpackungen** zu fördern.

### Januar 2021

Das **Klima- und Energieziel** ist eines von sechs transversalen Themen der Strategie «Post von morgen».

### Januar 2021

PostAuto und PostFinance werden Akteure der Initiative **«Vorbild Energie und Klima»**.

### August 2022

Zum Aufbau eines **Neutralisationsportfolios** wird die Post CDR AG (Carbon Dioxide Removal) gegründet.

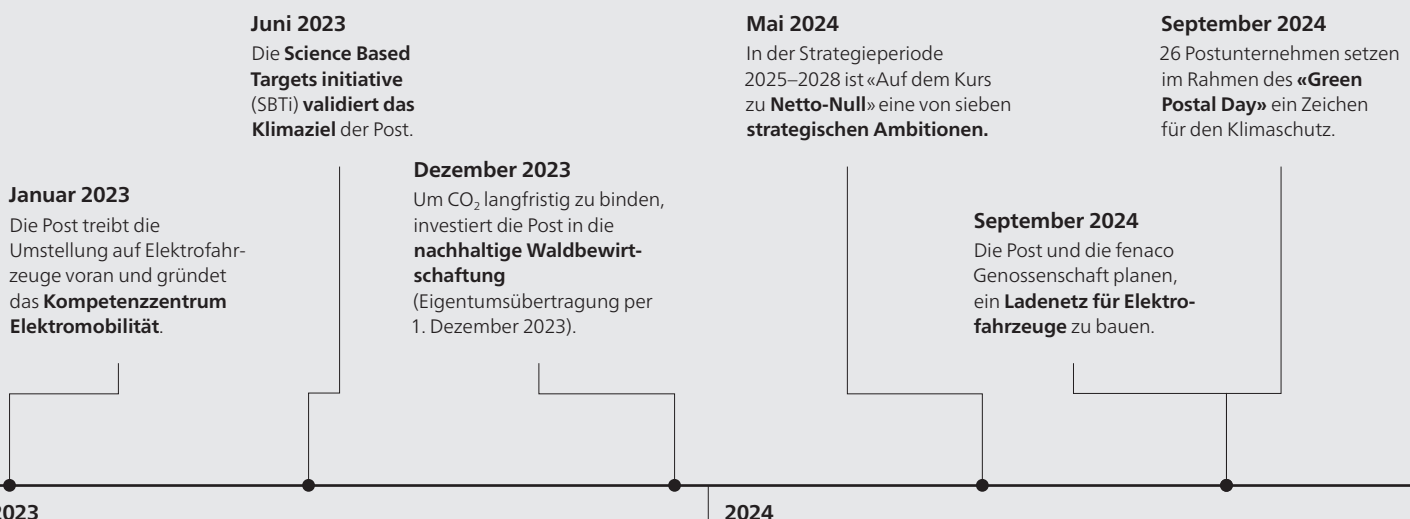
Der grösste Hebel der Post, um einen nachhaltigen Beitrag an die Umwelt zu leisten, liegt in den Themen Klima und Energie. Sie trägt damit den Anforderungen des Eigners und den Kundenwünschen Rechnung und hat sich zur Wahrnehmung ihrer Vorbildrolle ambitionierte Klima- und Energieziele gesetzt: Ab 2030 will sie im eigenen Betrieb klimaneutral sein und ab 2040 entlang der gesamten Wertschöpfungskette Netto-Null erreichen. Dazu investiert sie in elektrische und alternative Antriebe, fossilfreie Heizungen und nutzt Strom zu 100 Prozent aus erneuerbaren Energien aus der Schweiz. Die unvermeidbaren Treibhausgasemissionen will die Post der Atmosphäre entziehen und speichern. Dazu baut sie ein Portfolio zur CO<sub>2</sub>-Entnahme und -Speicherung auf.

#### Obligationenrecht Art. 964b

Dieses Kapitel behandelt die folgenden Themen in Anlehnung an die Bestimmungen von Art. 964b (OR): Umweltbelange

**Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD)** Dieses Kapitel behandelt die folgenden Aspekte gemäss TCFD: Governance, Strategie, Risikomanagement, Kennzahlen und Zielvorgaben

→ Siehe auch Global-Reporting-Initiative-Index Seite 97



## Klima

### Global Reporting Initiative (GRI):

- GRI 201-2 Finanzielle Folgen des Klimawandels für die Organisation und andere mit dem Klimawandel verbundene Risiken und Chancen
  - GRI 305 Managementansatz zu Emissionen 2016
  - GRI 305-5 Senkung der Treibhausgasemissionen
- ➔ Siehe auch Global-Reporting-Initiative-Index Seite 97

Der Bund stellt hohe Anforderungen an die Klimaschutzmassnahmen der Post: Die strategischen Ziele des Bundesrats fordern eine Reduktion der Treibhausgasemissionen, und im Schweizer Klima- und Innovationsgesetz ist das Netto-Null-Ziel der Post gesetzlich verankert. Auch Grosskundinnen und -kunden verlangen eine konsequente Klimastrategie. 2024 erhielt die Post für ihr Engagement und ihre Transparenz im Bereich Klima ein A-Rating von Carbon Disclosure Project (CDP), einer Non-Profit-Organisation, die die weltweit grösste Datenbank zu Umweltdaten verwaltet.

## Klimaziel

Das Klimaziel der Post ist von der Science Based Targets initiative (SBTi) validiert.

Die Post hat sich ambitionierte Ziele gesetzt: Ab 2030 will sie im eigenen Betrieb klimaneutral sein und ab 2040 in der Wertschöpfungskette Netto-Null erreichen. Die Science Based Targets initiative (SBTi) bestätigte das Treibhausgas-Reduktionsziel für 2030 (–42 Prozent in Scope 1, 2 und 3 bei der Verwendung verkaufter Produkte, –25 Prozent im übrigen Scope 3; Basisjahr 2021) und das Netto-Null-Ziel für 2040 (–90 Prozent in Scope 1–3, 10 Prozent CO<sub>2</sub>-Entfernung und -Speicherung). Zudem will die Post schon ab 2030 die Emissionen aus dem eigenen Betrieb, die sie nicht reduzieren kann, der Atmosphäre entziehen und speichern. GRI 305-5 Die SBTi orientiert sich am Pariser Klimaabkommen, die weltweite Klimaerwärmung auf 1,5°C gegenüber dem Niveau des Jahres 1850 zu begrenzen.

| Reduktionsziele Treibhausgasemissionen                  |                           | Einheit          | Zielsetzung<br>2021 <sup>1</sup> | Ziel-erreichung |                     |
|---|---------------------------|------------------|----------------------------------|-----------------|---------------------|
|   |                           |                  |                                  | 2024            | Zielsetzung<br>2030 |
| Zielsetzungen 2030 und 2040 in Bezug zum Basisjahr 2021 |                           |                  |                                  |                 |                     |
| Scope 1 und 2   | t CO <sub>2</sub> e       | 249 871          | –3,9%                            | min. –42%       | min. –90%           |
|   | Entfernung aus Atmosphäre |                  |                                  | 58%             | 10%                 |
| Scope-3-Emissionen aus Verwendung verkaufter Produkte   | t CO <sub>2</sub> e       | 29 760           | –22,1%                           | min. –42%       | min. –90%           |
|   | Entfernung aus Atmosphäre |                  |                                  |                 | 10%                 |
| Scope 3 übrige Emissionen                               | t CO <sub>2</sub> e       | 1 912 131        | –21,2%                           | min. –25%       | min. –90%           |
|   | Entfernung aus Atmosphäre |                  |                                  |                 | 10%                 |
| <b>Scope 1–3</b>  | <b>t CO<sub>2</sub>e</b>  | <b>2 191 762</b> |                                  |                 |                     |

<sup>1</sup> Das Basisjahr 2021 und die Zwischenjahre werden bei Akquisitionen/Verkäufen von Konzerngesellschaften oder bei Veränderungen in der Datenqualität rückwirkend neu berechnet, da 2021 als Basisjahr für die Ziele 2030/2040 dient.

Das Klimaziel ist in der Strategie «Post von morgen» verankert

Das Klimaziel wurde vom Verwaltungsrat genehmigt und ist strategisch verankert. Massnahmen sind in der strategischen Finanzplanung integriert. Die Zielerreichung beeinflusst die variable Vergütung der Konzernleitungsmitglieder (Finanzbericht Kapitel Vergütung ab ➔ Seite 77). GRI 305

2024 investierte die Post rund 33 Millionen Franken in Massnahmen zur Reduktion der Treibhausgasemissionen. Dieser Betrag widerspiegelt die zusätzlichen Kosten für die Umstellung auf fossilfreie Technologien, bis die Preisparität der Fahrzeuge mit neuen Technologien sowie der Infrastrukturaufbau gewährleistet sind.

Klimarisiken werden zunehmend tiefer in das Risikomanagement integriert (siehe Kapitel Risiko- und Resilienzmanagement ➔ Seiten 20–21 sowie Finanzbericht ➔ Seiten 154–178). Der Transitionsplan von PostFinance findet sich in deren Nachhaltigkeitsbericht (PDF) ➔ Seiten 33–48.



**Klimarisikoanalyse**

Die Anpassung an den Klimawandel trägt zur Resilienz des Unternehmens bei. Die Post hat 2024 zusammen mit externen Partnern eine konzernweite Analyse zu physischen Klima- und Übergangsrisiken mit Zeithorizont 2030 und 2050 und gemäss Emissionsszenarien RCP2.6, RCP4.5 und RCP8.5 erstellt. Die Poststandorte sowie einige Lieferanten wurden betrachtet. Zu den relevanten physischen Klimarisiken gehören z. B. Gebäudeschäden durch Starkniederschläge und die Gefährdung der Gesundheit durch Hitze. Gebäude an grossen Flüssen wie zum Beispiel der Rhone sind zunehmend dem Risiko von Überschwemmungen ausgesetzt. Übergangsrisiken werden bis 2030 als spürbare Risiken eingeordnet. Einzig die Energiekosten könnten ein ernsthaftes Risiko für die Post darstellen. Bis 2050 stuft die Post weitere Risiken wie erhöhte Treibstoffkosten und reduzierte Verfügbarkeit von erneuerbaren Energien als kritisch ein. (GRI 201-2)

Diese Analyse dient als Grundlage, um die Klimaanpassungsfähigkeit der Post zu stärken. Die relevantesten Risiken werden in Zukunft vertieft und in das Risikomanagement der Post eingebettet.

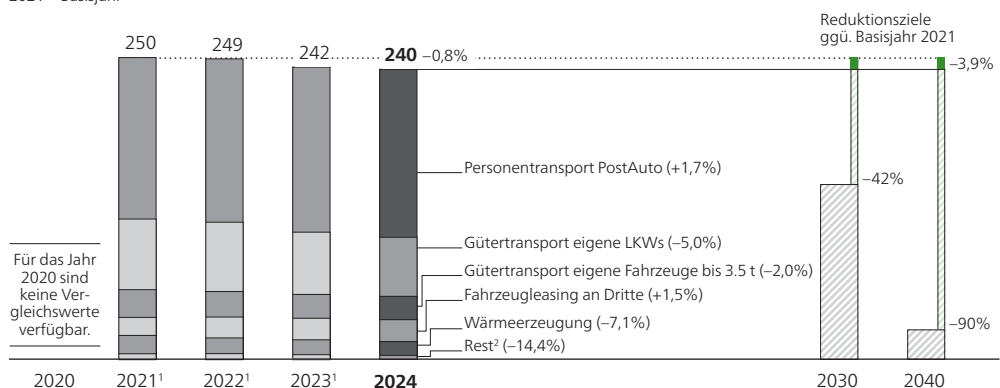
## Treibhausgasemissionen

Die Treibhausgasemissionen im eigenen Betrieb (Scope 1–2) sind stabil geblieben. Es wurde eine Reduktion von knapp 0,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr verzeichnet, vor allem durch eine geringere Fahrleistung im Gütertransport, die Elektrifizierung der Flotte (+89 Prozent Fahrleistung mit alternativem Antrieb bei PostAuto, +57 Prozent in der Zustellung und +165 Prozent beim Fahrzeugleasing an Dritte) sowie die fossilfreie Beheizung eigener Gebäude (+15% fossilfrei beheizte Energiebezugsfläche). Gegenläufig wirkten die Zunahme der Personentransporte (PostAuto) und das Fahrzeugleasing an Dritte. (GRI 305-5)

Effizienzfortschritte gleichen die Mehrleistungen im Personenverkehr aus

**Konzern | Treibhausgasemissionen Scope 1 und 2 in 1000 t CO<sub>2</sub>-Äquivalenten**

(direkte Emissionen eigener Fahrzeuge und Gebäude)  
2021 = Basisjahr



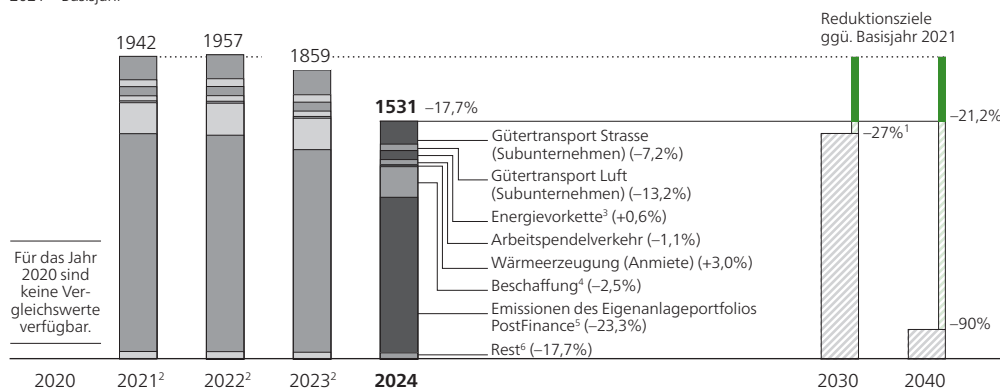
1 Beinhaltet die Emissionen von Kältemitteln in Immobilien, Industriefahrzeugen, eigenen Geschäftsfahrzeugen und Strombedarf in Immobilien der nacherfassten Konzerngesellschaften.  
2 Emissionen mit Nacherfassung: im Falle von Akquisitionen/Verkäufen werden die Emissionen von akquirierten/verkauften Gesellschaften in vergangenen Geschäftsjahren rückwirkend berechnet.

Weitere Kennzahlen ab Seite 81

Die Scope-3-Emissionen sanken um 17,7 Prozent, vor allem aufgrund von weniger finanzierten Emissionen und geringerer Transportleistungen im ausgelagerten Güterverkehr. Der Hauptgrund für den Rückgang der finanzierten Emissionen (-23,3 Prozent) sind allgemeine Dekarbonisierungsfortschritte der finanzierten Gegenparteien sowie Verfälle einzelner Positionen mit hohen Emissionen. Die finanzierten Emissionen sind von verschiedenen Faktoren abhängig, womit auch in Zukunft mit Schwankungen zu rechnen ist. (GRI 305-5)

Abnahme aufgrund der Reduktion bei den Emissionen des Eigenanlageportfolios PostFinance

**Konzern | Treibhausgasemissionen Scope 3 in 1000 t CO<sub>2</sub>-Äquivalenten**  
(indirekte Emissionen der Wertschöpfungskette)  
2021 = Basisjahr



1 Mengengewichteter Zielwert aus der Zielsetzung für die Scope-3-Emissionen aus Verwendung verkaufter Produkte (Menge Basisjahr: 29 760 t CO<sub>2</sub>e) von mindestens 42 Prozent und der Zielsetzung für die Scope-3-Emissionen übrige (Menge Basisjahr: 1 912 131 t CO<sub>2</sub>e) von mindestens 25 Prozent gegenüber dem Basisjahr 2021.  
 2 Emissionen mit Nacherfassung: im Falle von Akquisitionen/Verkäufen werden die Emissionen von akquirierten/verkauften Gesellschaften in vergangenen Geschäftsjahren rückwirkend berechnet  
 3 Beinhaltet die Emissionen sämtlicher brennstoff- und energiebezogener Aktivitäten der Treibstoffbeschaffung.  
 4 Die Emissionen von eingekauften Gütern und Dienstleistungen wurden mittels Emissionsfaktoren pro Warengruppen (Sekundärdaten, Abdeckung bei ca. 90 Prozent) berechnet. Siehe Kapitel Methodik für mehr Informationen.  
 5 Die ausgewiesenen Emissionswerte beziehen sich ausschliesslich auf die mit Daten hinterlegten Unternehmensanleihen im Eigenanlageportfolio, was 89,0 Prozent der Unternehmensanleihen und 44,2 Prozent des ganzen Eigenanlageportfolios entspricht. Berücksichtigt werden ausschliesslich die Scope-1- und Scope-2-Emissionen aller wesentlichen Treibhausgase der investierten Gegenparteien. Siehe Kapitel Methodik für mehr Informationen.  
 6 Beinhaltet die Emissionen aus vermieteten Sachanlagen (ohne Wärmeerzeugung), Gütertransport Schiene und Wasser, Geschäftsreiseverkehr, Fahrzeugleasing (Finanzierungsleasing), Treibstoffverkauf und Nutzung und Entsorgung der verkauften Produkte.

+ Weitere Kennzahlen ab Seite 81

## Reduktions- und Substitutionsmassnahmen

In erster Priorität werden die Treibhausgasemissionen reduziert und in zweiter Priorität durch erneuerbare Energien ersetzt. Im eigenen Betrieb (Scope 1 und 2) liegt der grösste Hebel in der Umstellung der eigenen Fahrzeugflotte auf elektrische oder alternative Antriebe. Die Post nutzt 100 Prozent Strom aus erneuerbaren Energiequellen aus der Schweiz. Im Scope 3 liegen die grössten Hebel in der Dekarbonisierung der Investitionen in eigene Anlagen (PostFinance) und in der Beschaffung entlang der Lieferkette.

### – Zustell- und Geschäftsfahrzeugflotte

Die Post betreibt eine Flotte von knapp 7300 Elektrofahrzeugen für die Zustellung. Seit 2024 stellt sie in den Städten Zürich, Bern, Genf, Basel, Winterthur und Thun Briefe und Pakete elektrisch zu; ab 2025 wird dies in allen urbanen Zentren der Fall sein. Die Zustelltouren werden laufend optimiert, Leerfahrten vermieden und die Rückwärtslogistik gestärkt (siehe Kapitel Kreislaufwirtschaft und Ressourceneffizienz auf → Seite 33). Die Fahrerinnen und Fahrer werden in ressourcenschonender Fahrweise geschult. Bis 2030 sollen alle Geschäftsfahrzeuge elektrisch betrieben werden (aktuell sind es 28 Prozent).

### – Postautos und Lastwagen

Bis 2035 will die Post alle Postautos auf Elektroantrieb umstellen. Das Ziel ist ambitioniert und benötigt zur Erreichung die Mitfinanzierung durch die Besteller von Personentransportleistungen und geeignete regulatorische Rahmenbedingungen. Ende 2024 waren 42 Postautos mit elektrischen Antrieben unterwegs. Das Etappenziel von 100 E-Postautos bis 2024 wird aufgrund von Lieferverzögerungen erst im 1. Quartal 2025 erreicht. Die Post stellt auch ihre schweren Güterlogistikfahrzeuge schrittweise auf alternative Antriebe um. 2024 waren vier Elektrolastwagen im Einsatz, 15 weitere hat die Post für den Einsatz in der Schweiz und in Frankreich bestellt. Tochtergesellschaften wie Bächle Logistics und Stella Brandenberger Transporte unterstützen die Umstellung auf alternative Antriebe. Die grössten Herausforderungen bei der Umstellung von Postautos und Lastwagen auf elektrische Antriebe sind die im Vergleich zu Dieselfahrzeugen höheren Anschaffungskosten und der Aufbau der Lade- und Energieinfrastruktur. Die Post hat das Problem des fehlenden Ladenetzes erkannt und die Business Unit E-Mobility Charging Solutions gegründet, um eine Ladeinfrastruktur für die eigene Fahrzeugflotte und ein öffentliches Schnellladenetz aufzubauen (siehe Kapitel Energie auf → Seite 33).

Die Umstellung der Fahrzeugflotte auf Elektroantrieb hat die grösste Wirkung.



#### – Schienentransport und Gebäude

Mit der Bahnoffensive 2022 soll der Anteil der auf der Schiene transportierten Sendungen zwischen grossen Sortierzentren erhöht werden. Seit 2023 werden 15 Prozent mehr Sendungen auf der Schiene transportiert. Den Vertrag mit SBB Cargo hat die Post bis 2028 verlängert. In ihren eigenen Gebäuden ersetzt die Post fossilbetriebene Heizungen nach und nach durch solche mit umweltfreundlichen Energiesystemen (siehe Kapitel Energie auf → Seite 32).

#### – Investitionen und Beschaffung

Bei den Eigenanlagen senkt PostFinance die Emissionen bis 2030 um 25 Prozent gegenüber 2021 und achtet bei Unternehmensanleihen darauf, dass rund die Hälfte aller finanzierten Gegenparteien selbst ein validiertes Klimaziel verfolgen. PostFinance investiert nicht in Unternehmen, die mehr als 30 Prozent ihres Umsatzes mit Kohle erzielen. In ihrem Bericht veröffentlicht PostFinance erstmals ihren Transitionsplan zur Erreichung dieser Ziele. Bei Beschaffungen über 150 000 Franken wendet die Post Nachhaltigkeitskriterien an und gewichtet diese mit mindestens 15 Prozent.

#### – CO<sub>2</sub>-Kompensation

Seit 2021 sind alle nationalen und internationalen Sendungen CO<sub>2</sub>-kompensiert. Die Post übernimmt freiwillig alle anfallenden Zuschläge, um einen zusätzlichen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten. Die CO<sub>2</sub>-Kompensation erfolgt durch Klimaschutzprojekte im In- und Ausland, die anerkannten Standards und den hohen Qualitätskriterien der Post entsprechen. Eine unabhängige Drittinstanz prüft alle Klimaschutzprojekte, die die Post unterstützt. Die Berechnung der Kompensationsvolumen und die Anzahl der Zertifikate werden im Rahmen des jährlichen Audits der Treibhausgasbilanz überprüft. 2024 hat die Post entschieden, ab 2025 aufgrund geringer Nachfrage die CO<sub>2</sub>-Emissionen der Güterlogistik nicht mehr zu kompensieren. Die Post investiert jedoch nach wie vor rund 1,4 Millionen Franken pro Jahr in hochwertige Klimaschutzprojekte für den «pro clima»-Versand. Im Bereich Güterlogistik fokussiert sich die Post auf die CO<sub>2</sub>-Reduktion im eigenen Betrieb – z. B. durch den Ersatz der Fahrzeugflotte mit Elektrolastwagen.

## Massnahmen zur CO<sub>2</sub>-Entnahme und -Speicherung

Um künftig Restemissionen aus der Atmosphäre zu entfernen und langfristig zu speichern, baut die Post ein Portfolio zur CO<sub>2</sub>-Entnahme und -Speicherung auf. Eine grosse Herausforderung sind dabei die hohen Kosten und der begrenzte Zugang zu bewährten Technologien für eine langfristige und skalierbare Kohlenstoffentfernung. 2023 kaufte die Post Waldflächen in Deutschland, um durch zukunftsorientierte Forstwirtschaft mehr Kohlenstoff aus der Atmosphäre zu entnehmen und ihn langfristig in hochwertigen Holzprodukten zu speichern. Auch die Herstellung von Pflanzenkohle wird geprüft. 2024 wurde damit begonnen, die Bewirtschaftung des Waldes zu verändern (siehe Kapitel Biodiversität auf → Seite 36).

## Energie

### Global Reporting Initiative (GRI):

GRI 302 Managementansatz zu Energie 2016

GRI 302-1 Energieverbrauch innerhalb der Organisation

GRI 302-4 Verringerung des Energieverbrauchs

GRI 302-5 Senkung des Energiebedarfs für Produkte und Dienstleistungen

→ Siehe auch Global-Reporting-Initiative-Index Seite 97

Die Post deckt ihren Strombedarf zu 100 Prozent aus erneuerbaren Energiequellen aus der Schweiz.

Energie ist eine zentrale Grundlage für die betrieblichen Abläufe und Dienstleistungen der Post. Ob bei der Zustellung mit der Fahrzeugflotte, der Stromversorgung der Logistikzentren oder der Wärmeversorgung der Gebäude – der nachhaltige Umgang mit Energie beeinflusst die betriebliche Effizienz, die Umweltbilanz und die Wirtschaftlichkeit. Die effiziente Nutzung von Energie unterstützt die Post dabei, die Vorgaben des Bundes und des Eidgenössischen Departements für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation UVEK (Energierategie 2050) und die Erwartungen von Kundinnen, Kunden und Partnern zu erfüllen, Betriebskosten zu senken und langfristig die Klimaziele zu erreichen (siehe Kapitel Klima auf → Seite 28). GRI 302

Der Strombedarf der Post wird sich bis 2030 aufgrund der zunehmenden Elektrifizierung der Fahrzeugflotte, insbesondere der Postautos, fast verdreifachen. Damit ist die Post den schwankenden Energiepreisen des Strommarktes stärker ausgesetzt. Sie begegnet diesen Schwankungen mit geeigneten Massnahmen und plant, bis 2030 ihre Energieeffizienz deutlich zu steigern: um 50 Prozent bei der Post, 20 Prozent bei PostAuto und 40 Prozent bei PostFinance (Basisjahr 2021).<sup>1</sup> Die Handlungsschwerpunkte für diese Transformation liegen in drei zentralen Bereichen: Mobilität, Gebäude und Solarenergie.

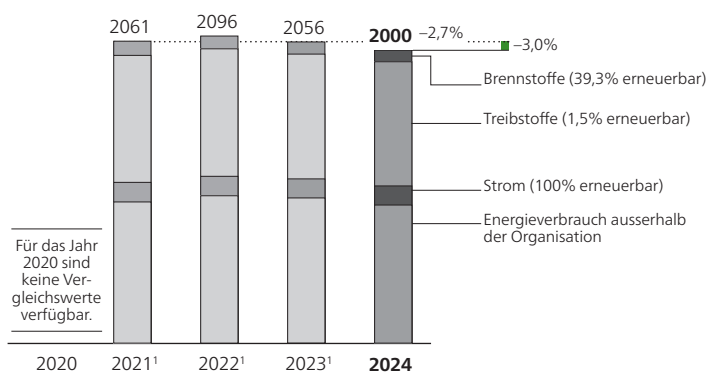
Der gesamte Strombedarf wird zu 100 Prozent aus erneuerbaren Energiequellen aus der Schweiz gedeckt. Zusätzlich nutzt die Post für die Elektromobilität und die eigenbetriebenen Filialen «nature-made star»-zertifizierten Ökostrom.

## Massnahmen

Der Energiebedarf der Post im eigenen Betrieb beträgt 1055 Gigawattstunden. (GRI 302-1) 2024 sank der Energieverbrauch leicht um 0,8 Prozent, bedingt durch Markt- und Geschäftsentwicklungen, sowie effizientere Prozesse (Elektromobilität, fossilfreie Heizungen). (GRI 302-4) Die eigenen Photovoltaikanlagen in der Schweiz produzierten 2024 rund 7 Prozent weniger Strom als im Vorjahr, was auf weniger Sonnenstunden und den Ausfall einer grossen Anlage zurückzuführen ist.

Effizienzsteigerung durch Ausbau der Elektromobilität und Zunahme von fossilfreien Heizungen

Konzern | Energieverbrauch innerhalb und ausserhalb der Organisation in GWh  
2021 bis 2024



<sup>1</sup> Emissionen mit Nacherfassung: im Falle von Akquisitionen/Verkäufen werden die Emissionen von akquirierten/verkauften Gesellschaften in vergangenen Geschäftsjahren rückwirkend berechnet.

+ Weitere Kennzahlen ab Seite 81

### – Fahrzeugflotte und Postautos

Treibstoffe machen mehr als 80 Prozent des gesamten Energieverbrauchs der Post aus. 2024 setzte sich der Energiemix der eigenen Zustellflotte aus 85 Prozent Diesel, 6 Prozent Benzin und 9 Prozent Strom zusammen. Eine optimierte Flotten- und Routenplanung ist daher für die Post unerlässlich, um die Betriebskosten zu senken, Zeit und Treibstoff zu sparen und die Umweltbelastung zu minimieren. Die Elektrifizierung der eigenen Fahrzeugflotte und der Postautos im Rahmen der Initiative «Route:E» ist ein entscheidender Hebel zur Effizienzsteigerung, da ein Elektromotor für die gleiche Strecke weniger Energie benötigt als ein Verbrennungsmotor (siehe Kapitel Klima, → Seite 28). (GRI 302-5) Für die Elektrifizierung sind eine optimierte Ladeinfrastruktur, ein integriertes Lademanagement und eine gesicherte Versorgung mit erneuerbarem Strom entscheidend (→ siehe Box, Seite 33). Durch die Kombination von Klimaschutzmassnahmen und Effizienzsteigerungen stärkt die Post langfristig ihre Wettbewerbsfähigkeit.

<sup>1</sup> Die Energieeffizienz wird auf Basis des Energieverbrauchs pro Bezugsgrösse berechnet. Bei der Post sind das die gefahrenen Kilometer, bei PostAuto die kursrelevanten Kilometer und bei PostFinance die Anzahl Transaktionen. Mehr Informationen zur Berechnung der Energieeffizienz finden sich im VEK Jahresbericht → [vorbild-energie-klima.admin.ch/dam/vbe/de/dokumente/energie-und-klimabericht-2023.pdf](http://vorbild-energie-klima.admin.ch/dam/vbe/de/dokumente/energie-und-klimabericht-2023.pdf)

– **Gebäude**

Mit der internen Initiative «casa verde» will die Post ihr Gebäudeportfolio nachhaltig entwickeln. 2024 wurden 18 Gebäude energetisch saniert und 21 Gebäude mit Minergie- oder DGNB-Zertifikaten (Deutsche Gesellschaft für nachhaltiges Bauen) ausgezeichnet. Bis 2030 sollen 80 Prozent der Gebäude fossilfrei beheizt werden – mit Wärmepumpen, Holzpellets oder Fernwärme. Heute sind es rund 63 Prozent. 2024 hat die Post 42 Öl- und Gasheizungen durch fossilfreie Alternativen ersetzt. (GRI 302-5)

– **Ausbau der Eigenstromproduktion**

Um die Planbarkeit der Kosten und die Versorgungssicherheit zu verbessern, setzt die Post verstärkt auf Photovoltaik. Aktuell erzeugen 52 Standorte mit Photovoltaikanlagen jährlich rund 7,5 Gigawattstunden Solarstrom, was etwa 6 Prozent des gesamten Strombedarfs entspricht. Ein Teil des erzeugten Stroms wird direkt vor Ort genutzt, z. B. in regionalen Paketzentren.

**Energieproduktion**

| 2022–2024                                | GRI-Referenz | Einheit | 2022 | 2023 | 2024             |
|--|--------------|---------|------|------|------------------|
| Solarstrom aus Eigenproduktion           |              | GWh     | 9,5  | 8,0  | 7,5 <sup>1</sup> |
| Anteil Eigenproduktion an Stromverbrauch |              | %       | 7,2  | 6,2  | 5,7              |
| Installierte Leistung eigener PV-Anlagen |              | MWp     | 10,8 | 11,0 | 12,7             |

<sup>1</sup> Abnahme hauptsächlich wegen weniger Sonnenstunden im Jahr 2024, Ausfall einer grossen PV-Anlage.

+ Weitere Kennzahlen auf Seite 81

2024 hat die Post neue Photovoltaikanlagen mit einer zusätzlichen Leistung von 1,6 Megawatt-Peak installiert. Die drittgrösste Anlage der Post entstand 2024 im Logistikzentrum Villmergen, das als erstes Logistikgebäude der Schweiz mit dem DGNB-Label Schweiz ausgezeichnet wurde. Bis 2030 plant die Post, mit Photovoltaikanlagen auf Dächern, Fassaden und ungenutzten Flächen eine Leistung von 30 Megawatt-Peak zu erreichen, was einer jährlichen Produktion von rund 30 Gigawattstunden entspricht. Auch die Konzerngesellschaften bauen die eigene Stromproduktion aus, z. B. die Tochtergesellschaft Iemoli Trasporti in Italien. Deren neugebauter Hauptsitz verfügt über eine 500-Kilowatt-Photovoltaikanlage.



**Neue Wege für die Elektromobilität**

Im Januar 2025 nahm die neu gegründete Business Unit «E-Mobility Charging Solutions» den Betrieb auf. Ihre Aufgabe: eine zuverlässige und kostengünstige physische und digitale Ladeinfrastruktur aufzubauen und die Energieversorgung der posteigenen Fahrzeuge sicherzustellen. Die neue Business Unit wird ein neues Finanzierungs- und Betriebsmodell nach dem Prinzip «Charging as a Service» anbieten und eine zuverlässige Ladeinfrastruktur garantieren. Um landesweit ein Schnellladenetz mit erneuerbarem Strom aufzubauen, plant die Post zusammen mit der Genossenschaft fenaco das Joint Venture «PowerUp» mit einer Beteiligung von je 50 Prozent.

## Kreislaufwirtschaft und Ressourceneffizienz

**Global Reporting Initiative (GRI):**

- (GRI 301) Managementansatz zu Materialien 2016
- (GRI 301-3) Wiederverwertete Produkte und ihre Verpackungsmaterialien
- (GRI 306) Managementansatz zu Abfall 2020
- (GRI 306-1) Anfallender Abfall und erhebliche abfallbezogene Auswirkungen
- (GRI 306-2) Management erheblicher abfallbezogener Auswirkungen

➔ Siehe auch Global-Reporting-Initiative-Index Seite 97

Die Post unterstützt eine kreislauffähige Wirtschaft.

Die Post unterstützt den Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft, indem sie Möglichkeiten zur Steigerung der Ressourceneffizienz entlang der gesamten Wertschöpfungskette prüft. Der Fokus liegt dabei auf drei zentralen Bereichen: dem Bau, wo nachhaltige Materialien und Praktiken eine wesent-

liche Rolle spielen, der Beschaffung (siehe Kapitel Verantwortung in der Beschaffung, → Seite 70) sowie der Entwicklung kreislauffähiger Produkte und Dienstleistungen (siehe Kapitel Kundenorientierung und Relevanz für Kundinnen und Kunden, → Seite 40). Im Bereich der rezyklierbaren Produkte und Dienstleistungen für Kundinnen und Kunden liegt das grösste Potenzial, da hier ein breites Publikum direkt angesprochen wird und die Verbreitung von Kreislaufpraktiken gefördert werden kann. (GRI 301)

## Massnahmen zu kreislauforientiertem Bauen

---

Die Post hat die «Charta kreislauforientiertes Bauen» unterzeichnet.

---

Mit der Unterzeichnung der «Charta kreislauforientiertes Bauen» setzt sich die Post zusammen mit dem Bund, der Stadt und dem Kanton Zürich und weiteren Bauauftraggebern der Schweiz für eine kreislauffähige Immobilienwirtschaft ein. Das Ziel der Charta ist es, bis 2030 den Einsatz von nicht erneuerbaren Primärrohstoffen um 50 Prozent zu reduzieren, Treibhausgasemissionen drastisch zu senken und die Kreislauffähigkeit von Sanierungen und Neubauten zu verbessern (→ [immobilien.post.ch/de/nachhaltigkeit/casa-verde](https://immobilien.post.ch/de/nachhaltigkeit/casa-verde)). 2024 wurden 18 Gebäude energetisch saniert und 21 Immobilien mit Minergie- oder DGNB-Zertifikaten ausgezeichnet, mit dem Ziel eines vollständig nachhaltigen Immobilienportfolios. Gemeinsam mit den Partnern ist bis 2026 die Erarbeitung von Aktionsplänen zur Förderung des kreislauffähigen Bauens geplant.

## Massnahmen zur Steigerung der Ressourceneffizienz

Der effiziente Umgang mit Ressourcen wie Abfall, Wasser und Abwasser ist für die Post ein wichtiges Thema. (GRI 306) Um schweizweit ein einheitliches Abfallmanagement aufzubauen, arbeitet die Post mit externen Partnern zusammen. (GRI 306-2) An Standorten mit Umweltrisiken wie Ölabscheidungen oder Explosionen hält sich die Post strikt an die Sicherheitsvorschriften. Umweltmanagementsysteme halten Abfallmanagement-Grundsätze in Konzepten oder Handbüchern fest, sichern die ordnungsgemässe Abfallhandhabung und ermöglichen die laufende Prozessoptimierung durch Mengen- und Kostenüberwachung. (GRI 306-1)

## Massnahmen zur Weiterverwendung von Produkten

Die Post hat Konzepte zur Weiterverwendung von bestimmten Produkten entwickelt und Prozesse zur Umsetzung etabliert. Dazu gehört das Multi-Lifecycle-Konzept der Batterien aus den dreirädrigen Elektrorollern, mit denen die Post Briefe und einen Teil der Pakete zustellt. Auch übernimmt die Post Verantwortung bei der Bekleidung.

---

Nicht mehr verwendbare Batteriezellen kommen in das umweltfreundliche Inhouse Recycling des Herstellers.

---

Die Lithium-Ionen-Batterien der rund 6000 Roller sind kobaltfrei und werden mit Ökostrom aufgeladen. (GRI 301-3) Die Herstellerfirma nimmt die E-Roller nach Ablauf der Lebensdauer zurück und bereitet sie für eine zweite Nutzung durch Privatpersonen oder Postunternehmen im Ausland neu auf. Batterien mit niedrigerer Speicherkapazität können für Energiespeichersysteme genutzt werden, z. B. für Photovoltaik. Nicht mehr verwendbare Batteriezellen kommen in das umweltfreundliche Inhouse Recycling des Herstellers. Mit diesem Multi-Life-Konzept werden die CO<sub>2</sub>-Emissionen und die graue Energie um rund 70 Prozent gesenkt und mindestens 90 Prozent der ganzen Batterie wiederverwertet.

Jedes Jahr stattet die Post 35 000 Mitarbeitende mit rund 252 000 Kleidungsstücken aus. (GRI 301-3) Ausgediente Postkleider dürfen ausserhalb der Post nicht getragen werden, daher werden sie im Rahmen des Upcycling-Projektes «Zweites Leben Post» als Rohmaterial für neue Produkte wie Laptop-taschen und Turnsäckli verwendet. Zudem hat die Post 2024 Einkaufstaschen aus den ausgedienten Blachen der Elektroroller hergestellt. Dazu arbeitet die Post mit dem Schweizerischen Roten Kreuz und der geschützten Werkstätte BEWO zusammen.

## Lärm, Luft- und Lichtemissionen

### Global Reporting Initiative (GRI):

**GRI 305-7** Stickstoffoxide (NO<sub>x</sub>), Schwefeloxide (SO<sub>x</sub>) und andere signifikante Luftemissionen

→ Siehe auch Global-Reporting-Initiative-Index Seite 97

Die Post reduziert ihre Emissionen in Gebäuden und in der Logistikkette.

Lärm, Luft- und Lichtemissionen haben einen direkten Einfluss auf die Lebensqualität, auf die Gesundheit der Bevölkerung und auf die Umwelt. Die Post ist sich der Auswirkungen ihrer Fahrzeugflotte und ihrer Gebäude bewusst und optimiert ihre Prozesse laufend, um die Emissionen zu vermeiden oder zu reduzieren. Sie hält sich an die gesetzlichen Vorgaben und wendet teilweise die Umweltnorm ISO 14001 an.

## Entwicklung der Luftschadstoffemissionen

Die Luftschadstoffemissionen bleiben dank der Elektrifizierung und der daraus folgenden Reduktion von fossilen Treibstoffen im Betrieb konstant, bzw. nehmen leicht ab. **GRI 305-7**

### Luftemissionen

| 2022–2024   | GRI-Referenz | Einheit           | 2022  | 2023  | 2024  |
|---|--------------|-------------------|-------|-------|-------|
| Fluorchlorkohlenwasserstoffe                      | 305-6        | kg FCKW-11 Äquiv. | 0,190 | 0,204 | 0,047 |
| Stickoxide (NO <sub>x</sub> )                     | 305-7        | t                 | 1 789 | 1 714 | 1 639 |
| Schwefeloxide (SO <sub>x</sub> )                  | 305-7        | t                 | 593   | 581   | 561   |
| Nicht-Methan flüchtige Kohlenwasserstoffe (NMVOC) | 305-7        | t                 | 412   | 401   | 389   |
| Feinstaub (PM10)                                  | 305-7        | t                 | 76    | 73    | 72    |

+ Weitere Kennzahlen ab Seite 81

Über die Meldestelle PostCourage können Lieferanten, Betroffene oder andere Anspruchsgruppen Umweltvergehen, z. B. zu Lärm, Luft oder Licht entlang der Lieferkette anonym melden. PostCourage ist per E-Mail oder Telefon erreichbar (siehe Kapitel Verantwortung in der Beschaffung, → Seite 70).

## Massnahmen zu Lärm und Luftschadstoffemissionen

Die Elektrifizierung der Fahrzeugflotte und von Postautos führt durch den sinkenden Verbrauch fossiler Treibstoffe zu abnehmenden NO<sub>x</sub>-Emissionen. Elektrofahrzeuge mit Geschwindigkeiten unter 30 Stundenkilometer sind sehr leise unterwegs. Elektrifizierte Fahrzeuge sind schwerer, was zu mehr Abrieb der Reifen und zu einer erhöhten Freisetzung von Feinstaub führen kann (siehe auch Kapitel Klima → Seite 28).

Die Tourenplanung der Brief- und Paketzustellung werden mit dem Projekt «ZAO\_2030» weiter optimiert und damit Luftschadstoffemissionen reduziert (siehe Kapitel Digitale Produkte und Dienstleistungen → Seite 43–44).

Im Immobilienbereich setzt sich die Post bei Neubauten und Gesamtanierungen für einen nachhaltigen Gebäudestandard ein, der hohe Anforderungen an die Luftqualität im Innenraum stellt. Bei jeder Zertifizierung werden Qualitätsmessungen durchgeführt wie z. B. Formaldehydmessungen. Insgesamt sind 21 Gebäude nach Minergie- und DGNB-Schweiz-Standard (Deutsche Gesellschaft für nachhaltiges Bauen) zertifiziert.

## Massnahmen zu Lichtemissionen

Die Post reduziert Lichtemissionen konsequent: Bei Neubauten und bei Sanierungen wird die neuste LED-Technologie und ein integriertes Lichtmanagementsystem eingesetzt, das die Beleuchtung den tatsächlichen Lichtverhältnissen anpasst. Die Aussenbeleuchtung von Plätzen und Arealen wird durch ein intelligentes Beleuchtungssystem über Bewegungsmelder gesteuert. Blendwirkungen durch reflektierende Elemente wie Glasfassaden oder Photovoltaikanlagen werden so gering wie möglich gehalten. Die Verringerung der Lichtemissionen in der Umgebung ist auch ein Beitrag zum Schutz der Biodiversität (siehe Kapitel Biodiversität → Seite 36).



### Sparrow Analytics und Swiss Post: präzise Luftqualitätsdaten für Schweizer Städte

Sparrow Analytics arbeitet mit der Post zusammen, um der Schweizer Bevölkerung hyperlokale Luftqualitätsinformationen bereitzustellen. Fahrzeuge der Post werden mit patentierten Sensoren ausgestattet, die Luftverschmutzungsdaten auf Strassenebene sammeln und aggregieren. Diese Initiative startet in fünf grossen Städten: Genf, Lausanne, Bern, Basel und Zürich und deckt fast 100 Postleitzahlen und rund 2,3 Millionen Einwohnerinnen und Einwohner ab. Mit der Partnerschaft soll die öffentliche Gesundheit verbessert werden, indem sie der Bevölkerung detaillierte Informationen über die Luftqualität in ihrer unmittelbaren Umgebung zur Verfügung stellt.

## Biodiversität

### Global Reporting Initiative (GRI):

- GRI 304 Managementansatz zu Biodiversität 2016
  - GRI 304-1 Eigene, gemietete und verwaltete Betriebsstandorte, die sich in oder neben Schutzgebieten und Gebieten mit hohem Biodiversitätswert ausserhalb von geschützten Gebieten befinden
  - GRI 304-2 Erhebliche Auswirkungen von Aktivitäten, Produkten und Dienstleistungen auf die Biodiversität
  - GRI 304-3 Geschützte oder renaturierte Lebensräume
- Siehe auch Global-Reporting-Initiative-Index Seite 97

Die Post analysiert die Auswirkungen ihrer Geschäftstätigkeit auf die Biodiversität und plant geeignete Massnahmen.

Der Verlust der Artenvielfalt gilt als eine der vier grössten globalen Krisen der Gegenwart und hat tiefgreifende Auswirkungen auf natürliche und wirtschaftliche Systeme. In einer ersten qualitativen Analyse im Jahr 2023 hat die Post untersucht, wie ihre Geschäftstätigkeiten die Biodiversität beeinflussen, und dabei nicht nur Auswirkungen identifiziert, sondern auch Abhängigkeiten von der Biodiversität analysiert. (GRI 304) Dabei wurden vier wesentliche Bereiche herausgearbeitet: Immobilien, Eigenanlagenportfolio, Beschaffung sowie Waldbewirtschaftung zur CO<sub>2</sub>-Entfernung und -Speicherung aus der Atmosphäre. (GRI 304-2) Aufbauend darauf wurde 2024 eine quantitative Erhebung durchgeführt, um die Erkenntnisse weiter zu untermauern. Im nächsten Schritt, im Jahr 2025, sollen diese vier Bereiche im Rahmen eines Doppelmaterialitätsansatzes vertieft analysiert werden. Die Ergebnisse dieser Analyse werden zeigen, inwiefern Biodiversität für die Post relevant ist und welche Massnahmen angesichts strengerer regulatorischer Anforderungen weiterverfolgt werden sollten.

Bei folgenden vier Bereichen wurde der Einfluss näher analysiert:

### – Immobilien

Die von der Post genutzte Infrastruktur beeinflusst die Biodiversität in der Schweiz kaum. Nur wenige der 2200 Liegenschaften (3 Prozent), die die Post nutzt, liegen direkt oder in unmittelbarer Nähe von Schutzgebieten. Dazu wurde u.a. das Netzwerk Smaragd und die RAMSAR-Konvention beigezogen. Im Jahr 2025 werden diese Liegenschaften weiter analysiert. (GRI 304-1)

Die Post fördert die Biodiversität an ihren Standorten durch naturnahe Flächengestaltung, begrünte Dächer und Bienenkästen. 2024 wurden in Kloten Nisthabitate für Wildbienen geschaffen. Alpakas und alte Schaf- und Ziegenrassen weiden rund um das Briefzentrum Härkingen. Intelligente Beleuchtungen in Distributionszentren reduzieren den schädlichen Lichteinfluss auf Vögel und Insekten. Diese Massnahmen unterstützen die DGNB-Zertifizierung und unterstreichen das Engagement der Post für den Schutz der Biodiversität.

Der Strom für die eigenbetriebenen Filialen und die Elektrofahrzeuge ist «naturemade star»-zertifizierter Ökostrom, der besonders klima- und naturschonend produziert wird. Dieser Ökostrom garantiert die Einhaltung strenger und umfassender ökologischer Vorgaben. Bei dessen Produktion wird Rücksicht auf die Biodiversität genommen.

– **PostFinance**

PostFinance ist 2024 eine Partnerschaft mit ETH BiodivX eingegangen, die Technologien zur Messung der Biodiversität entwickelt, z. B. mit KI oder durch Drohnen gesammelte eDNA. PostFinance unterstützt ETH BiodivX finanziell, mit Knowhow bei der Innovation und Entwicklung des Geschäftsmodells sowie mit Sichtbarkeit und Zugang zu einem Kundennetzwerk. 2025 wird PostFinance ihre Eigenanlagen im Kontext von Biodiversität genauer analysieren.

– **Beschaffung**

In einer ersten groben Analyse wurde festgestellt, dass ein grosser Teil der beschafften Warengruppen nur eine geringe Relevanz in Bezug auf den Artenverlust aufweist. Im Rahmen der Analyse der doppelten Materialität wird das Thema 2025 weiter vertieft.

– **Waldbewirtschaftung**

Im Rahmen der CO<sub>2</sub>-Entnahme und -Speicherung (siehe Kapitel Klima → Seite 31) hat die Post in Thüringen (Deutschland) Teile dreier nahe beieinanderliegender Reviere (Zillbach, Möckers und Rosa) gekauft mit dem Ziel, in Bau- und Nutzholz möglichst viel CO<sub>2</sub> zu speichern. Um diese Kohlenstoffspeicherung zu optimieren, entwickelt die Post zusammen mit der Berner Fachhochschule – Hochschule für Agrar-, Forst- und Lebensmittelwissenschaften (HAFL), der CLB Schweiz GmbH und weiteren Experten eine entsprechende Methodik für naturnahe Waldbewirtschaftung und Holznutzung. Durch eine ganzheitliche Betrachtung des Waldes und seiner Aufgaben (z. B. für die Bevölkerung) soll die Klimaleistung langfristig gesichert werden. Der Erhalt der Biodiversität ist dabei ein wichtiger Treiber. Dessen ist sich die Post als Eigentümerin bewusst und sieht sich hier in der Verantwortung.

---

Zusammen mit Experten entwickelt die Post eine Methodik für naturnahe Waldbewirtschaftung und Holznutzung.

---



**Bewirtschaftung der erworbenen Forstflächen durch CDR-Services Deutschland GmbH**

Für die Bewirtschaftung der erworbenen Forstflächen verfolgt die Post ein Konzept, das ökologische, ökonomische und soziale Aspekte berücksichtigt. Der Wald wird nachhaltig bewirtschaftet und wirtschaftlich genutzt. Nebst der langfristigen Steigerung der Klimaleistung wird auch auf die Erhaltung und Förderung der Artenvielfalt im Wald geachtet. Um ein stabiles Ökosystem zu schaffen, werden verschiedene Baum- und Pflanzenarten gefördert. Dabei werden bei der Holzentnahme zum Beispiel sogenannte Habitatbäume stehen gelassen, die von Tieren genutzt werden können. Mitten im rund 1400 Hektar grossen Zillbacher Forst liegt ein 44 Hektar grosses Naturschutzgebiet, das nur unter Berücksichtigung von strengsten Auflagen bewirtschaftet werden darf. (GRI 304-3) Einige Hektaren sind dabei als Totalreservat ausgewiesen. Zudem gibt es grössere Freiflächen Grasland mitten in den Revieren.

Im Zillbacher Forst sollen sich auch Tiere heimisch fühlen. Der Naturschutzverband NABU Thüringen hat 2024 das Zillbacher Revier als NABU-Luchswald ausgezeichnet. Das Zertifikat bestätigt, dass der Wald aufgrund seiner Baumstruktur auf 1400 Hektaren besonders gute Bedingungen für Luchse aufweist. Auch dienen die erworbenen Wälder als Erholungs- und Bildungsraum.

# Kundinnen und Kunden

|   |    |
|---|----|
| Kundenzentrierung und Relevanz für die Kundinnen und Kunden | 40 |
| Digitalisierung und Innovation                              | 43 |
| Cybersecurity und Digitalethik                              | 45 |



**Juli 2021**  
Die Umbauarbeiten für ein **neues regionales Paketzentrum** in Rümlang beginnen.

**Januar 2022**  
Allzeitrekord: 2021 stellte die Post in einem Jahr mehr als **200 Millionen Pakete** zu.

**Juni 2021**  
**ePost App lanciert:** Damit können Unternehmen Post digital empfangen.

**November 2021**  
Die Post lanciert die **erste Schweizer Krypto-Briefmarke**.

**September 2022**  
Netzöffnung: Als **erste Partnerinnen** ziehen zwei **Krankenversicherungen in den Filialen** ein.



Zu den Kundinnen und Kunden der Post zählen bald 9 Millionen Privatpersonen und Hunderttausende Unternehmen. Sie alle sollen die Kontakte mit der Post positiv erleben. Deshalb gestaltet die Post Produkte, Dienstleistungen und Zugangspunkte gezielt aus der Sicht der Kundinnen und Kunden. Die Post will die Digitalisierung nutzen, um ihre Zukunftsfähigkeit als kundenorientierte Dienstleisterin zu sichern. Sie treibt deshalb Innovationen in allen Konzernbereichen voran. Der sichere und vertrauenswürdige Umgang mit Daten hat für die Post höchste Priorität. Deshalb investiert sie in neue Technologien und Prozessverbesserungen und bietet Unternehmen unter anderem eine schlagkräftige Abwehr gegen Cyberbedrohungen. Im Bereich Digitalethik nimmt die Post eine Vorreiterrolle ein und sensibilisiert für das Thema.

#### Obligationenrecht Art. 964b

Dieses Kapitel behandelt die folgenden Themen in Anlehnung an die Bestimmungen von OR 964b: Sozialbelange, Umweltbelange.

➔ Siehe auch Global-Reporting-Initiative-Index Seite 97

#### Juni 2023

Das **Klimaziel** der Post erhält das **SBTi-Gütesiegel**.

Das **Nachhaltigkeitsengagement** wird mit der schweizweiten Kommunikationskampagne **#GelbGrün** sichtbar.

#### Juli 2023

Mit der Übernahme von **Hacknowledge** stärkt die Post ihre **Kompetenzen** im Bereich **Cybersecurity**.

#### Mai 2024

Kundenzentrierung: Die Post startet das konzernweite Programm **Kundenwissen**.

#### Dezember 2024

Der digitale Eröffnungsservice für **das elektronische Patientendossier** ist neu schweizweit verfügbar.

#### April 2023

Anlässlich des 175-Jahr-Jubiläums **erneuert die Post ihr Logo**.

#### Juni 2024

Ein Jahr **E-Voting**: Die Stimmen in der elektronischen Wahlurne waren **jederzeit sicher**.

---

## Kundenzentrierung und Relevanz für die Kundinnen und Kunden

### Global Reporting Initiative (GRI):

GRI 416 Managementansatz zu Kundengesundheit und -sicherheit 2016

→ Siehe auch Global-Reporting-Initiative-Index Seite 97

---

Durch Kundenzentrierung differenziert sich die Post von ihren Mitbewerbern.

---

Um auch in Zukunft erfolgreich zu sein, muss sich die Post von ihren Mitbewerbern differenzieren: Sie tut dies durch Kundenzentrierung. Die Post ist überzeugt, dass positive Erlebnisse der Schlüssel zu langfristigen Kundenbeziehungen sind. Die Post ist eine wichtige Akteurin in der Schweizer Wirtschaft und bietet eine Vielzahl von Dienstleistungen, die auf die Bedürfnisse ihrer unterschiedlichen Kundengruppen zugeschnitten sind.

Für Privatkundinnen und -kunden bietet die Post an rund 5000 physischen Zugangspunkten sowie digital über das Portal post.ch und Apps Dienstleistungen wie Brief- und Paketversand, Finanzdienstleistungen sowie digitale Services, E-Post und sichere Cloudspeicher (Tresorit) und seit 2024 auch ein «gelbes» Mobilfunkangebot an. Zu den Kundinnen und Kunden im Personenverkehr gehören über 470 000 Pendlerinnen und Pendler, Schüler, Freizeitreisende und Touristen, die täglich mit dem Postauto auf schweizweit fast 1000 Buslinien mit mehr als 11 000 Haltestellen reisen. Mit einer Netzlänge von über 18 000 Kilometern ist PostAuto führend im Personenverkehr auf der Strasse.

Geschäftskunden profitieren von Logistiklösungen, E-Commerce-Dienstleistungen, physischen und digitalen Kommunikationslösungen, Werbesendungen, Mobilitätslösungen im Drittkundengeschäft sowie Geschäftskonten und Zahlungsverkehr über PostFinance. Die Post verarbeitet jährlich Millionen Pakete und bietet spezialisierte Logistiklösungen für Unternehmen an. Ebenso sorgt die Post für ein positives Kundenerlebnis bei der Zustellung und unterstützt damit ihre Geschäftskunden, deren Customer Journey end-to-end kundenzentriert zu gestalten (B2B4C). Im Rahmen der Netzöffnung geht die Post Partnerschaften mit Unternehmen und Institutionen aus ausgewählten Branchen ein und bietet ihnen damit die Möglichkeit, ihr physisches Netz an Zugangspunkten für ihre Kunden aufrechtzuerhalten oder auszubauen.

Für Behörden stellt die Post sichere Kommunikationslösungen, Dokumentenmanagement und spezialisierte Logistikdienste bereit. Mit einem dichten Filialnetz bietet die Post umfassende Dienstleistungen für öffentliche Institutionen an. Für den Personenverkehr auf der Strasse definiert PostAuto mit den öffentlichen Bestellern (Kantone, Gemeinden) das Angebot und beteiligt sich an der Finanzierung.

## Marktorientierte Kundenerlebnisse gestalten

---

Die Post berücksichtigt Nachhaltigkeitsaspekte bei der Angebotsentwicklung.

---

Mit einem Customer Experience Management System (CEM) und einem User Experience Management (UX) für digitale Angebote stellt die Post sicher, dass die Kontaktpunkte für die Kunden positiv gestaltet sind. Kundinnen und Kunden werden frühzeitig in den Gestaltungsprozess einbezogen. Unter dem Label «early» haben sie die Möglichkeit, neue Produkte und Dienstleistungen bereits in einer frühen Phase zu testen. Ein Verantwortungskompass hilft, Nachhaltigkeitsaspekte in die Entwicklung neuer Angebote zu integrieren. Bis 2025 soll der Kompass an die strategischen Ambitionen angepasst und in bestehende Projektmethodiken integriert werden.

2024 hat die Post kommuniziert, trotz verändertem Kundenverhalten und Rückgängen im Schaltergeschäft ein starkes Netz beizubehalten. Bis Ende 2028 soll das Netz aus 2000 bedienten Standorten bestehen, aus 600 eigenen und 1400 Partnerfilialen. Die Post investiert über 100 Millionen Franken in Filialen, neue Formate und Mitarbeitende, um weiterhin ein zeitgemässes Angebot an Zugangspunkten für ihre Kundinnen und Kunden sicherzustellen.

Um mehr über die Zufriedenheit und Bedürfnisse der Fahrgäste im Personenverkehr zu erfahren und das Angebot entsprechend weiterzuentwickeln, setzt die Post seit September 2024 ein Kundenpanel ein. Über 1000 ausgewählte Kundinnen und Kunden werden regelmässig befragt. Die Ergebnisse fliessen direkt in die Planung und Angebotsgestaltung ein.

## Kundenresonanz im Mittelpunkt

Die Kundinnen und Kunden sind zufrieden mit der Post.

Die Post führt jährlich eine Zufriedenheitsbefragung bei Kundinnen und Kunden durch und leitet daraus laufend Verbesserungen ab. Insgesamt wurden rund 20 000 Kundinnen und Kunden befragt, davon rund 5000 Geschäftskunden.

Die Gesamtzufriedenheit der 2024 befragten Kundinnen und Kunden beträgt 76 von 100 Punkten. Diese ist im Vergleich zum Vorjahr unverändert. Dies zeigt: Es gelingt der Post, ihre Leistungen den Kundenbedürfnissen entsprechend zu gestalten.

### Kundenzufriedenheit

| 2022–2024                       | GRI-Referenz | Einheit       | 2022 | 2023 | 2024 |
|---------------------------------|--------------|---------------|------|------|------|
| Gesamtzufriedenheit             |              | Index (0–100) | 76   | 76   | 76   |
| Grosskundinnen und -kunden      |              | Index (0–100) | 77   | 75   | 77   |
| Kleine und mittlere Unternehmen |              | Index (0–100) | 72   | 74   | 72   |
| Privatkundinnen und -kunden     |              | Index (0–100) | 78   | 77   | 77   |

➕ Weitere Kennzahlen ab Seite 81

Bei Privatkundinnen und -kunden liegt die Zufriedenheit bei 77 Punkten und ist damit gegenüber dem Vorjahr ebenfalls stabil geblieben. Besonders zufrieden sind die Privatkundinnen und -kunden mit der Qualität der angebotenen Leistungen sowie der Verständlichkeit der Informationen.

Die Gesamtzufriedenheit von kleinen und mittleren Unternehmen liegt bei 72 Punkten. Im Vergleich zum Vorjahr ist die Zufriedenheit um 2 Punkte gesunken. Diese negative Entwicklung ist einerseits auf die umgesetzten Preissmassnahmen sowie andererseits auf die Kommunikation zur Reduktion der eigenbetriebenen Filialen zurückzuführen.

Die Zufriedenheit der Grosskundinnen und -kunden ist im Vergleich zum Vorjahr um 2 Punkte auf 77 Punkte gestiegen. Diese positive Entwicklung ist durch die hohe Servicequalität einerseits sowie andererseits durch die Investitionen in die Kundenberatung und Problembehandlung erklärbar. Dies zeigt sich auch entsprechend in der Zufriedenheit: Besonders zufrieden sind die Grosskundinnen und -kunden mit der Service- und Beratungsqualität.

Neben dieser konzernweiten Kundenzufriedenheitsmessung führen die produkt- und kontaktpunktverantwortlichen Einheiten regelmässig oder zum Teil kontinuierliche Messungen des Kundenerlebnisses durch. Die Ergebnisse dieser Kundenbefragungen fliessen direkt in die Produktoptimierung und die Verbesserung der Kundeninteraktionen ein.

Weiter analysiert die Post vierteljährlich ihre Reputation durch Medienanalysen und Befragungen von Interessengruppen. Die Medienanalyse umfasst Print, Radio, TV und Onlinebeiträge. Die Befragungen erfassen monatlich die Meinungen der Bevölkerung und der Geschäftskunden. Die gewonnenen Erkenntnisse nutzt die Post zur Verbesserung ihrer Kommunikation.

## Umgang mit Kundenanfragen

---

Die Post ist für ihre Kundinnen und Kunden über eine Vielzahl von Kanälen erreichbar.

---

Kundinnen und Kunden können der Post ihre Anliegen rund um die Uhr über diverse Kanäle mitteilen, z. B. über Telefon, Kontaktformular auf der Website, physisch in den Filialen und Verkaufsstellen sowie auch via Social Media und WhatsApp. 2024 haben die Mitarbeitenden des Contact Centers bis zu 130 000 Telefonanrufe entgegengenommen und 40 000 schriftliche Anfragen via E-Mails und das Kontaktformular bearbeitet. Das Contact Center bearbeitet in Spitzenzeiten monatlich bis zu 10 000 Live-Chat- und 35 000 Chatbot-Sessions sowie 4000 WhatsApp-Anfragen und reagiert 4000 Mal auf Anfragen in den sozialen Medien. Die zügige Bearbeitung von Anfragen wirkt sich unmittelbar auf die Zufriedenheit der Kundinnen und Kunden aus. Deshalb setzt die Post alles daran, Anfragen im Contact Center umgehend zu beantworten.

## Sicherheit der Kundinnen und Kunden

---

Sicherheit hat für die Post höchste Priorität.

---

Die Sicherheit von Mensch, Infrastruktur und Umwelt hat für die Post höchste Priorität. Durch einen ganzheitlichen Ansatz stellt die Post sicher, dass die Sicherheit von Waren, Personen und digitalen Daten stets gewährleistet ist. (GRI 416) Bereichsspezifische Mitarbeitende werden regelmässig zu sicherheitsrelevanten Themen geschult.

Im Bereich der Waren gewährleistet die Post die sichere Lagerung und den Transport gefährlicher Güter gemäss den gesetzlichen Vorgaben. Gefahrgutbeauftragte und die Konzernsicherheit pflegen das Managementsystem innerhalb der Post und überwachen die Einhaltung der Vorschriften mittels Audits und Kontrollen. An den Flughäfen Zürich und Genf verfügt die Post zudem über die erforderlichen Zulassungen des Bundesamtes für Zivilluftfahrt (BAZL).

Im Bereich der Personensicherheit befolgt PostAuto zwei Sicherheitsrichtlinien, die vom Bundesamt für Verkehr (BAV) überprüft werden: eine für Fahrzeugverantwortliche und eine für das Fahrpersonal. Unfälle werden zentral erfasst und dem BAV gemeldet. (GRI 416-2) Datenanalysen helfen, präventive Massnahmen zu ergreifen wie die Sensibilisierung des Fahrpersonals für vorausschauendes Fahren. Die Sicherheit der Fahrgäste und Mitarbeitenden wird durch regelmässige interne Kampagnen gewährleistet.

In Bezug auf die digitale Sicherheit setzt die Post auf umfassende Massnahmen zum Schutz der Daten ihrer Kundinnen und Kunden. (GRI 416-2) Dazu gehören moderne Verschlüsselungstechnologien und regelmässige Sicherheitsüberprüfungen. Die Post investiert kontinuierlich in die Verbesserung ihrer Cybersecurity-Infrastruktur, um sich gegen digitale Bedrohungen zu schützen (siehe Kapitel Cybersecurity und Digitaletik, → Seite 45).

---

## Digitalisierung und Innovation

**Global Reporting Initiative (GRI):****GRI 301-3** Wiederverwendete Produkte und ihre Verpackungsmaterialien

→ Siehe auch Global-Reporting-Initiative-Index Seite 97

Die Digitalisierung ist ein zentrales Element der strategischen Ausrichtung der Post. Mit innovativen digitalen Dienstleistungen will sie den steigenden Ansprüchen ihrer Kundinnen und Kunden gerecht werden und ihre Wettbewerbsfähigkeit in einem dynamischen Marktumfeld sichern. Zudem unterstützt sie mit Digitalisierung und Innovation nachhaltige Logistiklösungen.

### Die digitale Transformation der Post

Um ihre digitale Transformation zu unterstützen, hat die Post in IT-Kompetenzen investiert und Expertinnen und Experten mit Schwerpunkt künstliche Intelligenz angestellt. Die Post testet und nutzt neueste Technologien im betrieblichen Alltag. Beispiele sind Copilot M365 oder die Entwicklung eines Large Language Models. Auch nutzt die Post vielfältige Möglichkeiten zur Effizienzsteigerung.

Die Digitalisierung und die Befähigung der Mitarbeitenden sind entscheidend für den Erfolg der Post. Dazu hat sie konzernweite Befähigungsmassnahmen wie das Digital Champion Programm weiter umgesetzt. Sogenannte Digital Champions nehmen eine Schlüsselrolle bei der internen Verbreitung von digitalen Innovationen ein (siehe Kapitel Ausbildung und Entwicklung der Mitarbeitenden, → Seite 61). Mit diesen Massnahmen nimmt die Post eine Vorreiterrolle in der digitalen Transformation ein.

Die digitale Transformation erfordert von der Post einen Innovationsansatz, der auf die strategischen Ziele abgestimmt ist. Ziel ist die langfristige Entwicklung des Konzerns mit einer auf die Zukunft und die Kundenbedürfnisse ausgerichteten Vision. Dazu sucht die Post mit Start-ups oder Hochschulen nach Geschäftsmöglichkeiten und arbeitet mit kreativen Methoden wie Design Thinking.

### Digitale Produkte und Dienstleistungen

Die Post will die Digitalisierung nutzen, um als moderne und kundenorientierte Dienstleisterin ihre Zukunftsfähigkeit zu sichern. Dafür digitalisiert sie ihre Logistikprozesse. Ein Beispiel: Die Post arbeitet an einer dynamischen Tourenplanung, die Mengenschwankungen, Verfügbarkeit und Bedarf von Personal und Fahrzeugen berücksichtigt. Weiter betreibt die Post in Villmergen ein hochautomatisiertes und multifunktionales Logistikzentrum. Hier erhalten Geschäftskunden Fulfillmentlösungen (Beschaffung, Annahme, Lagerung, Kommissionierung, Transport und Zustellung von Waren). Das Logistikzentrum ist von Swissmedic zertifiziert und verfügt über eine kontrollierte Temperaturführung. Damit ist die Post in der Lage, Waren für Kunden aus dem Gesundheitswesen zu lagern, umzupacken und Sets oder Verbrauchsmaterial für Operationen zusammenzustellen.

Die Post setzt auf innovative digitale Dienstleistungen, um den Alltag ihrer Kundinnen und Kunden zu erleichtern. Dazu investiert sie in digitale Services wie E-Voting und das elektronische Patientendossier. Der digitale Briefkasten ePost ermöglicht die effiziente Erledigung von administrativen Arbeiten. 2024 erwarb die Post die Aktienmehrheit an der Diartis Gruppe, um ihre Dienstleistungen im Bereich Behördenkommunikation zu stärken.

---

Die Digitalisierung und die Befähigung der Mitarbeitenden sind entscheidend für den Erfolg der Post.

---

Durch den Einsatz von künstlicher Intelligenz (KI) bietet die Post personalisierte Textvorschläge für Briefe und nutzt Chatbots sowie Voice-to-Text-Technologien im Kundendienst. Robotic Process Automation (RPA) wurde in über 80 Prozessen implementiert, um Aufgaben wie die Bearbeitung von Verzollungsunterlagen zu automatisieren und grosse E-Commerce-Anbieter bei der Datenanalyse und Sendungsverfolgung zu unterstützen. Bei den Flottendienstleistungen bearbeitet ein KI-gestützter Prozess die jährlichen Verkehrssteuerrechnungen für 25 000 Fahrzeuge.

In der Spitallogistik kommen Roboter zum Einsatz, die in Krankenhäusern wie dem Stadtspital Triemli in Zürich medizinisches Verbrauchsmaterial autonom verteilen und entsorgen. Zudem bietet die Post mit Tresorit sichere Cloudspeicher- und Filesharing-Lösungen für die geschäftliche und private Nutzung an. Diese digitalen Innovationen zeigen, wie die Post durch Technologie ihre Dienstleistungen verbessert und neue, kundenfreundliche Lösungen entwickelt.



#### Effizientere Arbeitsprozesse durch Computer Vision

Um die Sortierung von Briefen und Paketen zu optimieren, Datenlücken zu schliessen und die Planung von Ressourcen zu verbessern, setzt die Post in ihren Sortierzentren die KI-basierte Technologie Computer Vision ein. Dazu nutzt sie Kameras, die bisher zur Erkennung von Maschinenausfällen dienen. Das System analysiert die Videodaten nahezu in Echtzeit und erkennt zum Beispiel, wann eine Pakettrutsche voll ist. Abläufe können so effizienter gestaltet werden. Die Privatsphäre der Mitarbeitenden bleibt jederzeit geschützt. Die Post setzt Computer Vision mit dem ETH-Spin-off Flink um und plant, die Technologie ab 2025 in ersten Projekten einzusetzen.

## Kreislauffähige Logistiklösungen zur Ressourcenschonung

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

Mit ihrem Logistiknetz unterstützt die Post Unternehmen bei der Umsetzung kreislauffähiger Lösungen: Die Zustellerinnen und Zusteller fahren mit Elektrofahrzeugen an sechs Tagen pro Woche praktisch jeden Haushalt an und können Waren wie PET-Flaschen oder Nespressokapseln bringen oder abholen. Mit ihrem kreislauffähigen Retourenprozess unterstützt die Post ihre Geschäftskunden bei der Reduktion der Treibhausgasemissionen entlang der Wertschöpfungskette (Scope 3). Die Filialen stehen als Abgabe- oder Abholstelle für Sharing- oder Leasing-Produkte zur Verfügung.

Dem stark steigenden Verbrauch von Verpackungsmaterial im E-Commerce will die Post mit Mehrwegverpackungen oder -behältern unterschiedlicher Art entgegenwirken: Kickbag ist eine Versandtasche aus recykliertem PET, die mehr als 30 Mal wiederverwendet werden kann. Die Dispobox aus schlagfestem Kunststoff ist in sieben Grössen erhältlich und kann bis zu 360 Mal wiederverwendet werden. Das in acht Grössen erhältliche PostPac ist die Mehrwegbox aus Recyclingkarton für Privat- und Geschäftskunden. [GRI 301-3](#)

Die Post bietet effiziente Logistiklösungen für die besonderen Anforderungen im Umgang mit Arzneimitteln und Medizinprodukten an. In Partnerschaft mit ihren Konzerngesellschaften Steriparc SA, Steriplus AG und Stericenter SA bietet sie Lösungen zur Aufbereitung, Logistik und Sterilisation von medizinischen Instrumenten in der Gesundheitsbranche an. Mit dem Projekt «BEH Backend Health (BEH)» unterstützt die Post die zentrale Materialbewirtschaftung im Gesundheitswesen. Ein Beispiel: Spitäler lagern den Einkauf von medizinischen Einwegartikeln (z. B. Handschuhe, Operationsbesteck) und Sterilgut an die Post aus. Das BEH stellt die dafür notwendige IT-Infrastruktur zur Verfügung.

## Partnerschaften und Zusammenarbeit

Mit Partnerschaften stärkt die Post ihre Innovationsfähigkeit.

Durch die Partnerschaften mit Start-ups und Hochschulen erhält die Post Zugriff auf externes Fachwissen, sichert sich den Zugang zu neuen Technologien und Märkten und kreiert dadurch neue Geschäftsmodelle und Einnahmequellen. Sie teilt so Risiken und Kosten mit externen Partnern und reduziert die mit Innovationsprozessen verbundenen Unsicherheiten. Über die konzernweite Initiative «Post Academia» erhalten Studierende in Studien- und Projektarbeiten Einblicke in die Wirtschaft und lernen die Post als Arbeitgeberin kennen.

Die Post pflegt akademische Partnerschaften, zum Beispiel mit der Eidgenössischen Technischen Hochschule Zürich (ETHZ), der Universität Freiburg und der Eidgenössischen Technischen Hochschule Lausanne (EPFL). Gemeinsam mit der EPFL, der Stadt Sitten, dem Kanton Wallis und der Fachhochschule Westschweiz (HES-SO) hat die Post das Mobility Lab in Sitten aufgebaut. Es bietet eine Testumgebung für Innovationsprojekte im Mobilitätsbereich.



**Innovative Mobilität: PostBus und Sion elektrifizieren Busflotte**

Das vom Klimafonds der Post unterstützte Projekt «E-Sandbox Sion» entwickelt und testet praxistaugliche Lösungen für die Elektrifizierung der Postautoflotte. In Zusammenarbeit mit PostAuto stellte die Stadt Sitten Anfang 2025 die Stadtbusflotte auf Elektroantrieb um. Das Mobility Lab nutzt dieses Projekt, um die Optimierung der Ladevorgänge, die Integration erneuerbarer Energien und die Skalierung von Ladeinfrastruktur zu erforschen. Partner wie die Hochschule Luzern HSLU, die HES-SO Valais-Wallis, die ETH Zürich, die IVU Traffic Technologies AG und die HESS AG bringen ihr Fachwissen ein, um die Zukunft der Mobilität nachhaltig zu gestalten.

## Cybersecurity und Digitaethik

Der sichere und vertrauenswürdige Umgang mit Daten hat für die Post höchste Priorität. Sie investiert deshalb in neue Technologien und kontinuierliche Prozessverbesserungen. Sie befähigt ihre Mitarbeitenden zu den Themen Cybersecurity und Digitaethik und pflegt mit ihren Kundinnen und Kunden einen offenen und transparenten Umgang zu diesen Themen.

### Cybersecurity

Der technologische Wandel ermöglicht es der Post, die Sicherheitsarchitektur grundlegend zu vereinfachen und zum Beispiel dynamisch mit unterschiedlichen Identitäten und Sicherheitsstufen umzugehen. Neue Technologien bringen aber auch neue Herausforderungen mit sich: So macht die aufkommende Quantentechnologie heutige Verschlüsselungsverfahren brüchig. Unabhängig von der Technik sind unsere Mitarbeitenden das stärkste Glied in der Kette. Der Fokus der Post liegt auf ihrer Befähigung.

Die Post lebt ihre Sicherheitskultur mutig und bleibt ein Vorbild für andere Unternehmen. Sie versteht sich als Stadt, in der alle miteinander sicher zusammenarbeiten können und nicht als abgeschottetes Grundstück. Mit diesem Verständnis inspiriert die Post andere Unternehmen im digitalen Ökosystem der Schweiz und legt so die Basis für zusätzliche Geschäftsmöglichkeiten, nicht zuletzt auch im Bereich der Cybersecurity selbst. Es bleibt das Credo der Post, dass sie mit ihrer Kommunikation auch die Reputation des Unternehmens schützt. Auch und gerade bei Cybervorfällen ist auf die Post Verlass.

Bei Vorfällen im Zusammenhang mit Cybersecurity ist auf die Post Verlass.

**Cybersecurity**

| 2022–2024  | GRI-Referenz | Einheit | 2022 | 2023 | 2024 |
|--|--------------|---------|------|------|------|
| Erfolgreiche Datendiebstähle durch Hacking oder Malware-Angriffe | 418-1        | Anzahl  | 0    | 0    | 0    |

Weitere Kennzahlen ab Seite 81

---

Die Sicherheitsstrategie umfasst alle Dimensionen – Geschäft, Mensch und Technologie.

---

Die Post lässt sich seit mehreren Jahren in wichtigen Bereichen nach international anerkannten Standards zertifizieren. Dazu gehören unter anderem folgende ISO-Normen: ISO 27001 für ein Informationssicherheits-Managementsystem (ISMS) und ISO 20000-1 für Service Management in der Informatik.

2024 hat die Post die Cyberrisiken konzernweit neu bewertet. Die grössten Risiken bestehen beim Kartengeld von PostFinance und in der Logistik bei der Robustheit der Sortieranlagen gegenüber Cyberangriffen. Für beide Themen hat die Post angemessen in Gegenmassnahmen investiert.

Die Post war auch 2024 Ziel von Angriffen, insbesondere von kriminellen Organisationen oder politisch motivierten Akteuren, zum Beispiel im Umfeld des Ukraine-Friedensgipfels auf dem Bürgenstock. Sämtliche Attacken konnten dank gut trainierten Security Operations Teams abgewehrt werden, ohne dass Schaden für Kundinnen und Kunden oder das Unternehmen selbst entstand.

Um die Sicherheit ihrer digitalen Dienstleistungen und Produkte auf höchstem Niveau zu halten, nutzt die Post seit 2019 ein Bug-Bounty-Programm. So prüft sie, wie sicher ihre digitalen Dienstleistungen sind und wie sie diese noch besser schützen kann. Seit November 2024 ist die ganze Domain → post.ch für das öffentliche Bug-Bounty-Programm freigegeben. Die Post baut damit ihre Pionierrolle aus.

Der wichtigste Schutz der Post sind ihre achtsamen Mitarbeitenden. Durch Pflichtschulungen und Awareness-Kampagnen wird das Bewusstsein für Risiken erhöht. Neue Mitarbeitende absolvieren beim Stellenantritt eine Cybersecurity-Schulung, die jährlich wiederholt wird. Über 100 Cybersecurity-Spezialistinnen und -Spezialisten und freiwillige Security Champions engagieren sich für die Sicherheit, wodurch Cybersecurity früh im Produktentwicklungszyklus berücksichtigt wird.

Die Post pflegt enge Kontakte zu Schweizer Hochschulen und engagiert sich beim Swiss Hacking Challenge für junge Talente. Im Rahmen des Projekts «Students4Security» erhielten Schülerinnen und Schüler Einblick in die Welt der Cybersecurity und konnten ihre Fähigkeiten testen. Darüber hinaus forscht die Post aktiv mit Hochschulen wie der ETH und EPFL an den Zukunftsthemen der Cybersecurity. Beispiele: Nachhaltiges digitales Vertrauen, quantensichere Kryptografie oder die Robustheit von Systemen der künstlichen Intelligenz.

Die Post gestaltet als Treiberin für eine vernetzte digitale Schweiz die digitale Kommunikation mit. Damit sich Sender und Empfänger auch in der digitalen Welt sicher bewegen können, baut die Post das Cybersecurity-Angebot für ihre Kundinnen und Kunden weiter aus. Deshalb hat sie 2024 die Cybersecurity-Spezialistin Open Systems AG übernommen. Das Zürcher Unternehmen schützt mit einem einzigartigen Servicekonzept und einer eigenen Plattform den Datentransfer und die IT-Netzwerke von global tätigen Unternehmen.



#### Schlagkräftige Abwehr gegen Cyberbedrohungen

Die Zahl der Cyberangriffe in der Schweiz nimmt stetig zu: Bis zu 2500 Meldungen pro Woche gehen beim Bundesamt für Cybersecurity (BACS) ein. Um den Kundenbedürfnissen nach sicherer Interaktion und Informationssicherheit gerecht zu werden, schliesst die Post ihre beiden Cybersecurity-Spezialistinnen terre-Active und Hacknowledge zur Swiss Post Cybersecurity AG zusammen. Mit über 150 Fachleuten und modernen Security Operations Centers bietet die Post damit mittleren und grösseren Unternehmen sowie Institutionen eine schlagkräftige Abwehr gegen Cyberbedrohungen.



## Digitaletik

Digitaletik ist eine junge Disziplin, die sich mit moralisch-ethischen Fragen in der digitalen Welt befasst. Die Post will hier eine Vorreiterrolle einnehmen und für das Thema ein Bewusstsein schaffen.

---

Die Post hat digital-ethische Werte und Prinzipien definiert.

---

Die Post hat digitaletische Werte und Prinzipien definiert, die über die gesetzlichen Anforderungen wie z. B. das Schweizer Datenschutzgesetz hinausgehen. Im Bereich der künstlichen Intelligenz, zu der es in der Schweiz noch keine spezifischen Regelungen gibt, leistet die Post einen wesentlichen Beitrag zum vertrauenswürdigen Umgang mit neuen Technologien.

### Zertifizierungsprozess als Chance

Die Zertifizierungen helfen intern, das Verständnis zum Thema zu stärken und Abläufe zu verankern; extern stärken sie die Glaubwürdigkeit und die Aufmerksamkeit. Die Post trägt aktuell zwei Labels, die für Vertrauenswürdigkeit im digitalen Raum stehen:

- das Digital Trust Label für die Onlinedienstleistung «Meine Sendungen», vergeben von der Swiss Digital Initiative (seit 2023)
- das Data Fairness Label für den Umgang mit Daten und Auswertungen in den Dienstleistungen «Data & Analytics» im Werbemarkt, vergeben von Swiss Insights (seit 2024).

### Leitfaden Digitaletik

2024 hat die Post den Leitfaden Digitaletik entwickelt, der die Herangehensweise nach dem Prinzip «Ethics by Design» unterstützt (→ Seite 47). Mit dem Leitfaden möchte die Post erreichen, dass die Mitarbeitenden bei der Entwicklung neuer Dienstleistungen und Angebote stets die digitaletischen Leitplanken des Konzerns im Auge behalten.

Die Post legt grossen Wert auf die Befähigung und Sensibilisierung ihrer Mitarbeitenden zu digital-ethischen Themen. 2024 haben mehrere Hundert Mitarbeitende Onlineschulungen zu Digitaletik und verantwortungsvollem Umgang mit KI abgeschlossen. Zudem engagiert sich die Post in Communities wie der Data Fairness Community, um externe Perspektiven und Feedback zu ethischen Fragen zu erhalten.

Um Digitaletik in Gesellschaft und Wirtschaft zu verankern, arbeitet die Post mit Hochschulen zusammen, hält Gastvorträge und unterstützt Masterarbeiten. Zudem arbeitet sie mit im Projekt «Swiss Digital Ethics Compass», das von Innosuisse, der Schweizer Agentur für Innovationsförderung, unterstützt wird. Ziel dieses Projekts: Ethische Aspekte sollen in verschiedenen Anwendungsfällen thematisiert werden.

# Mitarbeitende

|  |    |
|--|----|
| Personalpolitik und strategische Stossrichtungen           | 50 |
| Unternehmenskultur und Responsible Leadership              | 51 |
| Rekrutierung und Bindung der Mitarbeitenden                | 53 |
| Gesundheit, Sicherheit und Wohlbefinden der Mitarbeitenden | 55 |
| Diversität, Chancengerechtigkeit und Inklusion             | 58 |
| Ausbildung und Entwicklung der Mitarbeitenden              | 61 |
| Dialog mit Mitarbeitenden und Arbeitnehmendenvertretungen  | 64 |



**August 2021**  
Start des **Leadership-Programms «en viadi»**.

**Mai 2022**  
Logistik-Services startet das Programm **«Andiamo!»** zur Optimierung der Rekrutierung, Entwicklung und Bindung von Mitarbeitenden.

**Dezember 2022**  
Einführung der **Arbeitgebermarke** «Mit dir – mach die Zukunft gelb».

**Juni 2021**  
Erstmalige Durchführung der **Lohnvergleichsanalyse**, gestützt auf das revidierte Gleichstellungsgesetz.

**Dezember 2021**  
Der Verwaltungsrat verabschiedet die **überarbeitete Personalpolitik** der Post.

**August 2022**  
Die **Berufslehre «Entwicklerin/Entwickler digitales Business EFZ»** wird zum ersten Mal ausgeschrieben.

Der Arbeitsmarkt in der Schweiz befindet sich im Wandel: Der Fachkräftemangel wird durch die Pensionierungswelle der Babyboomer-Generation verstärkt, und die Digitalisierung erfordert eine ständige Anpassung und Weiterentwicklung der Kompetenzen. Die Post beschäftigt in der Schweiz rund 45 000 Personen in über 100 Berufen. Als drittgrösster Ausbildungsbetrieb ermöglicht sie jungen Menschen den Einstieg ins Berufsleben. Damit alle für die Anforderungen der Arbeitswelt von heute und morgen gerüstet sind, investiert die Post in die Aus- und Weiterbildung ihrer Mitarbeitenden. Sie bietet ein wertschätzendes Umfeld, unterstützt die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben und fördert die physische und psychische Gesundheit. Bei der Post stehen Entwicklungsmöglichkeiten allen offen, unabhängig von Geschlecht, Sprache, Herkunft oder anderen persönlichen Merkmalen.

#### Obligationenrecht Art. 964b

Dieses Kapitel behandelt die folgenden Themen in Anlehnung an die Bestimmungen von Art. 964b (OR): Sozialbelange, Arbeitnehmerbelange sowie Achtung der Menschenrechte

➔ Siehe auch Global-Reporting-Initiative-Index Seite 97

#### Juni 2023

Die Verhandlungen für den **GAV Zustellung Schweiz** sind erfolgreich abgeschlossen.

#### Februar/März 2023

Digitale Kompetenzen: «**Digital Champion Programm**» und «**Citizen Development Programm**» werden gestartet.

#### August 2023

**PostFestival** für die Mitarbeitenden anlässlich des **Jubiläums 175 Jahre Post**.

#### März 2024

Die Onlineplattform «**StayFit**» wird schweizweit mit einer **anonymen Chat-Funktion** ausgerollt.

#### Mai 2024

«**Attraktiv für Mitarbeitende**» wird für den Konzern Post eine von sieben **strategischen Ambitionen**.

#### März 2024

Mit dem Programmauftrag für die Umsetzung «**Future PERSY**» lanciert die Post die **digitale Anbindung** ihrer **Tochtergesellschaften**.

---

## Personalpolitik und strategische Stossrichtungen

### Global Reporting Initiative (GRI):

GRI 2-30 Tarifverträge

GRI 401 Managementansatz zu Beschäftigung 2016

→ Siehe auch Global-Reporting-Initiative-Index Seite 97

---

Die Personalpolitik der Post ist fortschrittlich und sozialverantwortlich.

---

Gemäss den personalpolitischen Zielen des Eigners soll die Post eine fortschrittliche und sozialverantwortliche Personalpolitik verfolgen, attraktive Anstellungsbedingungen bieten, die gleichzeitig die Wettbewerbsfähigkeit der Post sicherstellen, und sich mit geeigneten Massnahmen für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf engagieren. Entlang dieser Ziele hat die Post ihre Personalpolitik 2021 umfassend überarbeitet.

Um den wichtigsten Herausforderungen auf dem Arbeitsmarkt zu begegnen, identifiziert und bewertet die Post jährlich strategische Risiken und Chancen. Zwei Risiken sind aus Personalsicht besonders bedeutend: der qualitative und quantitative Fachkräftemangel (siehe Kapitel Rekrutierung und Bindung der Mitarbeitenden, → Seite 53 und Kapitel Gesundheit, Sicherheit und Wohlbefinden der Mitarbeitenden, → Seite 55) sowie die Herausforderungen in Bezug auf die Gesundheit der Belegschaft. Dazu definiert die Post entlang ihrer strategischen Stossrichtungen Kennzahlen und ergreift Massnahmen. GRI 401

Massnahmen zu Gesundheit, Sicherheit und Wohlbefinden helfen dabei, die generellen Herausforderungen zu meistern, denen die Post – und auch andere Organisationen – in diesen Bereichen gegenüberstehen (siehe Kapitel Gesundheit, Sicherheit und Wohlbefinden der Mitarbeitenden, → Seite 55):

- **Ein stets höheres Durchschnittsalter der Belegschaft:**  
Ältere Mitarbeitende fallen nicht häufiger aus, aber wenn, dann länger.
- **Fachkräftemangel:**  
Körperlich belastendere Tätigkeiten – insbesondere im betrieblichen Umfeld – bergen grundsätzlich Risiken bezüglich Gesundheit.
- **Digitalisierung und wirtschaftlicher Druck:**  
Die Wiedereingliederung von gesundheitlich eingeschränkten Mitarbeitenden wird schwieriger, weil einfache Tätigkeiten wegfallen.
- **Weltgeschehen:**  
Politische Entwicklungen und Umweltkatastrophen beschäftigen viele Mitarbeitende und wirken sich je nach persönlicher Situation negativ auf ihre Gesundheit aus.
- **Mehrbelastung:**  
Durch die Zunahme der krankheitsbedingten Ausfälle müssen insbesondere im Betrieb die verbleibenden Mitarbeitenden für ihre Kolleginnen und Kollegen einspringen. Dies ist eine zusätzliche Belastung.

Mit den Sozialpartnern entwickelt die Post die Anstellungsbedingungen weiter. Rund 84 Prozent der eigenen Mitarbeitenden unterstehen einem Gesamtarbeitsvertrag. Die Arbeitsverhältnisse der übrigen Mitarbeitenden sind für das Kader im Obligationenrecht (OR) geregelt. Selbstständige werden hauptsächlich über Rahmenverträge und über Drittunternehmen engagiert (siehe Kapitel Dialog mit Mitarbeitenden und Arbeitnehmendenvertretungen, → Seite 64). GRI 2-30

## Unternehmenskultur und Responsible Leadership

Mit ihrem modernen Führungsverständnis übernimmt die Post eine Vorbildfunktion.

Die Post versteht sich als Abbild der Gesellschaft und deren Vielfalt. Als eine der grössten Arbeitgeberinnen der Schweiz übernimmt die Post eine Vorbildrolle dank ihren fairen Anstellungsbedingungen und modernem Führungsverständnis. Mit ihrer zukunftsgerichteten Berufsbildung, vielfältigen Tätigkeitsfeldern, zukunftsweisenden Arbeitsmodellen, Entwicklungsmöglichkeiten sowie inklusiven Unternehmenskultur positioniert sich die Post als eine der attraktivsten Arbeitgeberinnen der Schweiz.

### Ziel-Kultur der Post

2020 hat die Post ihre Ist-Kultur hierarchie- und bereichsübergreifend evaluiert und ein konzernweites Zielbild der Unternehmenskultur definiert. Diese drückt sich in den drei Werten «kundenzentriert», «vertrauenswürdig» und «engagiert» aus.

#### – Kundenzentriert – mit Herz, Mut und Verstand

Die Mitarbeitenden der Post eröffnen den Menschen und Unternehmen in der Schweiz neue Möglichkeiten durch innovative, zeitgemässe und relevante Leistungen. Sie gestalten Lösungen konsequent aus der Perspektive der Kundinnen und Kunden. Ihr Handeln ist geprägt durch Unternehmertum, Mut und Herzlichkeit. Sie ringen um die optimale Lösung.

#### – Vertrauenswürdig – von und für Menschen

Die Mitarbeitenden der Post erfüllen die Erwartungen der Kundinnen und Kunden professionell und zuverlässig. Sie schaffen damit bleibende Erlebnisse. Die effiziente und partnerschaftliche Zusammenarbeit und der wertschätzende und respektvolle Umgang – intern wie extern – schaffen Raum für neue Möglichkeiten.

#### – Engagiert – im Kleinen und Grossen

Die Mitarbeitenden der Post handeln verantwortungsvoll und vorausschauend für die Gesellschaft, die Unternehmen, die Umwelt und die Menschen. Sie machen es den Kundinnen und Kunden einfach. Das vernetzte und eigenverantwortliche Handeln ist das Fundament für die ganzheitliche Weiterentwicklung der Post.

### Messung des Fortschritts und Schlussfolgerungen

Die Fortschritte in der Kulturentwicklung und im Führungsverhalten hat die Post im Herbst 2022 und Anfang 2024 mit einer spezifischen Befragung und ergänzenden Workshops gemessen. Zudem wird das Thema jährlich im Rahmen der konzernweiten Personalumfrage gemessen.

«Meine direkte Führung» wird in der Personalumfrage mit 82 von 100 Punkten am besten bewertet.

In der Personalumfrage 2024 hat die Post dazu zwei Indizes (basierend auf mehreren Fragen bzw. Aussagen) erhoben: «Meine direkte Führung» und «Unternehmenskultur». Der Index «Meine direkte Führung» weist 2024 mit 82 Punkten (Skala: 0 bis 100 Punkte) von allen Indizes den höchsten Wert auf (Vorjahr: 83 Punkte). Der Index «Unsere Unternehmenskultur» bleibt mit 76 Punkten auf einem guten Niveau stabil (Vorjahr: 77 Punkte). Bei den einzelnen Fragen bzw. Aussagen erreicht «Kundenzentrierung» mit 81 Punkten den höchsten und «bereichsübergreifende Zusammenarbeit» mit 71 Punkten den niedrigsten Wert.

#### Unternehmenskultur und Responsible Leadership

| 2022–2024                 | GRI-Referenz | Einheit       | 2022 | 2023 | 2024 |
|---------------------------|--------------|---------------|------|------|------|
| <b>Personalumfrage</b>    |              |               |      |      |      |
| Meine direkte Führung     |              | Index (0–100) | 83   | 83   | 82   |
| Unsere Unternehmenskultur |              | Index (0–100) | 77   | 77   | 76   |

➕ Weitere Kennzahlen ab Seite 81

Die Umfrageergebnisse zeigen, dass sich der Konzern in die Richtung der definierten Ziel-Kultur entwickelt. Die wirtschaftlichen und strategischen Herausforderungen erfordern allerdings eine noch bessere Anpassungsfähigkeit, Geschwindigkeit und Effektivität in der Zusammenarbeit, um die verfügbaren Ressourcen für die Unternehmensziele bestmöglich einzusetzen. Die Kulturentwicklung muss daher weiter auf die Stärkung der Kundenzentrierung und des Unternehmertums fokussieren und das eigenverantwortliche Handeln aller Mitarbeitenden fördern. Die Führungspersonen müssen für den Wandel sowie die Begleitung der Mitarbeitenden befähigt werden. Die Post wird deshalb auch in den kommenden Jahren gezielt in die Entwicklung der Führung (Responsible Leadership) investieren – konzernweit und auf allen Stufen.

## Responsible Leadership stärken

---

Die Post unterstützt ihre Führungspersonen mit einem Leadership-Programm.

---

2024 wird das 2021 gestartete Leadership-Programm «en viadi» zur Kultur- und Führungsentwicklung weitergeführt: Das Programm sorgt weiterhin hierarchie- und bereichsübergreifend für die Auseinandersetzung mit der Unternehmenskultur und dem eigenen Führungsverständnis. Insgesamt haben sich rund 1600 Führungspersonen mit den Herausforderungen ihrer Führungsrolle bei der Transformation zur Post von morgen befasst. Zusätzlich werden in den Konzernbereichen ergänzende Aktivitäten umgesetzt, um das Thema Responsible Leadership zu stärken. Seit 2022 werden für Logistik-Spezialistinnen und -Spezialisten verschiedenste Massnahmen zur Gewinnung und Entwicklung von Mitarbeitenden ergriffen und gezielte Angebote für Führungspersonen gestaltet, zum Beispiel Nachwuchsprogramme für Teamleitende.

Im Rahmen der Strategieentwicklung hat die Konzernleitung 2024 das angestrebte Zielbild der Unternehmenskultur überprüft und bestätigt. Zudem wurden konzernweite Transformationsschwerpunkte definiert. 2025 wird das auf die Herausforderungen der kommenden Strategieperiode weiterentwickelte Leadership-Programm «en viadi» für die oberen Führungsebenen gestartet. Die Führungskräfte werden sich mit ihrer Verantwortung für die Erreichung der strategischen Ambitionen auseinandersetzen.

Zum Start der neuen Strategieperiode wird Anfang 2025 konzernweit die Ist-Kultur mittels Befragungen und Workshops als neue «Nullmessung» erfasst. Auf Basis der Ergebnisse werden Massnahmen für die Führungs- und Kulturentwicklung konzernweit oder bereichsspezifisch ergänzt.

## Beitrag zur Erreichung der Klimaziele

Mit «Smart Work» bietet die Post ihren Mitarbeitenden flexible Arbeitsorte, Arbeitszeiten und Arbeitsmittel an. Somit schafft sie attraktive Büroarbeitsplätze in den Regionen, verkürzt die Arbeitswege insgesamt und senkt damit den CO<sub>2</sub>-Ausstoss.

2024 hat die Post die Umsetzung des konzernweiten Vorhabens Pendlermobilität 2025+ gestartet. Gemeinsam mit den Konzernbereichen entwickelt und testet die Post Massnahmen und Tools, um das Pendeln zur Arbeit nachhaltiger zu gestalten. Zur Förderung der Wahl von nachhaltigen Verkehrsmitteln baut die Post gezielt ihre Infrastruktur aus und bietet ihren Mitarbeitenden eine Reihe an Vergünstigungen und Sharing-Angeboten. In den Sortierzentren Daillens, Eclépens und Härkingen startete die Post in Zusammenarbeit mit einem Partner einen Test zur Nutzung und Förderung von Fahrgemeinschaften für den Arbeitsweg.

Die Post ist zusammen mit PostFinance und PostAuto zum zweiten Mal in Folge Partnerin der Swiss Climate Challenge. Dies ist eine Initiative der Swisscom mit dem Ziel, die durchschnittlichen CO<sub>2</sub>-Emissionen der Mobilität sichtbar zu machen. Auf spielerische Weise hatten die Mitarbeitenden über die Swiss Climate Challenge App die Möglichkeit, den CO<sub>2</sub>-Fussabdruck ihres Mobilitätsverhaltens während sechs Wochen zu messen, dabei Herausforderungen zu bewältigen und Preise zu gewinnen.

## Rekrutierung und Bindung der Mitarbeitenden

### Global Reporting Initiative (GRI):

GRI 401-1 Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation

→ Siehe auch Global-Reporting-Initiative-Index Seite 97

Die Post setzt sich für einen fairen und transparenten Rekrutierungsprozess ein.

Das Herz und der Motor der Post sind die Mitarbeitenden: Die Post hat einen Personalbestand von rund 37 000 Personaleinheiten, davon sind rund 1800 Personaleinheiten im Ausland beschäftigt. In den nächsten Jahren werden zahlreiche Mitarbeitende die Post aufgrund von Pensionierung (frühzeitig und ordentlich) oder natürlicher Fluktuation verlassen. 2024 betrug die Fluktuationsrate (gesamt) 12 Prozent und ist damit gegenüber dem Vorjahr marginal tiefer. Davon entfiel mit 6 Prozent die Hälfte auf freiwillige Abgänge. Die Fluktuationsrate nach Geschlecht und nach Alter wurde 2024 im Verhältnis zur Belegschaft praktisch gleich wie im Vorjahr.

### Rekrutierung

Die Post setzt sich für einen fairen, transparenten und qualitativ hochstehenden Rekrutierungsprozess ein. 2024 zählte sie 3458 offene Stellen (718 mehr als im Vorjahr). Die Anzahl Bewerbungen stieg überproportional an. Mit knapp 90 000 erhielt die Post fast 30 000 Bewerbungen mehr als im Vorjahr und somit pro ausgeschriebene Stelle mehr Bewerbungen.

Um bestimmte Zielgruppen besser zu erreichen, senkt die Post mit verschiedenen Massnahmen die Hürden für Bewerbungen. So hat sie zum Beispiel ein neues Onlinebewerbungsformular eingeführt. Die Informationen werden mittels CV-Parsing automatisch aus dem Lebenslauf ausgelesen. 2024 testete die Post zudem Social-Recruiting-Kampagnen, um Zielgruppen in sozialen Medien gezielt anzusprechen.

Der technologische Wandel erleichtert die Rekrutierung bei der Post durch Texterkennung und Textmatching. Datenschutzrechtliche Aspekte sind dabei wichtig: Bewerbende werden informiert, wann und wie ihre Daten verwendet werden. Sie entscheiden, ob das System ihre Daten aus dem Lebenslauf lesen und für künftige Stellen nutzen darf. Technologien unterstützen, aber Entscheidungen treffen weiterhin Menschen.

2024 hat die Post 4202 Mitarbeitende neu eingestellt. GRI 401-1 Die Anzahl Neueinstellungen ist im Vergleich zu den letzten drei Jahren gestiegen. Die Geschlechterverteilung in den drei erfassten Altersgruppen bleibt stabil.

#### Rekrutierung und Bindung der Mitarbeitenden

| 2022–2024                            | GRI-Referenz | Einheit           | 2022   | 2023   | 2024   |
|--------------------------------------|--------------|-------------------|--------|--------|--------|
| Personalbestand                      | 2-7          | Personaleinheiten | 35 911 | 36 431 | 36 993 |
| Personalbestand (ohne Lernende)      | 2-7          | Personaleinheiten | 34 072 | 34 587 | 35 106 |
| Ausland                              | 2-7          | Personaleinheiten | 751    | 1 200  | 1 784  |
| Arbeitsplätze in peripheren Regionen | 2-7          | Personen          | 16 224 | 16 244 | 15 934 |
| Bewerbungen                          |              | Anzahl            | 61861  | 61829  | 89 050 |
| Neueinstellungen                     | 401-1        | Anzahl            | 3 811  | 3 078  | 4 202  |
| Weiblich                             | 401-1        | Anzahl            | 1 358  | 1 162  | 1 269  |
| Männlich                             | 401-1        | Anzahl            | 2 453  | 1 916  | 2 933  |
| Fluktuation                          | 401-1        | Anzahl            | 4 120  | 4 532  | 4 224  |
| Fluktuationsrate (gesamt)            | 401-1        | %                 | 11,6   | 12,8   | 12,0   |
| Freiwillige Fluktuation              | 401-1        | %                 | 6,2    | 6,4    | 6,0    |

+ Weitere Kennzahlen ab Seite 81

## Einstiegsprogramme für junge Talente

Um Talente direkt nach der Ausbildung zu gewinnen, pflegt die Post intensive Kontakte zu Fachhochschulen und Universitäten in der ganzen Schweiz. Sie bietet attraktive Traineeprogramme, Hochschulpraktika und spezifische Einstiegsprogramme an. 2024 begannen beispielsweise rund 30 Absolventinnen und Absolventen von Hochschulen bzw. Universitäten ihr Traineeprogramm bei der Post. Zudem spricht die Post über Social-Media-Kampagnen Schülerinnen und Schüler an, um potenzielle Lernende für den Berufseinstieg zu begeistern.

## Lohntransparenz in Stelleninseraten

In Stelleninseraten für Funktionen im GAV Post und im GAV Post Immobilien Management und Services AG gibt die Post die entsprechende Lohnspanne seit 2024 an. Zudem kann die Lohnspanne bei Kaderpositionen freiwillig angegeben werden. So kommt die Post dem Bedürfnis der Bewerberinnen und Bewerber nach mehr Transparenz in Lohnfragen nach. Gleichzeitig unterstützt sie dadurch die Lohn- und Chancengerechtigkeit für ihre Mitarbeitenden.

## Bindung der Mitarbeitenden

Ebenso wichtig wie die attraktive Positionierung der Post als Arbeitgeberin nach aussen ist auch die interne Positionierung gegenüber den Mitarbeitenden.

## Interne Mobilität

Mit internen Stages und temporären Stellenwechseln ermöglicht die Post den Mitarbeitenden, ihre Kompetenzen in neuen Aufgabenbereichen zu erweitern und sich in bisher fremde Themengebiete einzuarbeiten.

2024 lancierte die Post eine interne Talent Community: Mitarbeitende können sich auf einer Plattform registrieren und ihr Interesse an einer beruflichen Veränderung innerhalb der Post platzieren. Im Testjahr 2024 haben sich konzernweit über 700 Mitarbeitende registriert. Aus dieser internen Talent Community wurden über 180 Personen für passende offene Stellen identifiziert, und es kam zu fünf Anstellungen.

Der Bereich PostNetz fördert mit dem Programm «Lernreise Youngsters PN» junge Talente und zeigt ihnen berufliche Perspektiven auf. Teilnehmende können während sechs Monaten dank einem internen Stellenwechsel eine neue Rolle einnehmen und ihre Kompetenzen erweitern.

## Weitere Massnahmen

Alle neuen Mitarbeitenden werden zu einem Welcome Day eingeladen, der regelmässig in drei Sprachen durchgeführt wird. Verschiedene interne Netzwerke ermöglichen es den Mitarbeitenden, sich zu spezifischen Themen aktiv einzubringen. Dies stärkt die Identifikation mit der Post.

Dank dem neu gegründeten Junior Advisory Board (JAB) werden die Bedürfnisse sowie Ideen der nächsten Generation innerhalb der Post verstanden und berücksichtigt. Dieses inklusive Arbeitsumfeld bindet die jungen Mitarbeitenden.

Die Initiative «Andiamo!» des Konzernbereichs Logistik-Services unterstützt Führungspersonen bei der Gewinnung und Entwicklung von Mitarbeitenden mit Logistikkompetenz. Sie fokussiert auf Funktionen mit Fachkräftemangel (z. B. Teamleitende Zustellung) und die Weiterentwicklung bestimmter Mitarbeitergruppen (z. B. Lehrabgängerinnen und Lehrabgänger). 2024 wurden folgende Verbesserungen eingeführt:

- Bewerbungen per WhatsApp
- Newsletter zur Kommunikation und Best-Practice-Beispielen
- Programm Avanti@LSOps zur Potenzialförderung und internen Stellenbesetzung



## Gesundheit, Sicherheit und Wohlbefinden der Mitarbeitenden

### Global Reporting Initiative (GRI):

- GRI 403-1 Managementsystem für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz
- GRI 403-2 Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen
- GRI 403-4 Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz
- GRI 403-5 Mitarbeiterschulungen zu Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz
- GRI 403-6 Förderung der Gesundheit der Mitarbeitenden
- GRI 403-7 Vermeidung und Abmilderung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf die Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz
- GRI 403-8 Mitarbeitende, die von einem Managementsystem für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz abgedeckt sind
- GRI 403-9 Arbeitsbedingte Verletzungen

→ Siehe auch Global-Reporting-Initiative-Index Seite 97

Die Post fördert die Gesundheit, die Sicherheit und das Wohlbefinden ihrer Mitarbeitenden. Sie bietet ihnen verschiedene Unterstützungsangebote an, die zu einer gesundheitsfördernden psychischen und physischen Arbeitskultur beitragen, und entwickelt diese laufend weiter.

Aufbauend auf der Strategie und Personalpolitik der Post wurden 2021 Massnahmen in den Handlungsfeldern Inklusion und Reintegration, Gesunde Führung, Anti-Diskriminierung und Leistungsfähigkeit definiert, laufend umgesetzt und weiterentwickelt.

### Gesundheit und Sicherheit

Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz haben einen hohen Stellenwert.

Absenzkosten infolge von Krankheit und Unfällen am Arbeitsplatz bleiben für die Post ein zentrales Thema. Um Leid und damit verbundene Kosten zu vermeiden, investiert die Post in Unfallverhütung und in den physischen und psychischen Gesundheitsschutz. GRI 403-9 Oberstes Ziel ist es, dass alle Mitarbeitenden gesund sind und bleiben. Dazu müssen sie und ihre Führungspersonen die Risiken kennen, gesundheitsfördernde Massnahmen im Alltag umsetzen, mitdenken und mitmachen. GRI 403-6

Die auf der nächsten Seite ausgewiesene Zahl zu den Gesamtabsenzen umfasst alle krankheits- und unfallbedingten Absenzen bis zu sechs Monaten der Vollzeitmitarbeitenden. Dies entspricht der Berechnungssystematik des Bundesamtes für Statistik. Es handelt sich dabei um sämtliche Abwesenheiten und nicht nur um spezifisch berufsbedingte Abwesenheiten.

### Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Eine Sicherheitsorganisation mit Fachpersonen fördert die Arbeitssicherheit und den Gesundheitsschutz postweit.

Zur Förderung der Arbeitssicherheit und des Gesundheitsschutzes (ASGS) verfügt die Post über eine postweite Sicherheitsorganisation mit Fachpersonen; in jedem Bereich sind zusätzlich qualifizierte und erfahrene ASGS-Ansprechpartnerinnen und -Ansprechpartner integriert, die die ASGS-Kontaktperson vor Ort begleiten und unterstützen. GRI 403-8 Zudem nutzt die Post eine integrale Betriebsgruppenlösung, die von der Eidgenössischen Kommission für Arbeitssicherheit (EKAS) letztmals 2021 zertifiziert wurde. GRI 403-1 Die Vorbereitungen für die Rezertifizierung 2026 haben bereits begonnen.

Eine neue Übersicht über Risikoanalysen und Gefahrenermittlung ermöglicht gezielte Massnahmen zur Unfallvermeidung und Sensibilisierung. Regelmässige Analysen helfen, Trends und Muster zu erkennen und Verbesserungsmassnahmen abzuleiten. GRI 403-2 Ein Schwerpunkt liegt auf der Stärkung der Sicherheitskultur durch verbesserte Risikowahrnehmung, Meldung von Abweichungen und Erkenntnissen daraus. GRI 403-7 Mitarbeitende werden regelmässig über Unfälle, Erkenntnisse und den Quartalsbericht informiert. GRI 403-4

**Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeitenden**

| 2022–2024  | GRI-Referenz | Einheit                          | 2022 | 2023 | 2024 |
|--|--------------|----------------------------------|------|------|------|
| <b>Unfälle</b>                                   |              |                                  |      |      |      |
| Berufsunfälle                                    | 403-9        | Anzahl pro 100 Personaleinheiten | 7,0  | 7,5  | 7,4  |
| <b>Aussetztage<sup>1</sup></b>                   |              |                                  |      |      |      |
| Medizinisch bedingte Aussetztage <sup>2,3</sup>  | 403-10       | Tage pro Personaleinheit         | 9,4  | 9,2  | 9,8  |
| <b>Reintegration</b>                             |              |                                  |      |      |      |
| Reintegrationsquote Case Management <sup>4</sup> |              | %                                | 62,8 | 60,7 | 55,2 |

1 Alle Personen mit einem Beschäftigungsgrad von 100% und Abwesenheiten ≤ 180 Kalendertage  
 2 Wert 2023: Restatement des provisorischen Vorjahreswertes  
 3 Wert 2024: Provisorischer Wert, definitiver Wert folgt im Folgejahr aufgrund möglicher rückwirkender Anpassungen bei Langzeitabsenzen (gemäss Abrechnungssystematik Sozialversicherungen und analog BFS)  
 4 2022 und 2023: Restatement Zahlen für den ganzen Konzern, inklusive PostFinance

+ Weitere Kennzahlen ab Seite 81

Seit 2022 setzt die Post ein Programm zur Sicherheitskultur um. In diesem Rahmen wurde 2023 die konzernweite Kampagne «Mit Sicherheit mehr vom Leben» zum Thema Sicherheit und Gesundheit im Arbeitsumfeld lanciert. (GRI 403-5) Über digitale und physische Kommunikationskanäle und mit Bildern zu Risikosituationen in Büro und Betrieb werden Mitarbeitende und Führungspersonen für das Thema sensibilisiert.

Seit 2024 wird vierteljährlich ein Bericht erstellt, in dem Betriebs- und Nicht-Betriebsunfälle sowie Ziele und Unfallraten abgebildet werden. Diese Quartalsberichte werden der Konzernleitung und dem Verwaltungsrat präsentiert und in diesen Gremien diskutiert. In den HR-Stossrichtungen ist zudem neu ein Ziel zur Reduktion der Berufsunfallrate verankert.



**DigiWork – das interdisziplinäre Netzwerk für Vorhaben der Digitalisierung**

Um die personenbezogenen Faktoren und technischen Elemente der digitalen Transformation aufeinander abzustimmen, hat die Post das interdisziplinäre Netzwerk DigiWork gegründet. Expertinnen und Experten aus verschiedenen Fachbereichen, inklusive Gesundheit und Sicherheit, beraten sich in Projekten der digitalen Transformation. Dies mit dem Ziel, die digitale Transformation unter Berücksichtigung aller Aspekte von Mensch, Technologie und Umwelt zu unterstützen und die Vorteile der Technologie optimal für Mitarbeitende sowie die Umwelt zu nutzen.

## Wohlbefinden

Die Führungskräfte der Post werden zu einem gesunden Führungsstil befähigt.

Ein wertschätzender Führungsstil wirkt präventiv und kann Absenzen verhindern. Die Post sensibilisiert deshalb ihre Führungskräfte laufend und befähigt sie zu einem gesunden Führungsstil. Neue Führungspersonen lädt die Post ein, am Grundausbildungsmodul «Gesunde Führung» teilzunehmen. Es werden ausserdem Auffrischungsschulungen zum Thema angeboten. 2024 wurden rund 500 Führungspersonen zum Thema ausgebildet. Im Rahmen des Pilotprojekts «SantéUp» wurden die wirksamsten Massnahmen 2024 im gesamten Bereich der Logistik umgesetzt (siehe Box).



### Pilotprojekt «SantéUp»

**Die Ausgangslage:** Aufgrund des wirtschaftlichen Drucks wurden Gespräche mit Mitarbeitenden mit Absenzen gerne aufgeschoben oder vermieden.

**Das Projektziel:** Die Post gewinnt im Bereich Logistik quantitative Erkenntnisse darüber, welchen Einfluss eine enge und systematische Begleitung der Mitarbeitenden durch Führungspersonen auf deren Wohlbefinden hat.

**Der Ablauf:**

Vor Beginn: Die Mitarbeitenden der Pilotstandorte wurden zu ihrem aktuellen psychischen und physischen Wohlbefinden befragt.

Während neun Monaten setzte die Post an den Pilotstandorten folgende Massnahmen um:

- Regelmässige Koordinationsmeetings zu Gesundheitsfällen: HR-Beratende, Case Manager und Führungspersonen thematisieren Prognosen, Wiedereingliederungen usw. von Mitarbeitenden mit Absenzen
- Coaching der Führungspersonen durch HR-Fachpersonen im wertschätzenden Umgang mit Mitarbeitenden mit Absenzen (sog. Gesundheitsgespräche)
- Priorisierung des Themas Gesundheit in der Führungsarbeit
- Einbezug von Physiotherapeutinnen und Physiotherapeuten bei der Wiedereingliederung von kranken oder verunfallten Mitarbeitenden

Nach Abschluss: Die Teilnehmenden beantworteten die gleichen Fragen wie vor dem Beginn des Pilotprojekts.

**Das Ergebnis:** Mitarbeitende und Führungspersonen beurteilten ihre psychische und physische Gesundheit signifikant besser als zuvor. Die wirksamsten Massnahmen hat die Post 2024 in der gesamten Logistik umgesetzt.

Die interne Sozialberatung unterstützt Mitarbeitende oder Teams in schwierigen privaten und beruflichen Situationen und entlastet Führungspersonen in komplexen Konflikt- und Krisensituationen. (GRI 403-6) 2024 hat die Sozialberatung rund 2900 Einzelberatungen und rund 140 kollektive Beratungen (Sozialaudits, Workshops) durchgeführt. (GRI 403-4) Die Post bietet mit der Onlineplattform «StayFit» (inklusive anonymer Chatberatung) eine rund um die Uhr (7/24) verfügbare, niederschwellige Anlaufstelle für Mitarbeitende bei psychosozialen Fragen oder Konflikten. Informationen und Fachpersonen sind einfach und rasch zugänglich und unterstützen proaktiv und umfassend. 2023 pilotierte die Post die Plattform in deutscher Sprache, 2024 rollte sie sie schweizweit und in allen Landessprachen aus. Das Angebot kommt insbesondere einem Bedürfnis der Generation Z nach, die jederzeit und ortsunabhängig Auskünfte bzw. Unterstützung erhält. Bereits bei der Einführung 2023 erhielt die Plattform von PostEurop den Preis «Coups de Coeur» für die beste Initiative im Bereich Corporate Social Responsibility.

### Wohlbefinden der Mitarbeitenden

| 2022–2024               | GRI-Referenz | Einheit | 2022  | 2023  | 2024  |
|-------------------------|--------------|---------|-------|-------|-------|
| <b>Sozialberatung</b>   |              |         |       |       |       |
| Individuelle Beratungen | 403-4        | Anzahl  | 2 326 | 2 466 | 2 909 |

➕ Weitere Kennzahlen auf Seite 81

Um Mitarbeitende in akuten Krisensituationen (psychische Notlagen, akute Probleme am Arbeitsplatz, Unfälle oder Todesfälle) zu unterstützen, gibt es ein Krisentelefon. (GRI 403-6) 2024 haben sich 136 Mitarbeitende gemeldet und konnten von Fachleuten in akuten Krisensituationen unterstützt werden.

Fachspezialisten des Case Managements und der Laufbahnberatung begleiten die rekonvaleszenten Mitarbeitenden, um die berufliche Reintegration am bestehenden oder angepassten Arbeitsplatz innerhalb der Post oder extern zu ermöglichen. Im Jahr 2024 wurden rund 530 Mitarbeitende durch das interne Case Management der Post begleitet.

Bei PostNetz können Menschen mit Beeinträchtigung (MmB) im Rahmen einer Teilhabe (Personalverleih) mitarbeiten. Eine umfassende Betreuung und Unterstützung wird durch den externen Integrationsbetrieb während des Einsatzes bei PostNetz gewährleistet, die Betreuung in der Praxis wird durch die Post sichergestellt. Das Hauptziel liegt in der Teilhabe, d. h. die Post ermöglicht MmB Einsätze im allgemeinen Arbeitsmarkt, wodurch sie auch Mitarbeitende mit Potenzial erkennt (siehe auch Diversität, Chancengerechtigkeit und Inklusion, → Seite 58).

Die Stiftung Personalfonds Post unterstützt Mitarbeitende und Pensionierte in sozialen Notlagen mit Budgetberatungskursen, Unterstützungsbeiträgen oder zinslosen Darlehen. Der Fonds beteiligt sich finanziell an Reka-Ferien in der Schweiz, was insbesondere Mitarbeitenden in bescheidenen finanziellen Verhältnissen mit Familie zugutekommt. 2024 unterstützte der Personalfonds rund 220 Personen mit À-fonds-perdu-Beiträgen in der Höhe von rund 783 000 Franken und gewährte rund 50 Personen ein Darlehen in der Gesamthöhe von rund 625 000 Franken.

Die Post will betroffene Mitarbeitende bei der Vereinbarkeit von Beruf und Pflege besser unterstützen. 2024 hat sie zusammen mit dem Personalfonds bei den Mitarbeitenden eine Onlineumfrage durchgeführt. Das Ergebnis: Die Mehrheit der Befragten gibt an, dass die Zusatzbelastung durch die Pflege von Angehörigen Auswirkungen auf ihre Befindlichkeit bzw. Leistungsfähigkeit bei der Arbeit hat. Die Post wird nun geeignete Massnahmen entwickeln.

---

## Diversität, Chancengerechtigkeit und Inklusion

### Global Reporting Initiative (GRI):

GRI 405 Managementansatz zu Diversität und Chancengleichheit 2016

GRI 406 Managementansatz zu Nichtdiskriminierung 2016

GRI 406-1 Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemassnahmen

→ Siehe auch Global-Reporting-Initiative-Index Seite 97

---

Dank einer inklusiven Unternehmenskultur können alle Mitarbeitenden ihr Potenzial vollständig entfalten.

---

Als bundesnahes Unternehmen hat die Post klare Ziele des Eigners in Bezug auf Diversität, Chancengerechtigkeit und Inklusion zu erfüllen. Dadurch nimmt sie ihre gesellschaftliche und wirtschaftliche Verantwortung wahr und übernimmt eine Vorreiterrolle. Nur wenn die Zusammensetzung der Belegschaft die Vielfalt der Schweizer Bevölkerung angemessen widerspiegelt, kann ein schweizweit tätiges Unternehmen bedürfnisgerechte und qualitativ hochstehende Dienstleistungen und Produkte anbieten. Dank einer inklusiven Unternehmenskultur können alle Mitarbeitenden ihr Potenzial vollständig entfalten. Dies kann die Innovations- und Problemlösungsfähigkeiten fördern, die Gewinnung und Bindung von Mitarbeitenden unterstützen und das Engagement der Mitarbeitenden stärken.

Die Post betrachtet Diversität, Chancengerechtigkeit und Inklusion ganzheitlich und fördert die Verankerung auf allen Stufen des Unternehmens. GRI 405 2021 hat die Post die drei konzernübergreifenden Schwerpunkte Gender, Sprache und Beeinträchtigung definiert.



### Arbeitsgruppe «Vielfalt & Inklusion» der Konzernleitung

Seit 2021 verfolgt die Post die Förderung der Gender- und Sprachendiversität in Führungs- und Kaderfunktionen als strategischen Schwerpunkt. Dazu wurde die Arbeitsgruppe «Vielfalt & Inklusion» mit drei Konzernleitungsmitgliedern eingesetzt. Sie setzt sich auf höchster Ebene für Vielfalt und Inklusion ein, definiert Zielsetzungen und KPI, stösst geeignete Massnahmen an und berät Akteurinnen und Akteure im Unternehmen.

Die Post schreibt alle Kaderstellen mit der Option Teilzeit sowie Top-sharing/Jobsharing aus.

## Frauen in Führungs- und Kaderfunktionen

Die Post setzt sich zum Ziel, in Führungs- und Kaderpositionen den Frauenanteil zu erhöhen, um die Geschlechterdiversität zu fördern. Als wichtigen Hebel hat die Post den Rekrutierungsprozess identifiziert und gezielt Massnahmen implementiert: Unter anderem wird auf genderneutrale sowie inklusive Sprache bei den Ausschreibungen geachtet, und alle Kaderstellen werden mit einem Pensum von 70 bis 100 Prozent und im Topsharing/Jobsharing ausgeschrieben. Die Lohntransparenz wird ständig ausgeweitet (siehe Kapitel Rekrutierung und Bindung der Mitarbeitenden → Seite 53). Im Rekrutierungsprozess wird auf ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis geachtet. Bei zu wenigen Bewerberinnen wird gezielt mittels «Active Sourcing» nach weiblichen Talenten gesucht (Diversity-Mandate). Rekrutierende sensibilisieren Führungskräfte für die Bedeutung der Thematik. Auch in anderen HR-Prozessen wird die Förderung des Frauenanteils in Führungs- und Kaderpositionen aktiv unterstützt. Entwicklungsprogramme bereiten Frauen auf nächste Karriereschritte vor, und Retention-Massnahmen senken die Fluktuation (z. B. internes Netzwerk women@post, attraktive Arbeitsbedingungen, verlängerter Mutterschaftsurlaub). Die Post ist Mitglied externer Netzwerke, um Erkenntnisse aus den ergriffenen Massnahmen zu teilen und die Frauenförderung in der Schweizer Wirtschaft zu stärken. 2024 konnte die Post den Frauenanteil im Kader leicht erhöhen: Im obersten Kader liegt er erstmals über 25 Prozent und im mittleren/unteren Kader bei rund 23 Prozent. Auch in der Gruppe «OR und Führungspersonen GAV» ist der Anteil Frauen auf 23 Prozent gestiegen. 15 Prozent der Mitarbeitenden in Kaderfunktionen arbeiten in einem Teilzeitpensum, und 106 Co-Leitungen führen Teams. (GRI 405-1)

Aufgrund der grossen Heterogenität fördern die Bereiche der Post Frauen in Führungs- und Kaderfunktionen mit individuellen Massnahmen. Besonders im technischen Umfeld wie Logistik, Transportwesen und IT ist die Suche nach geeigneten Kandidatinnen wegen des hohen Männeranteils herausfordernd. Daher werden spezifische Massnahmen in Rekrutierung und Entwicklung implementiert. 2024 fanden z. B. Networking-Events für Frauen in der Logistik und bei PostAuto statt.

### Chancengerechtigkeit, Diversität und Inklusion

| 2022–2024   | GRI-Referenz | Einheit  | 2022   | 2023   | 2024   |
|---|--------------|----------|--------|--------|--------|
| <b>Mitarbeitende</b>                                    |              |          |        |        |        |
| Mitarbeitende Schweiz (ohne Lernende)                   | 2-7          | Personen |        |        |        |
| Weiblich  | 2-7          | %        | 42,0   | 41,3   | 40,7   |
| Männlich  | 2-7          | %        | 58,0   | 58,7   | 59,3   |
| <b>Anstellungsverhältnis</b>                            |              |          |        |        |        |
| Vollzeitbeschäftigte                                    | 2-7          | Personen | 23 142 | 23 212 | 23 480 |
| Teilzeitbeschäftigte                                    | 2-7          | Personen | 17 794 | 17 123 | 16 343 |
| In Kaderfunktionen                                      |              | %        | 13,9   | 14,6   | 15,3   |
| <b>Diversität</b>                                       |              |          |        |        |        |
| Führungsduos, die sich die Führungsverantwortung teilen |              | Anzahl   | 68     | 93     | 106    |
| <b>Frauen im Kader</b>                                  |              |          |        |        |        |
| Im obersten Kader                                       |              | %        | 22,6   | 24,2   | 25,4   |
| Im mittleren/unteren Kader                              |              | %        | 21,8   | 22,3   | 22,9   |
| OR und Führungspersonen GAV                             |              | %        | 21,9   | 22,5   | 23,1   |
| <b>Lohnspanne<sup>1</sup></b>                           |              |          |        |        |        |
| Lohnspanne (Verhältnis der Jahresgesamtvergütung)       | 2-21         | Faktor   | 9,35   | 9,39   | 9,11   |

<sup>1</sup> Restatement Werte 2022/2023 aufgrund Berücksichtigung des variablen Lohnanteils des Maximallohnes im Berichtsjahr (anstelle im Auszahlungsjahr)

➔ Weitere Kennzahlen ab Seite 81

Lohnvergleichsmessung:  
Die Post liegt überall  
unter dem vom Bund  
vorgeschriebenen  
Toleranzwert.

## Lohnleichheit fördern

Um die Lohnleichheit zwischen Frauen und Männern und eine transparente Lohnpolitik zu gewährleisten, führt die Post anhand der Lohnzahlen jährlich Lohnleichheitsmessungen durch. Die Post liegt in allen Unternehmensbereichen unter dem vom Bund vorgeschriebenen Toleranzwert von 5 Prozent (d. h. es besteht keine Lohndiskriminierung). Um nicht erklärbare Lohnunterschiede möglichst zu beseitigen, setzt die Post auf eine klare und transparente Lohnsystematik. (GRI 405-2)

## Sprachenvielfalt

Die Post hat sich zum Ziel gesetzt, einen Anteil französisch-, italienisch- oder rätoromanisch-sprachiger Personen von 20 Prozent in Führungs- und Kaderpositionen bis 2024 zu erreichen. Dieses Ziel wird durch die regionale Verankerung der Post erreicht, wobei in den obersten Kaderfunktionen noch Raum zur Steigerung besteht. Dazu werden in der Rekrutierung ausgewogene Shortlists bezüglich Landessprachen eingesetzt, und extern rekrutierte Kader müssen mindestens eine zweite Landessprache auf Niveau B2 beherrschen. Wird eine Führungsperson intern rekrutiert oder gefördert, besteht die gleiche Anforderung. Um die Sprachenkenntnisse zu fördern, bietet die Post geeignete Sprachkurse an.

### Chancengerechtigkeit, Diversität und Inklusion

| 2022–2024             | GRI-Referenz | Einheit | 2022 | 2023 | 2024 |
|-----------------------|--------------|---------|------|------|------|
| Kommunikationssprache |              |         |      |      |      |
| Deutsch               |              | %       | 76,3 | 76,4 | 75,9 |
| Französisch           |              | %       | 18,8 | 18,7 | 19,2 |
| Italienisch           |              | %       | 4,9  | 4,9  | 4,9  |

➕ Weitere Kennzahlen ab Seite 81

Für den sprachlichen und kulturellen Austausch stehen den Mitarbeitenden das Netzwerk MOSAICO und die Initiative Romancino zur Verfügung. MOSAICO bietet Sprachtandems und regelmässige Sprachtische. Romancino ist eine kulturelle Gemeinschaft am Hauptsitz. Sie vernetzt Mitarbeitende aus dem französisch- und italienischsprachigen Raum.

## Menschen mit Beeinträchtigung

PostNetz ermöglicht  
Berufstätigen aus dem  
ergänzenden Arbeits-  
markt die Teilhabe am  
regulären Arbeitsmarkt.

Von 2020 bis Ende 2024 war die Post Teil des Forschungsprojekts «Inclusion Champions Switzerland» der Universität St. Gallen und des Eidgenössischen Büros für die Gleichstellung von Menschen mit Behinderung (EBGB). Das Ziel des Forschungsprojekts: die Chancengerechtigkeit für Menschen mit Beeinträchtigung in Unternehmen zu verbessern (z. B. im Bereich Weiterbildung und Beförderung). Die bisherigen Ergebnisse zeigen, dass sich das Arbeitsklima bei der Post in Bezug auf die Inklusivität generell auf einem erfreulichen Niveau befindet, dass sich jedoch Mitarbeitende mit psychischen Beeinträchtigungen noch weniger gut einbezogen fühlen. Inklusionsfördernde Massnahmen werden deshalb laufend ausgeweitet.

Weil es auf dem allgemeinen Arbeitsmarkt für Menschen mit Beeinträchtigungen – die eine angepasste Stelle benötigen – noch nicht genügend Angebote gibt, ist es für sie schwierig, eine Stelle zu finden. Seit 2022 ermöglicht der Bereich PostNetz deshalb Berufstätigen aus dem ergänzenden Arbeitsmarkt die Teilhabe am regulären Arbeitsmarkt. Für die Strategieperiode 2025–2028 wurde mit den Sozialpartnern vereinbart, dass bis zu 200 Menschen mit Beeinträchtigung die Möglichkeit zur Teilhabe bekommen. Dieses Inklusionsangebot ergänzt als dritte Säule das Modell der Post zur Integration und Inklusion von Menschen mit Beeinträchtigungen. Die erste Säule fokussiert auf die Reintegration von bestehenden Mitarbeitenden mit temporären oder dauerhaften Beeinträchtigungen und die zweite Säule auf die Inklusion von Berufstätigen aus dem allgemeinen externen Arbeitsmarkt, die allenfalls dank Hilfsmitteln (z. B. Bildschirmleser bei Sehbeeinträchtigungen) die gleichen Chancen auf eine Anstellung haben wie alle anderen Bewerbenden.

---

Die Post toleriert keine Form von Diskriminierung.

---

## Diskriminierungsfreiheit

Die Post engagiert sich bewusst für den Abbau struktureller und organisatorischer Hindernisse und für die Schaffung eines inklusiven Arbeitsklimas. Deshalb toleriert sie keine Form von Diskriminierung. Die Diskriminierungsfreiheit ist in der Personalpolitik und den Gesamtarbeitsverträgen festgeschrieben und für alle Mitarbeitenden verpflichtend. (GRI 406) Führungspersonen werden seit 2024 mit einem obligatorischen E-Learning-Modul zum Thema «Schutz der persönlichen Integrität» sensibilisiert. Seit 2023 werden Berufsbildnerinnen und Berufsbildner sowie Lernende im zweiten Lehrjahr zum Thema «Respektvolles Miteinander» geschult. Damit fokussiert die Post auf die besonders vulnerable Zielgruppe der jüngsten Mitarbeitenden (GRI 406-1) (siehe auch Kapitel Gesundheit, Sicherheit und Wohlbefinden der Mitarbeitenden auf → Seite 55).

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

Die anonyme und vertrauliche Meldestelle PostCourage sowie die Compliance-Fachstelle stehen allen Mitarbeitenden für die Meldung von Fehlverhalten am Arbeitsplatz zur Verfügung. PostCourage ist auch Mitarbeitenden im Ausland zugänglich (siehe auch Abschnitt Unternehmensethik, Integrität und Compliance → Seite 22).

---

## Ausbildung und Entwicklung der Mitarbeitenden

### Global Reporting Initiative (GRI):

(GRI 404) Managementansatz zu Aus- und Weiterbildung 2016

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

→ Siehe auch Global-Reporting-Initiative-Index Seite 97

---

Zur Sicherung von Ressourcen und Kompetenzen investiert die Post in die Entwicklung ihrer Mitarbeitenden.

---

Die Zukunfts- und Wettbewerbsfähigkeit der Post ist eng mit der Entwicklung ihrer Mitarbeitenden verbunden. Die über 100 verschiedenen Berufsbilder müssen weiterentwickelt und auf die Arbeitswelt der Zukunft vorbereitet werden. Die Post investiert deshalb gezielt in die Entwicklung ihrer Mitarbeitenden, um den künftigen Bedarf an Ressourcen und Kompetenzen zu sichern.

Die Post kommt auch den Zielsetzungen des Bundes nach, indem sie durch ihr Führungsverständnis, ihre Personalentwicklung und ihre Kommunikation Vertrauen bei ihren Mitarbeitenden schafft, zeitgemässe berufliche Grundbildungen anbietet und die Arbeitsmarktfähigkeit ihrer Mitarbeitenden durch nachhaltige Aus- und Weiterbildungsmassnahmen fördert. (GRI 404)

Neben der Ausbildung der Lernenden und der Förderung der Lern- und Entwicklungsmöglichkeiten hat die Post 2024 spezifische strategische Themen besonders vorangetrieben. Dazu gehören die Sprachenvielfalt und digitale Kompetenzen, insbesondere aufgrund der Entwicklungen im Bereich der künstlichen Intelligenz. (GRI 203-2)

## Interne und externe Aus- und Weiterbildungen

Die Post beteiligte sich mit 7,5 Millionen Franken an Weiterbildungsmaßnahmen.

2024 haben die Mitarbeitenden externe Weiterbildungen mit einem Gesamtvolumen von rund 9,3 Millionen Franken genutzt. Die Post hat sich daran mit rund 7,5 Millionen Franken beteiligt. Zusätzlich investierte die Post in interne Weiterbildungsmaßnahmen im Rahmen von Projekten, Produkteschulungen, Einführung neuer Tools, neuen internen Lernangeboten oder Team- und Führungsentwicklungen.

### Ausbildung und Entwicklung der Mitarbeitenden

| 2022–2024                  | GRI-Referenz | Einheit  | 2022 | 2023 | 2024 |
|----------------------------|--------------|----------|------|------|------|
| <b>Weiterbildungen</b>     |              |          |      |      |      |
| Externe Weiterbildungen    |              | Mio. CHF | 9,0  | 9,2  | 9,3  |
| Kostenbeteiligung der Post |              | Mio. CHF | 7,0  | 7,4  | 7,5  |

+ Weitere Kennzahlen ab Seite 81

## Berufsbildung

Über 60 Prozent der Lernenden setzen ihre Laufbahn nach dem Lehrabschluss bei der Post fort.

Die Post ist der drittgrösste Ausbildungsbetrieb in der Schweiz: 2024 bildete sie rund 1900 Lernende in 19 Berufsgruppen aus, hauptsächlich in den Berufsfeldern Logistik, Detailhandel, Kaufleute und Informatik. Jährlich starten rund 750 Jugendliche ihre Berufslehre bei der Post. Als erstes werden sie zu einer Einführungswoche (Jump-in) eingeladen, um ihren Lehrbetrieb gemeinsam kennenzulernen. 2024 haben 97 Prozent der Lernenden die Lehrabschlussprüfung bestanden. Über 60 Prozent dieser gut ausgebildeten Fachkräfte setzen ihre berufliche Laufbahn bei der Post fort. Mit der Ausbildung von Lernenden wirkt die Post dem Fachkräftemangel entgegen und spart Kosten für die Rekrutierung und Anstellung neuer Mitarbeitenden.

### Ausbildung und Entwicklung der Mitarbeitenden

| 2022–2024                             | GRI-Referenz | Einheit  | 2022  | 2023  | 2024  |
|---------------------------------------|--------------|----------|-------|-------|-------|
| <b>Berufslehre</b>                    |              |          |       |       |       |
| Lernpersonal Schweiz                  |              | Personen | 1 839 | 1 844 | 1 887 |
| Abschlussquote Lehrabschlussprüfungen |              | %        | 97,0  | 97,0  | 97,0  |
| Weiterbeschäftigungsquote             |              | %        | 65,0  | 60,0  | 65,0  |

+ Weitere Kennzahlen ab Seite 81

Die Post testete die Möglichkeiten für junge Menschen mit einer psychischen oder körperlichen Beeinträchtigung, eine Berufsausbildung zu absolvieren. Der Pilotversuch umfasste den gesamten Prozess von der Stellenausschreibung über die Schnupperlehre bis zur Anstellung. Dabei arbeitete die Post eng mit den IV-Stellen zusammen. Die Ausbildung von Lernenden mit Beeinträchtigungen wurde nun systematisch aufgebaut. 2024 befanden sich 19 Lernende mit einer Beeinträchtigung in einer Ausbildung bei der Post.

## Digitale Kompetenzen

Die Post investiert in die digitalen Kompetenzen der Mitarbeitenden.

Die Post ist überzeugt, dass digitale Technologien weiter an Bedeutung gewinnen werden. Durch die Investition in digitale Kompetenzen und neue Tools wie beispielsweise Microsoft Copilot erschliesst sie neue Opportunitäten, erleichtert Mitarbeitenden den Arbeitsalltag und steigert damit ihre Produktivität sowie Zugänglichkeit. Sie verfolgt deshalb das langfristige Ziel, die digitalen Kompetenzen ihrer Mitarbeitenden in einem der jeweiligen Arbeitssituation angepassten Rahmen zu entwickeln und ein entsprechendes Lernangebot zur Verfügung zu stellen. (GRI 404-2)



Für die persönliche Entwicklung ihrer Mitarbeitenden hat die Post neue Angebote entwickelt, wie z. B. das Data Literacy Programm, das verschiedene Onlinetrainings zum Umgang mit Daten, Digitalisierung und künstlicher Intelligenz umfasst. Die Post begleitet den Umgang mit neuen Technologien wie generativen KI-Tools und unterstützt den Kompetenzaufbau im Prompt Engineering und mit Hilfe von Learning Communities. Den Mitarbeitenden stehen auch interne Schulungsprogramme zur Verfügung: Das Digital Champion Programm vermittelt Mitarbeitenden Technologie-Knowhow und digitale Fähigkeiten. Seit der Einführung haben mehr als 500 Personen das Programm absolviert. Das Citizen Development Programm befähigt Mitarbeitende ohne Programmierkenntnisse, Geschäftsprozesse eigenständig zu automatisieren oder zu optimieren. 2024 wurden 140 Teilnehmende ausgebildet. Zertifizierte AI-Translation-Schulungen oder Lernangebote rund um den digitalen Arbeitsplatz ergänzen das Angebot.

Vor der flächendeckenden Einführung neuer digitaler Tools befähigt die Post die Mitarbeitenden mit passenden Massnahmen frühzeitig.

---

Die Post will alle Mitarbeitenden digital mit dem Unternehmen verbinden.

---

2021 hat die Konzernleitung beschlossen, alle Mitarbeitenden digital mit der Post zu verbinden. Die Digitalisierung im Betrieb wurde seither stetig vorangetrieben. 2024 erreichte die Post dabei einen Meilenstein: Die Mitarbeitenden der Zustellung haben neu über ihren Handscanner (NEMO-Smartphone) Zugriff auf das Intranet und Microsoft Teams, können die Angebote für Mitarbeitende über die App nutzen und Berufskleider bestellen. Künftig werden auch HR-Angebote für Mitarbeitende im Betrieb digital verfügbar sein. Als nächstes wird die Post in der Sortierung mehrere Berufsgruppen mit NEMO-Smartphones ausstatten. Für die Mitarbeitenden der Unterhalts- und Spezialreinigung testet die Post zurzeit den digitalen Zugang. Die schweizweite Einführung ist für 2025 geplant.

Die Post hat die neue Berufslehre Entwickler:in digitales Business mitentwickelt. In diesem Beruf lernen junge Talente, Geschäftsprozesse und Daten zu analysieren, um daraus digitale Lösungen zu entwickeln. Aktuell beschäftigt die Post 20 Lernende in diesem Berufsfeld. Die ersten starteten ihre Ausbildung 2023.

## Sprachförderung

---

Die Post fördert die Sprachenvielfalt mit zahlreichen Massnahmen.

---

Die Post fördert die Sprachenvielfalt mit individuellen Sprachangeboten. Dazu stellt sie in Zusammenarbeit mit renommierten Fremdsprachenprofis Sprachangebote zur Verfügung: vom klassischen Sprachkurs physisch vor Ort über das flexible Erlernen einer Sprache via Onlinezugang bis hin zu einem vergünstigten Sprachaufenthalt im In- und Ausland. Neu steht den Mitarbeitenden neben einem externen Partner für Präsenz-, Online- und Gruppenkurse auch eine Sprachlern-App mit verschiedenen Lernformaten und Sprachen zur Verfügung. Die Lernformate erfüllen individuelle Lernbedürfnisse, und die Mitarbeitenden profitieren dabei von günstigen Preisen.

Die Post ermöglicht Lernenden und Mitarbeitenden einen temporären Stellenwechsel in eine andere Sprachregion der Schweiz. Um die Sprachenvielfalt in der Ausbildung zu fördern, arbeitet die Post mit Movetia, der nationalen Agentur zur Förderung von Austausch und Mobilität, zusammen und ermöglicht so mehrwöchige oder mehrmonatige Stages bei der Post in einer anderen Sprachregion. 2024 haben 18 Lernende von dieser Möglichkeit profitiert (siehe Kapitel Diversität, Chancengerechtigkeit und Inklusion auf siehe → Seite 58).

## Förderung der Lern- und Entwicklungskultur

Die Post investiert auch in die Lern- und Entwicklungskultur: Seit 2024 stärkt sie zum Beispiel mit dem Angebot «LearnLab» und der dazugehörigen Learning Community die Rolle der Learning Professionals. Learning Professionals sind Personen in zentralen und dezentralen Funktionen, die Lernangebote bei der Post gestalten. Auch hat die Post über 100 Viva Learning Content Manager ernannt und geschult. Sie können Lerninhalte auf die neue Lernplattform Viva Learning hochladen und Lernpfade erstellen. Mit solchen Massnahmen professionalisiert und beschleunigt die Post das Lernen weiter.

Verschiedene Geschäfts- und Funktionsbereiche der Post wurden zudem intensiv im Rahmen des Vorhabens «Lernen von morgen» in ihrer Lernkultur begleitet. PostNetz hat z. B. Massnahmen zur Verbesserung der Lernzeit und Lernkompetenzen umgesetzt. Den Mitarbeitenden werden hierbei Lernstunden zur Verfügung gestellt, die sie individuell für Lernvorhaben einsetzen können. Mit einem Selbstcheck können sie sich in ihrer Lernkompetenz einschätzen und bekommen passende Tipps zur Verbesserung.

Anlässlich der Mitarbeitendengespräche (DIALOG) wird neben dem persönlichen Leistungsbeitrag auch die Wichtigkeit von Entwicklungszielen konzernweit betont. Führungspersonen werden mit einem neuen DIALOG-Lernpfad sowie in Workshops oder Webinaren zum Thema Lern- und Entwicklungskultur unterstützt.

---

## Dialog mit Mitarbeitenden und Arbeitnehmendenvertretungen

### Global Reporting Initiative (GRI):

- GRI 2-30 Tarifverträge
- GRI 401-2 Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmern oder Teilzeit-beschäftigten Angestellten angeboten werden
- GRI 402-1 Mindestmitteilungsfrist für betriebliche Veränderungen
- GRI 407 Managementansatz zu Tarifverhandlungen 2016
- GRI 407-1 Betriebsstätten und Lieferanten, bei denen das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen bedroht sein könnte

→ Siehe auch Global-Reporting-Initiative-Index Seite 97

## Dialog mit Mitarbeitenden

Für den direkten Dialog mit ihren Mitarbeitenden nutzt die Post zahlreiche Möglichkeiten wie z. B. die Personalumfrage, interne Ausbildungen, Befragungen, Hotlines und Meldestellen oder Plattformen wie «StayFit» (siehe Kapitel Gesundheit, Sicherheit und Wohlbefinden der Mitarbeitenden auf → Seite 55).

---

Personalumfrage: Einmal jährlich werden die Mitarbeitenden umfassend befragt.

---

Rückmeldungen der Mitarbeitenden werden bei der Post ernst genommen. Deshalb führt sie jedes Jahr eine umfassende Personalumfrage durch. Die Resultate werden auf Führungs- und Teamebene diskutiert. Wenn nötig, werden Massnahmen abgeleitet und mit den Werten der Folgebefragung überprüft. Auch 2024 zeigten die hohen Werte, dass die Mitarbeitenden mit ihrer Arbeitgeberin zufrieden sind. Gespräche zur Leistung und Entwicklung steuert die Post über den DIALOG-Prozess. 2024 haben etwa 95 Prozent der Mitarbeitenden den DIALOG-Prozess abgeschlossen. (GRI 404-3) Nicht über den DIALOG-Prozess geführt sind Lernende (sie haben einen eigenen Lernplan) sowie Mitarbeitende der Konzerngesellschaften.

Für eine stärkere Beteiligung der jungen Generation wurde das Junior Advisory Board gegründet.

## Förderung von internen Netzwerken

Für die Vernetzung stehen den Mitarbeitenden interne Netzwerke zu spezifischen Themen wie kulturelle und sprachliche Vielfalt, junge Mitarbeitende, LGBTQIA+, Nachhaltigkeit oder Genderfragen zur Verfügung. Die Netzwerke können Vorschläge auf Managementstufe oder für Produktentwicklungen einbringen. Nachhaltigkeitsthemen werden regelmässig in den internen Kommunikationskanälen (z. B. direkte Kaderkommunikation, Konzern- und Bereichsnews, interne Publikationen) publiziert. Ergänzend zum Netzwerk Young Voices hat die Post auf Initiative junger Mitarbeitender 2024 ein Junior Advisory Board (JAB) gegründet.

## Dialog mit den Personalkommissionen

Gemäss dem Bundesgesetz über die Mitwirkung der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in den Betrieben haben die Mitarbeitenden ein Informations- und Mitspracherecht. [GRI 407](#) Die Schweizerische Post AG und sämtliche Konzerngesellschaften stellen dieses Recht im Inland sicher. Für die PostAuto AG gelten zusätzlich die weitergehenden Mitwirkungsrechte gemäss dem Arbeitszeitgesetz. [GRI 407-1](#) Die Post erlässt Vorgaben für die initiale Bildung von Personalkommissionen und die Erneuerungswahlen (4-Jahres-Zyklus). Im November 2023 haben die Mitarbeitenden der Post ihre Vertreterinnen und Vertreter in den Personalkommissionen gewählt. [GRI 402](#)

Rechtzeitige und umfassende Information von Arbeitnehmenden und ihren Vertretungen bei geplanten Betriebsänderungen sind im Grundsatz durch den GAV und die gesetzlichen Grundlagen (z. B. Mitwirkungsgesetz) abgedeckt. Die Konsultationsfrist beträgt mindestens 14 Tage. [GRI 402-1](#)



### Erste nationale Tagung der Personalkommission bei PostAuto

Im März 2024 trafen sich mehr als 140 Mitglieder von verschiedenen Personalkommissionen (PEKO) bei PostAuto zur ersten nationalen PEKO-Tagung. Sie befassten sich mit betrieblichen Themen mit Auswirkungen auf die Mitarbeitenden wie die Dienstplanung, die Gestaltung der Pausenräume, die Arbeitssicherheit usw.

## Sozialpartnerschaft

Die Post pflegt langjährige, solide Sozialpartnerschaften.

Als eine der grössten Arbeitgeberinnen der Schweiz führt die Post zusammen mit der Gewerkschaft syndicom und dem Personalverband transfair seit Jahren eine bewährte und solide Sozialpartnerschaft. Die drei wichtigsten Pfeiler sind dabei die Gesamtarbeitsverträge, die Sozialpläne und die berufliche Altersvorsorge (die Pensionskasse der Post). Die Partnerschaft mit ihren drei Pfeilern ermöglicht eine gute Vereinbarkeit von Familie, Beruf und Freizeit und garantiert den Mitarbeitenden fortschrittliche Arbeitsbedingungen.

### Dialog mit Mitarbeitenden und Gewerkschaften

| 2022–2024                    | GRI-Referenz | Einheit | 2022 | 2023 | 2024 |
|------------------------------|--------------|---------|------|------|------|
| <b>Gesamtarbeitsverträge</b> |              |         |      |      |      |
| Anstellung nach GAV Post     |              | %       | 81,0 | 80,3 | 83,8 |

Weitere Kennzahlen ab Seite 81

---

Die Arbeitsbedingungen sind für die Mehrheit der Mitarbeitenden in Gesamtarbeitsverträgen geregelt.

---

Die GAV regeln nachhaltige Arbeitsbedingungen für Mitarbeitende des Konzerns Post und nach Möglichkeit innerhalb eines Markts, in dem die Post tätig ist. 2024 bildeten sieben Firmen-Gesamtarbeitsverträge (Firmen-GAV) und ein Dach-Gesamtarbeitsvertrag (Dach-GAV), der die Rechte und Pflichten der Vertragsparteien regelt, das Kernstück dieser Sozialpartnerschaft: [GRI 2-30](#)

- Vereinbarung Dach-GAV: gilt für Die Schweizerische Post AG, Post CH AG, Post CH Netz AG, Post CH Kommunikation AG, PostFinance AG, PostAuto AG, IMS AG, notime (Schweiz) AG
- Firmen-GAV Post CH: gilt für Die Schweizerische Post AG, Post CH AG, Post CH Netz AG, Post CH Kommunikation AG
- Firmen-GAV PostFinance AG
- Firmen-GAV PostAuto AG
- Firmen-GAV IMS AG
- Firmen-GAV PostLogistics AG
- Firmen-GAV Presto (Frühzustellung)
- Firmen-GAV notime (Schweiz) AG

und zwei Sozialpläne:

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

Vollzeitmitarbeitende und Teilzeitmitarbeitende erhalten für betriebliche Leistungen (z. B. Anzahl Ferientage) das gleiche Angebot. Für Mitarbeitende im Stundenlohn (Beschäftigungsgrad bis maximal 20 Prozent im Geltungsbereich GAV Post CH bzw. bis maximal 30 Prozent bei PostAuto AG) kommt kein Sozialplan zur Anwendung, und es besteht kein Anrecht auf Fringe Benefits. [GRI 401-2](#)

Die Firmen-GAV Post CH und PostFinance AG sowie der Dach-GAV wurden 2024 neu verhandelt. Die wichtigsten Neuerungen: Ab 2025 beinhalten die neuen Firmen-GAV unter anderem höhere Zuschläge für Abend-, Nacht-, Sonntags- und Piketteinsätze, eine Erhöhung des Geldbetrags bei den Treueprämien und eine neue Feiertagsregelung. Die Sozialpartner haben zudem definiert, dass künftig im Rahmen der jährlich verhandelten Lohnmassnahmen ein Anteil von 0,4 Prozent der Lohnsumme für strukturelle Anpassungen der Löhne zur Verfügung steht. Mit den verhandelten Neuerungen ist es gelungen, das sehr gute Niveau der Anstellungsbedingungen bei der Post und bei PostFinance zu halten. Die neuen Gesamtarbeitsverträge traten am 1. Januar 2025 in Kraft.

Die Verhandlungen für einen neuen Firmen-GAV PostLogistics AG konnten im Frühjahr 2024 abgeschlossen werden. Dieser neue GAV trat per 1. Januar 2025 in Kraft.

Die Presto Presse-Vertriebs AG und ihre Sozialpartner haben sich auf einen neuen Gesamtarbeitsvertrag (GAV) für die Frühzustellung geeinigt. Durch den neuen GAV profitieren die Mitarbeitenden schrittweise von der Erhöhung ihrer Mindestlöhne und erhalten mehr Sicherheit in Bezug auf ihre Anstellungsbedingungen. Der neue GAV Presto trat am 1. Juli 2024 in Kraft.

Die Sozialpartner der Post haben 2024 zusätzlich einen neuen Sozialplan GAV Post ausgehandelt. Dieser trat per 1. Januar 2025 in Kraft und gilt vorerst bis Ende 2027.

Im Winter 2024 haben die Sozialpartner mit den Verhandlungen für einen neuen Firmen-GAV Post-Auto AG begonnen. Dieser GAV wird voraussichtlich am 1. Januar 2026 in Kraft treten.



#### Lohnmassnahmen 2024 für Mitarbeitende

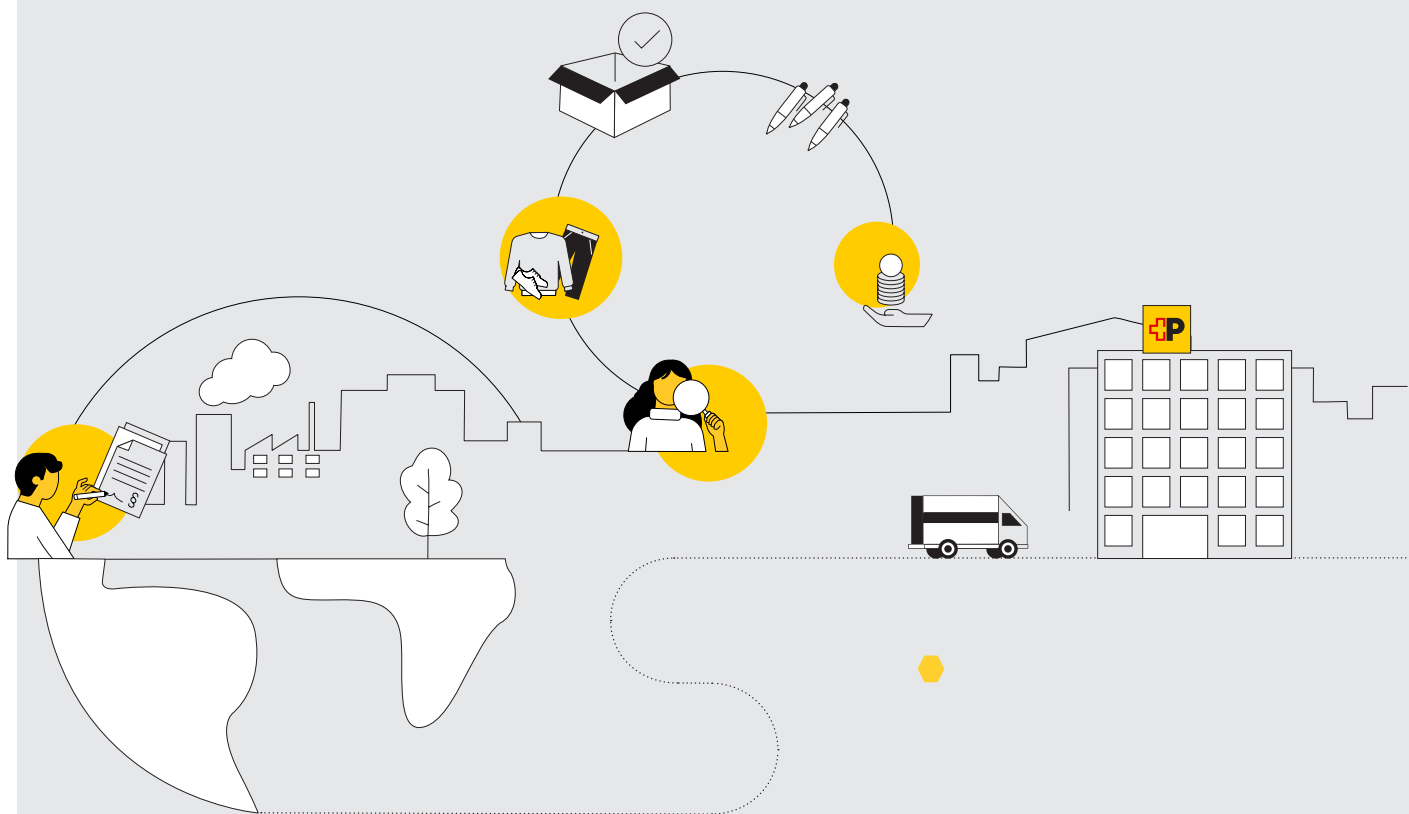
Der Post als Arbeitgeberin ist es wichtig, gute und faire Anstellungsbedingungen zu bieten und insbesondere die Kaufkraft der Mitarbeitenden in den tieferen Einkommensstufen zu stärken. Nach Verhandlungen haben sich die Post, die Gewerkschaft syndicom und der Personalverband transfair über die Lohnmassnahmen 2024 geeinigt: 1,7 Prozent der anspruchsberechtigten Lohnsumme stehen für Lohnmassnahmen für die rund 28 300 Mitarbeitenden im GAV der Post CH und der PostFinance AG zur Verfügung. Der Mindestlohn sowie die Lohnbänder wurden ebenfalls angehoben.



# Lieferkette

Verantwortung in der Beschaffung

70



**April 2021**  
Nachhaltigkeitskriterien für öffentliche Beschaffungen werden weiterentwickelt.

**Januar 2022**  
Die neue Verordnung über Sorgfaltspflichten und Transparenz bezüglich Mineralien und Metallen aus Konfliktgebieten und Kinderarbeit (VSoTr) tritt in Kraft

**September 2022**  
Start des Projekts «verantwortungsvolle Beschaffung».

**Januar 2021**  
Das revidierte Beschaffungsrecht tritt in Kraft: Nachhaltigkeit wird ein wichtiges Merkmal.

**Juli 2021**  
Die Post wird zum 7. Mal von Fair Wear Foundation als «Leader» ausgezeichnet.

**Juli 2022**  
Einrichtung des Kompetenzzentrums «verantwortungsvolle Beschaffung».

Lieferfahrzeuge, Bekleidung, Papier oder Kugelschreiber: Die Post beschafft jährlich Waren, Dienst- und Bauleistungen im Wert von knapp 3 Milliarden Franken. Die Lieferanten sind in über 200 Branchen und 40 Ländern tätig.

Grundlage für die partnerschaftliche Zusammenarbeit ist der «Lieferantenkodex für verantwortungsvolle Beschaffung». Mit dessen Akzeptanz verpflichten sich die Lieferanten unter anderem, Menschenrechte einzuhalten, Kinderarbeit zu verbieten, faire Löhne zu zahlen und die Umwelt und das Klima entlang der Lieferkette zu schützen.

**Obligationenrecht Art. 964b sowie Art. 964j-I**

Dieses Kapitel behandelt die folgenden Themen in Anlehnung an die Bestimmungen von Art. 964b sowie Art. 964j-I (OR): Umweltbelange, Sozialbelange sowie Achtung der Menschenrechte, Bekämpfung der Korruption und Sorgfaltspflichten in der Lieferkette

➔ Siehe auch Global-Reporting-Initiative-Index Seite 97

**März 2023**

Managementsystem zur Überprüfung **menschenrechtlicher Sorgfaltspflicht und Umweltbelange** bei Lieferanten eingeführt.

**September 2023**

Meldestelle **PostCourage** für Betroffene in den Lieferketten und andere Interessengruppen **erweitert**.

**Juni 2024**

Sponsoring und Teilnahme am ersten «**Sustainable Procurement Day**».

**Dezember 2024**

**Nachhaltigkeit** ist in den **Beschaffungsprozessen integriert**.

**Mai 2023**

Verpflichtende **Gewichtung der Nachhaltigkeitskriterien** zu 15 Prozent bei Beschaffungen über 150 000 Franken.

**Dezember 2023**

**Erweiterter Lieferantenkodex** für verantwortungsvolle Beschaffung eingeführt.

**November 2024**

Programm zur **Messung der Nachhaltigkeitsleistung** von **Lieferanten** gestartet.

## Verantwortung in der Beschaffung

### Global Reporting Initiative (GRI):

- GRI 204 Managementansatz zu Beschaffungspraktiken 2016
- GRI 308 Managementansatz zu Umweltbewertung der Lieferanten 2016
- GRI 308-2 Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Massnahmen
- GRI 401 Managementansatz zu Beschäftigung 2016
- GRI 407-1 Betriebsstätten und Lieferanten, bei denen das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen bedroht sein könnte
- GRI 408-1 Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Kinderarbeit
- GRI 414 Managementansatz zur sozialen Bewertung der Lieferanten 2016
- GRI 414-1 Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden
- GRI 414-2 Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Massnahmen

→ Siehe auch Global-Reporting-Initiative-Index Seite 97

Die Treibhausgasemissionen entlang der Lieferketten sollen bis 2030 um 25 Prozent reduziert werden.

Die Post bezieht bei ihren Lieferanten jährlich Waren, Dienst- und Bauleistungen für knapp 3 Milliarden Franken. Mit diesem Beschaffungsvolumen trägt sie eine grosse Verantwortung gegenüber Menschen und Umwelt. Sie setzt sich für faire Lieferketten ein und wählt sozialverantwortliche Lieferanten mit klaren Zielen zur Reduktion von Treibhausgasen. Dabei verfolgt sie ein klares strategisches Ziel: Die Treibhausgasemissionen entlang der Lieferketten sollen bis 2030 um 25 Prozent und bis 2040 um 90 Prozent reduziert werden (Basisjahr 2021).

## Risikomanagement der Lieferkette

Die Post betrachtet ihre Lieferanten als Partner und Mitgestalter einer nachhaltigen Zukunft. Eine wichtige Grundlage für die partnerschaftliche Zusammenarbeit ist die Akzeptanz des Lieferantenkodex für verantwortungsvolle Beschaffung. Damit verpflichten sich die Lieferanten unter anderem zur Einhaltung der Menschenrechte, zur Zahlung von fairen Löhnen, zum Verbot von Kinderarbeit und zum Schutz der Umwelt und des Klimas entlang der Lieferketten. (GRI 204, 401) Der Kodex basiert auf schweizerischen und internationalen Normen wie den ILO-Standards zum Schutz der Arbeitnehmenden (GRI 407-1) sowie den Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte der Vereinten Nationen, die in der Schweiz und im Ausland gelten. Die Zahlungsmodalitäten sind in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen geregelt und werden in den Lieferantenverträgen spezifiziert. Bei ordnungsgemässer Rechnungsstellung erfolgt die Zahlung innerhalb der vereinbarten Zahlungsfrist.

Mittels eines Managementsystems, das auf dem OECD-Leitfaden zur Erfüllung der Sorgfaltspflicht für verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln beruht, stellt die Post sicher, dass der Lieferantenkodex für verantwortungsvolle Beschaffung eingehalten wird. Als Teil des Managementzyklus führt die Post jährlich eine Risikoprüfung in Bezug auf Menschenrechte und Umweltbelange durch. (GRI 414, 308) 2024 hat sie 8340 Lieferanten mittels einer externen Ratingplattform auf ethische, soziale und ökologische Risiken überprüft. (GRI 414-1, 308-2)

Die Risikoanalyse ergab, dass die Lieferanten in über 200 Branchen und 40 Ländern tätig sind. 20 der insgesamt 8340 Lieferanten gelten aufgrund ihrer Branche, ihres Standorts und der Risikofaktoren Umwelt, Arbeits- und Menschenrechte, Ethik und nachhaltige Beschaffung als Hochrisikolieferanten. (GRI 414-2, 308-2) 14 davon sind Bekleidungslieferanten, die zusätzlich von der Fair Wear Foundation (FWF) überprüft werden. Hier kann die Post ein branchenspezifisches Risiko ausschliessen. Die verbleibenden sechs Hochrisikolieferanten aus anderen Warengruppen werden im Rahmen des Lieferantenmanagements schrittweise sensibilisiert und Risiken gemeinsam minimiert.

Lieferanten, bei denen aufgrund des Produktionslandes ein potenzielles Risiko für Kinderarbeit besteht, hat die Post gesondert überprüft, und zwar gemäss den Vorgaben der Verordnung über Sorgfaltspflichten und Transparenz bezüglich Mineralien und Metallen aus Konfliktgebieten und Kinderarbeit (VSoTr). Diese Überprüfung hat ergeben, dass kein begründeter Verdacht auf Kinderarbeit besteht. Die geprüften Lieferanten verfügen entweder über ein positives Rating durch die Bewertungsplattform EcoVadis, erbringen entsprechende Nachweise oder sind in Branchen tätig, in denen das Risiko für Kinderarbeit ausgeschlossen werden kann. (GRI 408-1)



## Umgang mit Risikowarengruppen

Potenzielle Risiken im Bereich der Menschenrechte sind häufig in der vorgelagerten Lieferkette zu finden. In der Risikowarengruppe Bekleidung kennt die Post die Konfektionsbetriebe und deren Unterlieferanten, die Arbeitsbekleidung für die Post herstellen. Alle produzieren in der EU. Branchenspezifische Risiken der Warengruppe Bekleidung wie unfaire Entlohnung, Kinder-, Zwangs- oder Sklavenarbeit kann die Post aufgrund der langjährigen Zusammenarbeit mit der Fair Wear Foundation ausschliessen.

In anderen Warengruppen, z. B. bei Bekleidungsaccessoires wie Taschen, ist die Post noch nicht auf dem gleichen Stand. Sie strebt hier bis 2030 an, die Transparenz in der vorgelagerten Lieferkette deutlich zu erhöhen, um Risiken in den Bereichen Umwelt und Menschenrechte weiter zu minimieren. Es ist zu erwarten, dass die Zahl der Hochrisikolieferanten steigt, sobald die vorgelagerten Lieferketten umfassender analysiert werden können.

## Verpflichtende Nachhaltigkeitskriterien bei Beschaffungen

---

Die Post berücksichtigt bei der Auswahl von Lieferanten ökologische und soziale Aspekte.

---

Seit 2023 wendet die Post bei einem Beschaffungsvolumen ab 150 000 Franken verpflichtende Nachhaltigkeitskriterien an und gewichtet diese mit mindestens 15 Prozent. Damit berücksichtigt sie bei der Vergabe neben Preis und Qualität auch ökologische und soziale Aspekte. So wählt sie Lieferanten, die Ziele und Massnahmen zur Reduktion von Treibhausgasemissionen verfolgen, über ein Performance-Rating im Bereich Nachhaltigkeit oder über zertifizierte Gesundheits- und Sicherheitsmanagementsysteme. Die Mitarbeitenden des Einkaufs werden regelmässig zu den Themen nachhaltige Beschaffung und menschenrechtliche Sorgfaltspflicht geschult.

## Meldestelle PostCourage

Die extern betriebene, anonyme Meldestelle PostCourage kann seit 2023 auch von Lieferanten, Betroffenen in der Lieferkette oder anderen Interessengruppen genutzt werden, um Bedenken oder Hinweise auf Menschenrechtsverletzungen oder Umweltverstösse in der Lieferkette zu melden. Die Post hat ihre Lieferanten über die Meldestelle informiert und ihnen ein Poster zum Meldeprozess zur Verfügung gestellt. Die Möglichkeit, Beobachtungen und Bedenken bezüglich der Lieferkette zu melden, ist im Lieferantenkodex für verantwortungsvolle Beschaffung fest verankert. Mit der Akzeptanz des Kodex verpflichten sich die Lieferanten, die Post bei der Bearbeitung der Meldungen nach Möglichkeit zu unterstützen und im Falle von Menschenrechtsverletzungen geeignete Massnahmen zu ergreifen. Um die Meldestelle noch bekannter zu machen, informiert die Post Lieferanten von Warengruppen, bei denen Mitarbeitende grösseren Risiken ausgesetzt sind, persönlich. In den entsprechenden Audits mit ihren Lieferanten hat die Post Fragen zur Bekanntheit der Meldestelle ergänzt.

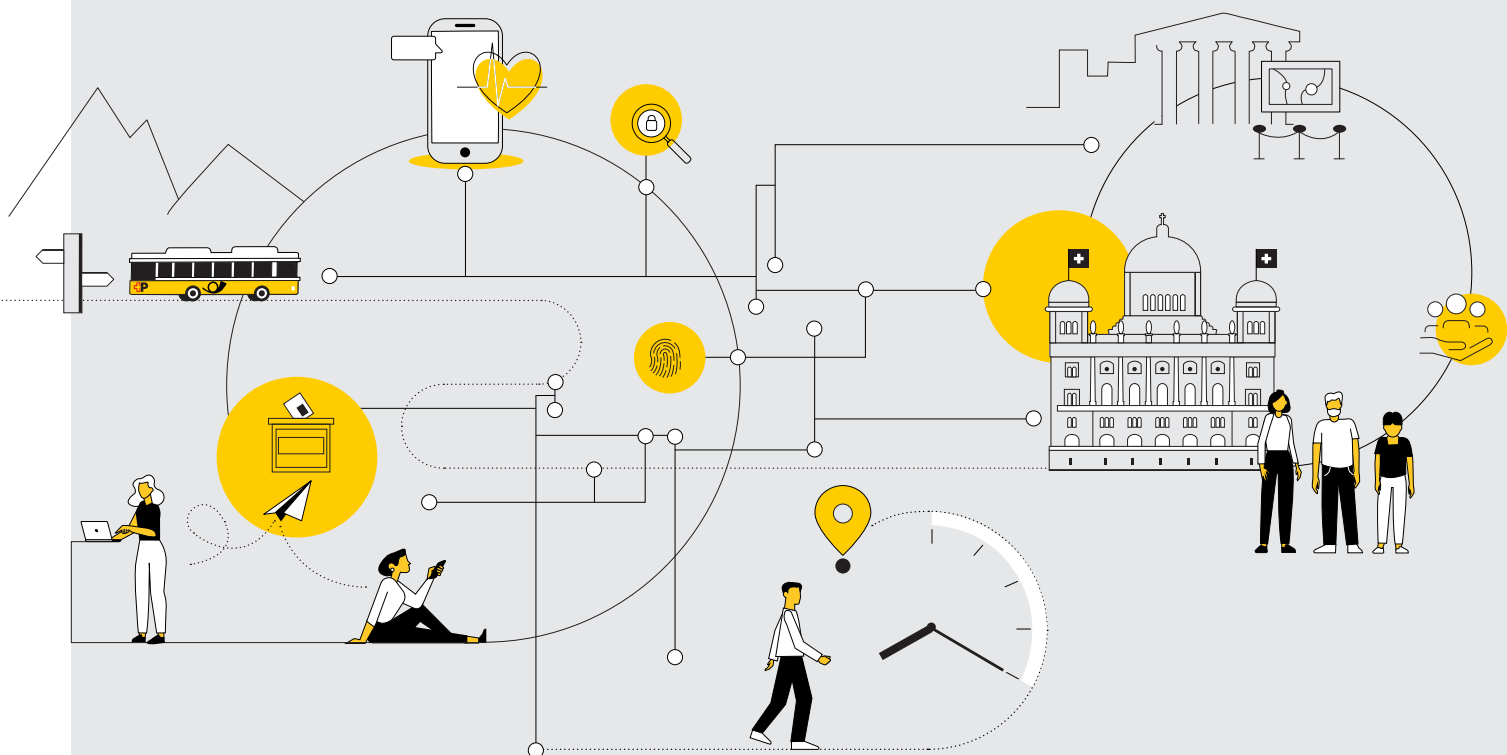


### Kreislauffähige Lösungen fördern

IT-Hardware wie Switches, Server, Laptops oder Monitore haben einen Lebenszyklus von 4 bis 5 Jahren. Danach müssen die Geräte in der Regel ersetzt werden. Die Post führt die ausgediente Hardware über zertifizierte Partnerbetriebe der Wiederaufbereitung und der Wiederverwendung zu. Die Post ist überzeugt, dass kreislauffähige Lösungen einen wichtigen Beitrag zur Erreichung ihres ambitionierten Klima- und Energieziels leisten. Sie arbeitet deshalb aktiv mit Partnern zusammen, um ressourcenschonende und umweltfreundliche Ansätze zu entwickeln. Um die Kreislaufwirtschaft in den Beschaffungsprozessen stärker zu verankern, hat die Post 2024 weitere warengruppenspezifische Kriterien definiert und Mitarbeitenden der Beschaffung entsprechende Hilfsmittel zur Umsetzung zur Verfügung gestellt.

# Volkswirtschaftlicher und gesellschaftlicher Mehrwert

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| Sicherung der Eigenwirtschaftlichkeit | 74 |
| Service public                        | 76 |
| Stakeholder-Engagement                | 78 |
| Gesellschaftliches Engagement         | 80 |



### Januar 2021

Weiterentwicklung und Ausbau der Paketlogistik und **Wachstum** in der **Güterlogistik**.

### Juni 2022

Gemeinsam gegen Armut: offizielle **Partnerschaft** mit dem **Schweizerischen Roten Kreuz (SRK)**.

### September 2022

**Netzöffnung:** Als erste neue Partnerinnen ziehen zwei Krankenversicherungen in den Filialen ein.

### Januar 2021

Die Post ist seit 2017 **Hauptpartnerin** der **Schweizer Wanderwege** und unterstützt den Volkssport mit Projekten.

### Februar 2021

Ziel zur **CO<sub>2</sub>-freien Zustellung** von Briefen und Paketen bis 2030 verabschiedet.

### September 2022

Die Post eröffnet einen **IT-Entwicklungsstandort** und sichert sich IT-Know.

Die Post stellt die flächendeckende Zustellung von Sendungen, den Zahlungsverkehr, ein dichtes Netz an Zugangspunkten und die Erreichbarkeit in allen Regionen der Schweiz sicher. Die Dienstleistungen der Grundversorgung bietet sie zu distanzunabhängigen Preisen an. Damit leistet sie einen wichtigen Beitrag zur Förderung der ländlichen Regionen und zur Gleichwertigkeit der Lebensbedingungen in der Schweiz. Die Post erbringt weitere Service-public-Dienstleistungen im öffentlichen Verkehr und bietet diverse Dienstleistungen im staatsnahen Umfeld an, so zum Beispiel das elektronische Patientendossier oder E-Voting. Die Post setzt sich für eine vielfältige und solidarische Gesellschaft ein und fördert wohltätige und kulturelle Projekte über Sprachgrenzen, Regionen und Generationen hinweg. Als Unternehmen im Besitz des Bundes und als eine der grössten Arbeitgeberinnen der Schweiz hat die Post viele Anspruchsgruppen. Mit ihnen steht sie im ständigen Dialog.

#### Obligationenrecht Art. 964b

Dieses Kapitel behandelt die folgenden Themen in Anlehnung an die Bestimmungen von Art. 964b (OR): Sozialbelange

→ Siehe auch Global-Reporting-Initiative-Index Seite 97

#### Oktober 2023

Der Weltpostverein zeichnet die Post zum sechsten Mal in Folge als **beste Post der Welt** aus.

#### Dezember 2023

Mit der Aktion **2 x Weihnachten** unterstützt die Post zusammen mit Partnern seit über 25 Jahren armutsbetroffene Menschen in der Schweiz.

#### Juni 2024

Die Postaufsichtsbehörde PostCom und das Bundesamt für Kommunikation BAKOM bewerten die Erfüllung des **Grundversorgungsauftrags** der Post mit **Bestnoten**.

#### Dezember 2024

Seit **100 Jahren** fördert die Post das **Kunstschaffen in der Schweiz**.

#### August 2023

Anlässlich des **175-Jahr-Jubiläums** feiert die Post mit ihren Mitarbeitenden und der Bevölkerung.

#### Oktober 2024

**100 Millionen Franken** will die Post in den nächsten vier Jahren in ihr **Filialnetz investieren**.

---

## Sicherung der Eigenwirtschaftlichkeit

### Global Reporting Initiative (GRI):

- GRI 201 Managementansatz zur wirtschaftliche Leistung 2016
- GRI 203 Managementansatz zu indirekten ökonomischen Auswirkungen 2016
- GRI 203-1 Infrastrukturinvestitionen und geförderte Dienstleistungen
- GRI 203-2 Erhebliche indirekte ökonomische Auswirkungen
- Siehe auch Global-Reporting-Initiative-Index Seite 97

---

Die Post will den Service public auch in Zukunft aus eigener Kraft finanzieren.

---

Die Strategie «Post von morgen» ist darauf ausgerichtet, dass die Post langfristig eigenwirtschaftlich handeln kann. Deshalb baut sie ihre Angebote in ausgewählten Märkten nahe ihrem Kerngeschäft gezielt aus und reduziert damit die Abhängigkeit von zukünftig rückläufigen Märkten. GRI 201 Die neuen Angebote orientieren sich konsequent an den heutigen und zukünftigen Bedürfnissen der Menschen in der Schweiz. Gleichzeitig optimiert die Post ihre Kosten und gestaltet ihre Preise zukunftsfähig. Nur so kann sie langfristig relevant bleiben und die Grundversorgung und den Service public in gewohnt hoher Qualität erbringen und aus eigener Kraft finanzieren.

Um ihre Eigenwirtschaftlichkeit langfristig zu sichern, verfolgt die Post vier strategische Stossrichtungen:

– **Durch Wachstum Diversifikation fördern**

Die Post ist in ihrem Kerngeschäft in den drei Geschäftsfeldern Kommunikation und Logistik, Personenverkehr und Finanzdienstleistungen tätig. Hauptziel dabei: das System Post im Gleichgewicht zu halten, nicht als Unternehmen grösser zu werden. Dabei orientiert sich die Post konsequent an den heutigen und künftigen Bedürfnissen der Menschen in der Schweiz und investiert dort, wo langfristig Potenzial besteht.

– **Durch Preisgestaltung marktfähig bleiben**

Die Post stellt sicher, dass ihre Preise marktgerecht und kostendeckend sind. Preisanpassungen bei Briefen, Paketen und Zeitungen, die zum Grundversorgungsauftrag gehören, werden vom Preisüberwacher (PUE) überprüft. Dadurch wird sichergestellt, dass die Preismassnahmen gerechtfertigt und angemessen sind.

– **Durch Effizienzmassnahmen Kosten optimieren**

Die Post muss kosteneffizient bleiben, um in ihre nachhaltige Entwicklung investieren zu können. Durch optimalen Ressourceneinsatz und eine effiziente Prozessgestaltung sichert die Post ihre Wettbewerbsfähigkeit und erbringt die Grundversorgung effizient. Dazu stellt sie leistungsfähige Infrastrukturen und effiziente Zustell- und Sortierprozesse sicher.

– **Durch Weiterentwicklung des Kerngeschäfts relevant bleiben**

Die Post sichert ihre Relevanz, indem sie ihr Kerngeschäft weiterentwickelt und transformiert. Die angebotenen Service-public-Dienstleistungen sollen den Erwartungen und Bedürfnissen der Menschen in der Schweiz entsprechen, so dass die Produkte und Dienstleistungen täglich genutzt werden. Die Post gestaltet ihre Produkte, Dienstleistungen und Kontaktpunkte dazu kundengerecht und verbindet die physische mit der digitalen Welt.

Nur eine nachhaltige Geschäftsentwicklung sichert die Eigenwirtschaftlichkeit der Post und gewährleistet die langfristige Stabilität des Systems Post trotz sich ändernder Nachfrage. Dies erfordert gezielte Investitionen in zukunftsfähige Geschäftsmodelle (z. B. durch Beteiligungen an Gesellschaften), Infrastruktur, Dienstleistungen und Knowhow. Die für Investitionen verfügbaren Mittel leiten sich aus den strategischen Vorgaben des Eigners zur Nettoverschuldung ab, so dass mit beschränkten Mitteln optimale Investitionsentscheidungen zu treffen sind. Die Post misst die Einhaltung bzw. Erreichung ihrer Ziele anhand des EBIT zuzüglich des Erfolgs der assoziierten Gesellschaften und des geschaffenen Unternehmensmehrwerts.

**Sicherung der Eigenwirtschaftlichkeit**

| 2022–2024                                | GRI-Referenz | Einheit  | 2022  | 2023  | 2024  |
|--|--------------|----------|-------|-------|-------|
| Betriebsergebnis                         | 201-1        | Mio. CHF | 358   | 323   | 401   |
| Unternehmensmehrwert                     | 201-1        | Mio. CHF | –96   | –215  | –202  |
| Eigenfinanzierungsgrad der Investitionen | 201-1        | %        | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

➕ Weitere Kennzahlen ab Seite 81

Mehr zur Geschäftsentwicklung im Finanzbericht → ab Seite 32.

## Das Erfolgsmodell Post

Die Leistungen der Grundversorgung und die Eigenwirtschaftlichkeit müssen in der Balance sein.

Das Gleichgewicht zwischen der Leistungserbringung in der Grundversorgung und im Service public und ihrer eigenwirtschaftlicher Finanzierung ist das Erfolgsmodell der Post. Der Eigener bekennt sich mit den strategischen Zielen des Bundesrats dazu. Die Strategie «Post von morgen», basierend auf den strategischen Zielen des Bundesrats, der Raison d'être und der Vision der Post, will dieses Gleichgewicht auch in Zukunft sicherstellen.

Die Eigenwirtschaftlichkeit ist ein zentrales Element der Corporate Governance des Bundes. Staatliche Aufgaben und Dienstleistungen, die marktfähig sind, sollen ausgelagert, weitgehend im Wettbewerb und gegen Entrichtung eines Marktpreises erbracht werden. Die Eigenwirtschaftlichkeit der Post ist ein Erfolgsmodell, das der Schweizer Bevölkerung eine weltweit einzigartige postalische Grundversorgung garantiert, die sich am Markt entwickelt und vollständig ohne Steuergelder finanziert wird. **GRI 203** Dieses Erfolgsmodell ist keine Selbstverständlichkeit und muss mit vier «Stellschrauben» immer wieder sorgfältig austariert werden:

- Um die finanzielle Tragbarkeit der Grundversorgung und des Service public sicherzustellen, entwickelt die Post ihre Dienstleistungen und Infrastrukturen nachfrageorientiert weiter und agiert als Unternehmen am Markt. **GRI 203-1**
- Um die Relevanz der Grundversorgung sicherzustellen, entwickelt der Gesetzgeber die Vorgaben weiter und sorgt dafür, dass alle Menschen in der Schweiz auch in einer digitalen Welt am gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Leben teilhaben können. **GRI 203-2**
- Gleichzeitig stellt der Gesetzgeber sicher, dass die gesetzlichen Anforderungen an die Post im Bereich der Grundversorgung nachfrageorientiert weiterentwickelt werden und für die Post damit finanziell tragbar bleiben.
- Zum Schutz der Umwelt, des Klimas und der Mitarbeitenden entwickelt die Post Branchensstandards, mit denen die Arbeitsbedingungen geregelt werden, damit der Wettbewerb nicht auf dem Rücken Schutzbedürftiger ausgetragen wird.

## Service public

### Global Reporting Initiative (GRI):

- [GRI 202](#) Managementansatz zu Marktpräsenz 2016
  - [GRI 202-2](#) Anteil der aus der lokalen Gemeinschaft angeworbenen oberen Führungskräfte
  - [GRI 203](#) Managementansatz zu indirekten ökonomischen Auswirkungen 2016
  - [GRI 203-1](#) Infrastrukturinvestitionen und geförderte Dienstleistungen
  - [GRI 203-2](#) Erhebliche indirekte ökonomische Auswirkungen
- Siehe auch Global-Reporting-Initiative-Index Seite 97

## Mehrwert für die Schweiz

Die Post schafft dank ihrer dezentralen Aufstellung sowie der hohen Qualität und Zuverlässigkeit ihrer Dienstleistungen einen einzigartigen Mehrwert für die Schweiz und ihre Wirtschaft. Mit ihren 5003 Zugangspunkten betreibt sie ein dichtes Netz. In Randregionen stellt sie nicht nur den Zugang zu Post- und Zahlungsverkehrsdienstleistungen sicher, sondern auch den Anschluss an den öffentlichen Verkehr. PostAuto betreibt in 23 von 26 Kantonen den regionalen Personenverkehr. 477 der 1971 Gemeinden (über 24 Prozent) sind einzig durch PostAuto an das Schweizer ÖV-Netz angeschlossen. [GRI 202](#) Die Post will der Motor für eine digitale und vernetzte Schweiz sein. Digitale Lösungen sind beispielsweise die ePost-App – der digitale Briefkasten der Post – oder das elektronische Patientendossier (siehe Kapitel Digitalisierung und Innovation auf → Seite 43). [GRI 203-1](#)

Die Post ist in ländlichen Gebieten eine bedeutende Arbeitgeberin.

In der ganzen Schweiz und insbesondere auch in ländlichen Gebieten ist die Post eine bedeutende Arbeitgeberin: Von den rund 45 000 Personen arbeiten rund 16 000 in ländlichen Gebieten und Bergregionen. [GRI 202-2](#) Sie sind in allen Sprachregionen, in allen Kantonen und in 802 Gemeinden für die Post im Einsatz. [GRI 203-2](#)



### Die Post wurde 175 Jahre alt

2024 war ein Jubiläumsjahr: Seit 175 Jahren verbindet die Post Menschen, Unternehmen und Organisationen in der Schweiz und mit dem Ausland. Anlässlich dieses Jubiläums organisierte die Post zahlreiche Anlässe, um ihre Geschichte des steten Wandels zu würdigen und Unterstützung für ihre Zukunft zu gewinnen. Dazu gehörten unter anderem Sonderführungen sowie Familientage im Museum für Kommunikation Bern, Tage der offenen Tür in Filialen und im Zentrum für Kryptografie. An acht Standorten in der ganzen Schweiz lud die Post zu Schnitzeljagden ein. Am 3. Juli 2024 strahlte das Schweizer Radio und Fernsehen (SRF) eine Live-Sonderausstrahlung über die Post aus.

Gleichzeitig feierten die drei nationalen Paketzentren Härkingen (SO), Daillens (VD) und Frauenfeld (TG) ihr 25-jähriges Bestehen. In allen drei Zentren organisierte die Post Sonderführungen, die Einblicke in die Postlogistik von gestern, heute und morgen gaben.

Mehr zum Jubiläum unter:

- [post.ch/de/ueber-uns/portraet/175-jahre-post](https://post.ch/de/ueber-uns/portraet/175-jahre-post)
- [175 Jahre – Die Post als Motor der modernen Schweiz \(PDF\)](#)

## Grundversorgungsauftrag

Die Post zahlt dem Bund jährlich eine Dividende.

Diesen Mehrwert für die Schweiz schafft die Post insbesondere aufgrund ihres Auftrags zur Erbringung der Grundversorgung mit Postdiensten und Zahlungsverkehr. Sie erfüllt diesen Auftrag eigenwirtschaftlich, das heisst, sie erhält keine staatlichen Finanzhilfen. Ganz im Gegenteil: Trotz finanzieller Belastung durch die Grundversorgung zahlte die Post dem Bund in den letzten zehn Jahren 1,25 Milliarden Franken Dividenden aus. [GRI 203](#)

Die gesetzlichen Vorgaben verpflichten die Post, Briefe auch dort täglich zuzustellen, wo es für private Wettbewerber nicht rentabel wäre. Zudem müssen alle Dienstleistungen der postalischen Grundversorgung zu distanzunabhängigen Preisen angeboten werden: Der Preis für einen Brief von

Zürich nach Basel ist derselbe wie von Poschiavo nach Pruntrut, obwohl der zweite Brief bei der Post deutlich höhere Kosten verursacht. Dies ist ein wesentlicher Beitrag zur Förderung ländlicher Gebiete und zur Gleichheit der Lebensbedingungen und fördert die Regionalentwicklung und Kohäsion in der Schweiz.

Die Dienstleistungen der Grundversorgung müssen bestimmte Qualitätsstandards erfüllen. So müssen die Post- und Zahlungsverkehrsdienstleistungen beispielsweise bestimmte Erreichbarkeitskriterien erfüllen. Zudem müssen Briefe, Pakete und Zeitungen gewisse Kriterien bezüglich Pünktlichkeit einhalten. Die Qualität der Grundversorgung ist in der Postgesetzgebung geregelt und wird vom Bund (BAKOM und PostCom) überwacht. Die Qualitätsvorgaben sind im internationalen Vergleich streng. Trotzdem werden sie von der Post jährlich erfüllt, teils sogar übererfüllt.

| Service public   |              |         |       |       |       |
|--|--------------|---------|-------|-------|-------|
| 2022–2024  | GRI-Referenz | Einheit | 2022  | 2023  | 2024  |
| Kundenzugangspunkte  |              | Anzahl  | 4 968 | 4 963 | 5 003 |
| Erreichbarkeit innerhalb von 20 Minuten zu Fuss oder mit dem ÖV <sup>1</sup> |              |         |       |       |       |
| Postdienste  |              | %       | 97,2  | 96,7  | 96,7  |
| Zahlungsverkehr  |              | %       | 99,3  | 98,1  | 98,1  |
| Zustellqualität  |              |         |       |       |       |
| A-Post-Briefe <sup>2,3</sup>   |              | %       | 97,2  | 97,3  | 97,4  |
| Economy-Pakete <sup>2,3</sup>  |              | %       | 96,9  | 99,6  | 99,6  |

<sup>1</sup> Anteil der ständigen Wohnbevölkerung

<sup>2</sup> Anteil pünktlich zugestellte Sendungen

<sup>3</sup> Die Werte 2022 wurden nach der alten, bis 2022 geltenden Methodik erhoben und sind folglich nicht vergleichbar mit den Werten 2023 und 2024.

+ Weitere Kennzahlen ab Seite 81

#### Erste Schritte für eine moderne Grundversorgung: Der Bundesrat schlägt mögliche Anpassungen ab 2026 vor

Der Grundversorgungsauftrag hält fest, welche Angebote die Post in welcher Qualität mindestens erbringen muss. Er ist gesetzlich verbindlich und bildet die Grundlage für das Dienstleistungsangebot der Post. Die Nachfrage nach den Dienstleistungen der Grundversorgung hat sich stark verändert und verändert sich weiter. Daher ist die Frage aktuell, welche Grundversorgung in den nächsten Jahrzehnten im Postbereich für die Schweiz sinnvoll ist.

Der Bundesrat hat folgende Vorschläge zur Anpassung des Grundversorgungsauftrags ab 2026 vorgelegt:

- Ergänzung des physischen Briefs durch ein digitales Briefangebot
- Harmonisierung der Laufzeiten: 90 Prozent der Briefe und Pakete müssen pünktlich zugestellt werden
- Zustellung von Briefen und Paketen in alle ganzjährig bewohnten Siedlungen (heute in alle ganzjährig bewohnten Häuser)
- Zugang zu elektronischen Dienstleistungen im Zahlungsverkehr

Die Post begrüsst die vom Bundesrat vorgeschlagenen Anpassungen des Grundversorgungsauftrags mehrheitlich. Sie sind ein erster wichtiger Schritt hin zu einem zukunftsgerichteten Auftrag für die Post. Dieser sollte zusätzlich durch eine baldige Gesetzesrevision definiert werden.

---

## Stakeholder-Engagement

### Global Reporting Initiative (GRI):

- GRI 2-28 Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen
  - GRI 2-29 Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern
  - GRI 415 Managementansatz zur politischen Einflussnahme 2016
  - GRI 415-1 Parteispenden
- Siehe auch Global-Reporting-Initiative-Index Seite 97

---

Die Post steht im ständigen Dialog mit ihren Anspruchsgruppen.

---

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

GRI 2-29

#### – Mitarbeitende und Arbeitnehmendenvertretungen

Die Post pflegt den Dialog mit ihren Mitarbeitenden über die jährliche Personalumfrage und über halbjährliche Entwicklungsgespräche zwischen Mitarbeitenden und Führungspersonen. Über die Sozialpartnerschaft werden in jährlichen Gesprächen die Interessen der Mitarbeitenden und der Post in Einklang gebracht. Die Post ermöglicht eine gute Vereinbarkeit von Familie, Beruf und Freizeit sowie fortschrittliche Anstellungsbedingungen (siehe Kapitel Dialog mit Mitarbeitenden und Arbeitnehmendenvertretungen auf → Seite 64). Auch über die internen Meldestellen und Plattformen ist die Post laufend im Kontakt mit ihren Mitarbeitenden (siehe Gesundheit, Sicherheit und Wohlbefinden der Mitarbeitenden, → Seite 55).

#### – Geschäfts- und Privatkundinnen und -kunden

Über das Post Contact Center, über ihr Filialnetz und im direkten Kontakt über die Brief- und Paketzustellerinnen und -zusteller sowie die Postautofahrerinnen und -fahrer pflegt die Post den täglichen Kontakt zu ihren Kundinnen und Kunden. Um die Kundenerfahrungen systematisch zu erheben, wird jährlich eine Kundenzufriedenheitsmessung bei Geschäfts- und Privatkundinnen und -kunden sowie quartalsweise eine Image- und Reputationsanalyse bei der Bevölkerung durchgeführt. Ziel ist es, das konzernübergreifende Dienstleistungsangebot proaktiv auf die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden abzustimmen (siehe Kapitel Kundenzentrierung und Relevanz für die Kundinnen und Kunden auf → Seite 40).

#### – Lieferanten

Die Post pflegt partnerschaftliche Beziehungen zu ihren Lieferanten. Eine wichtige Grundlage ist die Akzeptanz des Lieferantenkodex für verantwortungsvolle Beschaffung. Damit verpflichten sich die Lieferanten unter anderem zur Einhaltung der Menschenrechte, zum Verbot von Kinderarbeit und zum Schutz der Umwelt und des Klimas entlang den Lieferketten. Verstösse gegen den Lieferantenkodex können entlang der Lieferkette der Post anonym bei der Meldestelle PostCourage gemeldet werden. Ziel ist es, gemeinsam mit den Lieferanten die Lieferkette fairer und nachhaltiger zu gestalten (siehe Kapitel Verantwortung in der Beschaffung auf → Seite 70).

#### – Gesellschaft

Die Post erfüllt den Grundversorgungsauftrag mit Postdiensten und Zahlungsverkehr eigenwirtschaftlich und wird jährlich von PostCom und BAKOM hinsichtlich der Qualität beurteilt. Mit ihrem Service public leistet die Post einen zusätzlichen Beitrag für die Schweizer Gesellschaft (siehe Kapitel Service public auf → Seite 76). Sie unterstützt auch nationale und lokale Engagements zur Förderung des Zusammenhalts über Sprachgrenzen und Generationen hinweg (siehe Kapitel Gesellschaftliches Engagement auf → Seite 78).



### – Eigner

Innerhalb der Bundesverwaltung nimmt das Generalsekretariat des Departements für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK) in Zusammenarbeit mit der Eidgenössischen Finanzverwaltung (EFV) die Aufgaben des Eigners wahr. Gemäss den strategischen Zielen des Bundesrats für die Post besprechen Vertreterinnen und Vertreter des Eigners (UVEK und EFV) und die Mitglieder der Konzernleitung vierteljährlich die wichtigsten Geschäfte. Weiter tauscht sich die Post laufend mit dem Bund über die Qualität und die Weiterentwicklung der Grundversorgung aus (siehe Kapitel Gesetzlicher Auftrag im Finanzbericht auf → Seite 22).

Der Eigner erhält von der Post jährlich die Berichterstattung zu den strategischen Zielen (siehe Kapitel Strategische Ziele des Bundesrats im Finanzbericht auf → Seite 23) und den Geschäftsbericht zur Genehmigung. An der Generalversammlung vom 30. April 2024 hat der Bund als Alleinaktionär der Post sämtliche Anträge des Verwaltungsrats genehmigt. Den Mitgliedern des Verwaltungsrats hat er für das Geschäftsjahr 2023 die volle Entlastung erteilt. Die Dividende, die die Post dem Bund für 2023 aus dem verfügbaren Gewinn ausschüttet, beträgt wie bereits im Vorjahr 50 Millionen Franken.

### – Aufsichts- und Regulierungsbehörden

Die Post und ihre Konzerngesellschaften werden durch die jeweils für den Sektor zuständige Aufsichtsbehörde beaufsichtigt. Die Eidgenössische Postkommission (PostCom) überwacht den Postmarkt und die Grundversorgung im Bereich der Postdienste. Das Bundesamt für Kommunikation (BAKOM) ist für die Überwachung der Grundversorgung im Zahlungsverkehr und der Presseförderung zuständig. PostFinance wird von der eidgenössischen Finanzmarktaufsicht (FINMA) überwacht. Die Aufsicht über PostAuto als konzessioniertes Transportunternehmen obliegt dem Bundesamt für Verkehr (BAV). Periodisch findet je ein Austausch mit der PostCom, dem BAKOM und dem BAV statt, einmal jährlich ein Spitzentreffen. Zusätzlich zu den spezifischen Regulierungsbehörden wird die Post, wie andere Marktteilnehmer auch, von der Wettbewerbskommission (WEKO) und dem Preisüberwacher beaufsichtigt.

### – Politik

Die nationale Politik befasst sich als Gesetzgeberin laufend mit der Post und postalischen Themen. Mitglieder von National- und Ständerat, Kommissionen oder Fraktionen reichen politische Vorstösse zur Post ein und nehmen so aktiv Einfluss auf die Rahmenbedingungen. Auch auf kantonaler Ebene pflegt die Post den politischen Dialog: Einmal jährlich trifft sie die kantonalen Volkswirtschaftsdirektionen und bespricht mit ihnen unter anderem die Weiterentwicklung des Filialnetzes und weitere Aspekte der Postversorgung, die Dienstleistungen, ihre Rolle als Arbeitgeberin oder strategische Dossiers. Im Rahmen der Netzentwicklung ist die Post auch mit lokalen Behörden in Kontakt: Bei Umwandlungen sucht sie das Gespräch mit den betroffenen Gemeinden.

Mit all den beschriebenen Anspruchsgruppen der öffentlichen Hand pflegt die Post einen intensiven Austausch zu den Themen Service public, Post in der digitalen Welt, Logistik und Zustellung sowie Mobilität von morgen. Ihre politische Arbeit ist geprägt durch transparente Information, aber gleichzeitig parteipolitischer Neutralität. (GRI 415) Die Post verpflichtet und unterstützt keine politischen Kampagnen oder Parteien. (GRI 415-1) Ist sie direkt betroffen, positioniert sie sich und stellt Informationen zur Verfügung. Die Positionspapiere der Post sind unter → [post.ch/de/ueber-uns/portraet/post-und-politik](https://post.ch/de/ueber-uns/portraet/post-und-politik) abrufbar.

### – Industrieverbände

Die Rahmenbedingungen im europäischen und globalen Postsektor wirken sich auch auf die Geschäftsaktivitäten der Post aus. Sie ist im internationalen Umfeld aktiv, indem sie sich in den internationalen Postorganisationen, namentlich im Weltpostverein (Universal Postal Union) unter Federführung des BAKOM, bei PostEurop, dem Verband der europäischen Postunternehmen, sowie bei der International Post Corporation (IPC) engagiert. Durch ihren Einsitz in den jeweiligen Gremien beeinflusst die Post auch die politisch-regulatorischen Vorgaben zu Nachhaltigkeit.

Weitere Kontakte pflegt die Post punktuell mit nationalen Verbänden und Organisationen wie beispielsweise mit dem Schweizer Städteverband, dem Schweizer Gemeindeverband und der Stiftung für Konsumentenschutz sowie mit bundesnahen Unternehmen. (GRI 2-28)

---

## Gesellschaftliches Engagement

---

Die Post engagiert sich für die Schweizer Wirtschaft und Gesellschaft.

---

Die Post nimmt ihre soziale Verantwortung wahr und stellt ihr Wissen in den Dienst nationaler und lokaler gesellschaftlicher Anliegen. Sponsoringengagements erfolgen konsequent nach definierten Kriterien, müssen mit den Werten der Post übereinstimmen, dürfen Gesundheit und Umwelt nicht belasten und keine politische Ausrichtung haben (weitere Informationen im Finanzbericht, Kapitel Marken auf → Seite 16).

### Engagements für die Schweiz

Die Post unterstützt kulturelle Projekte und Freizeitprogramme zur Förderung des Zusammenhalts über Sprachgrenzen, Regionen und Generationen hinweg, und sie sammelt und fördert Kunst. Für die folgenden Engagements ist die Post langfristige Partnerschaften eingegangen:

- **Schweizer Wanderwege:** Seit 2017 ist die Post Hauptpartnerin der Schweizer Wanderwege und unterstützt den beliebtesten Volkssport der Schweiz (→ [post.ch/wandern](https://post.ch/wandern)).
- **Museum für Kommunikation (MfK):** Das MfK ist das einzige Museum in der Schweiz, das sich der Kommunikation und ihrer Geschichte widmet. Die Post ist Stiftungspartnerin. Mehr Informationen im Jahresbericht auf → Seite 87.
- **Offizielle Partnerschaft mit dem Schweizerischen Roten Kreuz (SRK):** Im Fokus steht die Aktion 2 x Weihnachten, die die Post seit mehr als 25 Jahren unterstützt. Im Jahr 2024 wurden 57 600 Pakete für armutsbetroffene Menschen in der Schweiz gespendet. 104 freiwillige Mitarbeitende haben beim Sortieren der Ware geholfen.
- **Locarno Film Festival:** Seit über 20 Jahren ist die Post Sponsorin des Locarno Film Festivals. Post-Auto bietet während des Festivals einen kostenlosen Shuttle-Service an (→ [post.ch/locarno-festival](https://post.ch/locarno-festival)).
- **Engagement für die Kunst:** Seit 1924 engagiert sich die Post für das Schweizer Kunstschaffen. Die Kunstsammlung umfasst rund 470 Werke.
- **Schweizer Eishockey:** PostFinance unterstützt die beiden höchsten Eishockeyligen der Schweiz, die Women's League und die National League, und insbesondere den Eishockeynachwuchs.
- **Lernmedien Post:** Lernmedien Post ist ein kostenloses Angebot für Lehrpersonen, um Schülerinnen und Schülern der Volks-, Berufs- und Mittelschulen Themen rund um die Post mit hochwertigen Unterrichtsmaterialien spielerisch zu vermitteln.

PostFinance unterstützt mit dem kostenlosen Angebot MoneyFit Schulen, Betriebe und Familien bei der finanziellen Bildung von Kindern und Jugendlichen.

### Wirtschaftssponsoring

Die Post fördert durch Partnerschaften den Austausch mit Unternehmen und begleitet sie auf dem Weg der digitalen Transformation.

- Als Partnerin des SEF.NextGen fördert die Post gemeinsam mit anderen Unternehmen das unternehmerische Denken der jungen Generation. 2024 befassten sich 20 junge Menschen mit einer Frage zu den digitalen Dienstleistungen der Post.
- Die Post unterstützt den Schweizer Nachhaltigkeitspreis Green Business Award. Dieser zeichnet Schweizer Unternehmen aus, die ökologische Innovationen mit wirtschaftlichem Erfolg verbinden.

# Kennzahlen

Zur Unterstützung der Berichterstattung wird ein Glossar bereitgestellt. Es klärt und definiert zentrale Begriffe und fördert ein gemeinsames Verständnis. Die Definitionen spiegeln die aktuelle Perspektive wider und werden kontinuierlich verfeinert, sobald sich das Verständnis weiterentwickelt.

➔ [Glossar zum Nachhaltigkeitsbericht 2024 \(PDF\)](#)

## Governance

### Corporate Governance

| Corporate Governance  |              |                                    |          |          |          |
|---|--------------|------------------------------------|----------|----------|----------|
| 2022–2024   | GRI-Referenz | Einheit                            | 2022     | 2023     | 2024     |
| <b>Verwaltungsrat</b>   |              | <b>Personen</b>                    | <b>9</b> | <b>9</b> | <b>9</b> |
| Exekutive Mitglieder  |              | Personen                           | 0        | 0        | 0        |
| Nicht-exekutive Mitglieder  |              | Personen                           | 9        | 9        | 9        |
| Anteil unabhängige Mitglieder   |              | %                                  | 100,0    | 100,0    | 100,0    |
| Personalvertretung  |              | Personen                           | 2        | 2        | 2        |
| Geschlechterverteilung  |              |                                    |          |          |          |
| Weiblich  | 405-1        | %                                  | 44,4     | 44,4     | 44,4     |
| Männlich  | 405-1        | %                                  | 56,6     | 55,6     | 55,6     |
| Alter   |              |                                    |          |          |          |
| Unter 30 Jahre alt  | 405-1        | Personen                           | 0        | 0        | 0        |
| Zwischen 30–49 Jahre alt  | 405-1        | Personen                           | 2        | 1        | 1        |
| ab 50 Jahre alt   | 405-1        | Personen                           | 7        | 8        | 8        |
| Nationalität  |              |                                    |          |          |          |
| Schweiz   | 202-2        | Personen                           | 8        | 7        | 7        |
| EU  | 202-2        | Personen                           | 1        | 2        | 2        |
| <b>Konzernleitung</b>   |              | <b>Personen</b>                    | <b>8</b> | <b>8</b> | <b>8</b> |
| Geschlechterverteilung  |              |                                    |          |          |          |
| Weiblich  | 405-1        | %                                  | 25,0     | 25,0     | 25,0     |
| Männlich  | 405-1        | %                                  | 75,0     | 75,0     | 75,0     |
| Alter   |              |                                    |          |          |          |
| Unter 30 Jahre alt  | 405-1        | Personen                           | 0        | 0        | 0        |
| Zwischen 30–49 Jahre alt  | 405-1        | Personen                           | 1        | 1        | 1        |
| ab 50 Jahre alt   | 405-1        | Personen                           | 7        | 7        | 7        |
| Nationalität  |              |                                    |          |          |          |
| Schweiz   | 202-2        | Personen                           | 7        | 7        | 7        |
| EU  | 202-2        | Personen                           | 1        | 1        | 2        |
| <b>Variable Vergütung Konzernleitung<sup>1</sup></b>                                      |              |                                    |          |          |          |
| Variable Vergütung in Abhängigkeit von nachhaltigkeitsbezogenen Zielen und/oder Wirkungen | 2-19         | Anteil an Gesamtentschädigung in % | 15,78    | 15,18    | 15,01    |

<sup>1</sup> siehe Finanzbericht 2024, S. 77 ff.

## Unternehmensethik, Integrität und Compliance

### Datenschutz<sup>1</sup>

| 2022–2024  | GRI-Referenz | Einheit | 2022 | 2023  | 2024  |
|--|--------------|---------|------|-------|-------|
| Meldungen an betroffene Personen oder Aufsichtsbehörde EDÖB <sup>2</sup> |              | Anzahl  | 1    | 1     | 2     |
| Eingegangene Datenschutzbegehren   |              | Anzahl  | 195  | 245   | 211   |
| Auskunftsbegehren  |              | Anzahl  | 48   | 64    | 58    |
| Sperr- und Löschbegehren <sup>3</sup>                                    |              | Anzahl  | 147  | 181   | 153   |
| Sperrbegehren  |              | Anzahl  | N/A  | N/A   | 119   |
| Löschbegehren  |              | Anzahl  | N/A  | N/A   | 34    |
| Durchgeführte Schulungen im Bereich Datenschutz                          |              | Anzahl  | N/A  | 6 444 | 1 666 |
| Abschlussquote   |              | %       | N/A  | 99,2  | 91,8  |

1 Ohne PostFinance

2 Die Werte der Jahre 2021 und 2022 beinhalten nur Meldungen an die Aufsichtsbehörde EDÖB

3 In den Jahren 2021 und 2022 wurden Sperr- und Löschbegehren nicht getrennt erfasst.

## Umwelt

### Klima

| 2022–2024   | GRI-Referenz | Einheit                  | 2022             | 2023             | 2024             |
|---|--------------|--------------------------|------------------|------------------|------------------|
| <b>Treibhausgasemissionen (Scope 1–3)<sup>1</sup></b>           | <b>305</b>   | <b>t CO<sub>2</sub>e</b> | <b>2 205 839</b> | <b>2 101 486</b> | <b>1 770 968</b> |
| Scope-1-Emissionen  | 305-1        | t CO <sub>2</sub> e      | 245 924          | 239 907          | 238 377          |
| Scope-2-Emissionen  | 305-2        | t CO <sub>2</sub> e      | 2 901            | 2 143            | 1 740            |
| Standortbasiert   | 305-2        | t CO <sub>2</sub> e      | 16 298           | 16 078           | 4 053            |
| Marktbasiert <sup>2</sup>                                       | 305-2        | t CO <sub>2</sub> e      | 2 901            | 2 143            | 1 740            |
| Emissionen Scope 1 und 2  | 305-2        | t CO <sub>2</sub> e      | 248 825          | 242 051          | 240 117          |
| Personentransport (PostAuto)                                    | 305-1        | t CO <sub>2</sub> e      | 134 961          | 136 426          | 138 713          |
| Gütertransport eigene LKWs                                      | 305-1        | t CO <sub>2</sub> e      | 57 237           | 51 398           | 48 823           |
| Gütertransport eigene Fahrzeuge bis 3,5 t                       | 305-1        | t CO <sub>2</sub> e      | 21 063           | 19 677           | 19 290           |
| Wärmeerzeugung  | 305-1        | t CO <sub>2</sub> e      | 12 987           | 12 296           | 11 420           |
| Fahrzeugleasing an Dritte                                       | 305-1        | t CO <sub>2</sub> e      | 17 271           | 17 793           | 18 051           |
| Rest <sup>3</sup>   | 305-1        | t CO <sub>2</sub> e      | 5 306            | 4 461            | 3 819            |
| Scope-3-Emissionen  | 305-3        | t CO <sub>2</sub> e      | 1 957 013        | 1 859 435        | 1 530 851        |
| Eingekaufte Güter und Dienstleistungen (Scope 3.1) <sup>4</sup> | 305-3        | t CO <sub>2</sub> e      | 128 213          | 112 937          | 119 080          |
| Kapitalgüter (Scope 3.2) <sup>4</sup>                           | 305-3        | t CO <sub>2</sub> e      | 77 018           | 88 763           | 77 494           |
| Brennstoff- und energiebezogene Aktivitäten (Scope 3.3)         | 305-3        | t CO <sub>2</sub> e      | 58 790           | 57 482           | 57 823           |
| Transport und Verteilung, vorgelagert (Scope 3.4)               | 305-3        | t CO <sub>2</sub> e      | 210 891          | 213 356          | 195 150          |
| Abfall (Scope 3.5)  | 305-3        | t CO <sub>2</sub> e      | 274              | 252              | 35               |
| Geschäftsreisen (Scope 3.6)                                     | 305-3        | t CO <sub>2</sub> e      | 200              | 206              | 482              |
| Pendeln der Angestellten (Scope 3.7)                            | 305-3        | t CO <sub>2</sub> e      | 35 861           | 34 689           | 34 295           |
| Upstream-angemietete oder geleaste Sachanlagen (Scope 3.8)      | 305-3        | t CO <sub>2</sub> e      | 12 868           | 11 225           | 11 558           |
| Nutzung der verkauften Produkte (Scope 3.11)                    | 305-3        | t CO <sub>2</sub> e      | 28 388           | 24 118           | 23 197           |
| Entsorgung der verkauften Produkte (Scope 3.12)                 | 305-3        | t CO <sub>2</sub> e      | 1                | 1                | 9                |
| Vermietete oder verleaste Sachanlagen (Scope 3.13)              | 305-3        | t CO <sub>2</sub> e      | 14 864           | 15 700           | 13 445           |
| Investitionen (Scope 3.15) <sup>5</sup>                         | 305-3        | t CO <sub>2</sub> e      | 1 389 646        | 1 300 705        | 998 283          |

Fortsetzung nächste Seite

**Klima**

| 2022–2024   | GRI-Referenz | Einheit                      | 2022    | 2023                 | 2024    |
|---|--------------|------------------------------|---------|----------------------|---------|
| <b>Kompensierte Treibhausgasemissionen</b>                                |              |                              |         |                      |         |
| CO <sub>2</sub> -Kompensationen   | 305-1        | t CO <sub>2</sub> e          | 210 724 | 233 609 <sup>6</sup> | 276 255 |
| Verkaufte Emissionsreduktionen (Stiftung KLIK)                            | 305-1        | t CO <sub>2</sub> e          | 41      | 912                  | 1 437   |
| <b>Treibhausgas-Intensität des Betriebsertrags</b>                        |              |                              |         |                      |         |
| CO <sub>2</sub> -Intensität bezogen auf                                   |              |                              |         |                      |         |
| Scope-1-Emissionen  | 305-4        | t CO <sub>2</sub> e/Mio. CHF | 35,9    | 33,0                 | 31,3    |
| Scope-2-Emissionen  | 305-4        | t CO <sub>2</sub> e/Mio. CHF | 0,4     | 0,3                  | 0,2     |
| Scope-3-Emissionen  | 305-4        | t CO <sub>2</sub> e/Mio. CHF | 285,3   | 255,5                | 200,7   |
| <b>Eingesetzte finanzielle Mittel zur Erreichung der Netto-Null Ziele</b> |              |                              |         |                      |         |
| Mehrkosten  |              | Mio. CHF                     | 9       | 85                   | 33      |

- 1 Emissionen mit Nacherfassung: Bei Akquisitionen/Verkäufen werden die Emissionen der akquirierten/verkauften Gesellschaften für die Jahre vor der Transaktion rückwirkend berechnet. Diese Emissionsmengen werden den entsprechenden Jahren nachträglich dazugeschlagen (Akquisitionen) bzw. in Abzug gebracht (Verkäufe).
- 2 Im Jahr 2024 fand eine Aktualisierung der standortbasierten Stromfaktoren statt, was die Abnahme zum Teil erklärt.
- 3 Beinhaltet die Emissionen sämtlicher Geschäftsfahrzeuge, des Kältemittelverbrauchs in Bussen sowie des Strom- und Kältemittelverbrauchs in Liegenschaften
- 4 Die Emissionen von eingekauften Gütern und Dienstleistungen wurden mittels Emissionsfaktoren pro Warengruppen (Sekundärdaten, Abdeckend bei ca. 90 Prozent) berechnet. Siehe Kapitel Methodik für mehr Informationen.
- 5 Die ausgewiesenen Emissionswerte beziehen sich ausschliesslich auf die mit Daten hinterlegten Unternehmensanleihen im Eigenanlageportfolio, was 89,0 Prozent der Unternehmensanleihen und 44,2 Prozent des ganzen Eigenanlageportfolios entspricht. Berücksichtigt werden ausschliesslich die Scope-1- und Scope-2-Emissionen aller wesentlichen Treibhausgase der investierten Gegenparteien. Siehe Kapitel Methodik für mehr Informationen.
- 6 Anpassung der Kompensationsmenge. Mit Besitzübernahme der Portmann Gestion SAS (ab 1.10.2023) kompensiert die Post die anfallenden Treibhausgasemissionen. Im Jahr 2023 wurden für die Monate Januar bis September 64 698 t CO<sub>2</sub>-Emissionen zu viel kompensiert. Die Menge wurde beim Jahr 2023 in Abzug gebracht und auf das Jahr 2024 übertragen.

**Allokation des Betriebsertrags**

| 2022–2024  | GRI-Referenz | Einheit  | 2022  | 2023  | 2024  |
|--|--------------|----------|-------|-------|-------|
| <b>Betriebsertrag zur Berechnung der Treibhausgasintensität</b>        |              |          |       |       |       |
| Zur Berechnung verwendeter Betriebsertrag                              |              | Mio. CHF | 6859  | 7279  | 7 626 |
| Nicht zur Berechnung verwendeter Betriebsertrag                        |              | Mio. CHF | 0     | 0     | 0     |
| <b>Betriebsertrag nach wesentlichen Wirtschaftssektoren</b>            |              |          |       |       |       |
| Transport  |              | Mio. CHF | 5 840 | 5 743 | 6 059 |
| Software und IT-Dienstleistungen                                       |              | Mio. CHF | 73    | 157   | 206   |
| Bankwesen  |              | Mio. CHF | 1 566 | 1 961 | 1 897 |
| Immobilien und Dienstleistungen  |              | Mio. CHF | 936   | 972   | 1 018 |
| <b>Betriebsertrag aus Vertrieb von fossilen Brennstoffen an Dritte</b> |              |          |       |       |       |
| Erdgas   |              | Mio. CHF | 0,1   | 0,1   | 0,1   |
| Diesel   |              | Mio. CHF | 20,6  | 16,4  | 15,4  |

## Energie

### Energie<sup>1</sup>

| 2022–2024   | GRI-Referenz | Einheit      | 2022 <sup>1</sup> | 2023         | 2024             |
|---|--------------|--------------|-------------------|--------------|------------------|
| <b>Energieverbrauch innerhalb der Organisation</b>                | <b>302-1</b> | <b>GWh</b>   | <b>1 089</b>      | <b>1 063</b> | <b>1 055</b>     |
| Aus erneuerbaren Quellen  | 302-1        | %            | 16                | 17           | 17               |
| Brennstoffverbrauch   | 302-1        | GWh          | 87                | 83           | 79               |
| Aus erneuerbaren Quellen  | 302-1        | %            | 38                | 39           | 39               |
| Treibstoffverbrauch   | 302-1        | GWh          | 869               | 850          | 846              |
| Aus erneuerbaren Quellen  | 302-1        | %            | 1                 | 2            | 2                |
| Stromverbrauch  | 302-1        | GWh          | 132               | 130          | 131              |
| Aus erneuerbaren Quellen <sup>2</sup>                             | 302-1        | %            | 98                | 100          | 100              |
| Verwendungsart  |              |              |                   |              |                  |
| Heizung   | 302-1        | GWh          | 4                 | 4            | 4                |
| Elektromobilität  | 302-1        | GWh          | 6                 | 9            | 14               |
| Gebäude/Geräte/Sortierung   | 302-1        | GWh          | 122               | 117          | 113              |
| <b>Energieverbrauch ausserhalb der Organisation</b>               | <b>302-2</b> | <b>GWh</b>   | <b>1 008</b>      | <b>993</b>   | <b>944</b>       |
| <b>Energieverbrauch innerhalb und ausserhalb der Organisation</b> | <b>302-2</b> | <b>GWh</b>   | <b>2 096</b>      | <b>2 056</b> | <b>2 000</b>     |
| <b>Energieproduktion</b>  |              |              |                   |              |                  |
| Solarstrom aus Eigenproduktion                                    |              | GWh          | 9,5               | 8,0          | 7,5 <sup>3</sup> |
| Anteil Eigenproduktion an Stromverbrauch                          |              | %            | 7,2               | 6,2          | 5,7              |
| Installierte Leistung eigener PV-Anlagen                          |              | MWp          | 10,8              | 11,0         | 12,7             |
| <b>Energieintensität des Betriebsertrags</b>                      |              |              |                   |              |                  |
| Bezogen auf den Energieverbrauch                                  |              |              |                   |              |                  |
| Innerhalb der Organisation  | 302-3        | MWh/Mio. CHF | 159               | 146          | 138              |
| Innerhalb und ausserhalb der Organisation                         | 302-3        | MWh/Mio. CHF | 306               | 282          | 262              |

1 Bei Akquisitionen/Verkäufen wird der Energieverbrauch der akquirierten/verkauften Gesellschaften für die Jahre vor der Transaktion rückwirkend berechnet. Der Energieverbrauch wird den entsprechenden Jahren nachträglich dazugeschlagen (Akquisitionen) bzw. in Abzug gebracht (Verkäufe).

2 Mit Nacherfassung: Bei Akquisitionen von Unternehmen werden für den Stromverbrauch dieser Unternehmen keine Herkunftsnachweise (HKN) für vergangene Jahre beschafft. Das bedeutet, dass der Anteil an erneuerbarem Strom in diesen Jahren nicht bei 100 Prozent liegt, obwohl in dieser Zeit 100 Prozent des Stromverbrauchs innerhalb der Organisation aus erneuerbaren Quellen gedeckt waren.

3 Abnahme hauptsächlich wegen weniger Sonnenstunden im Jahr 2024, Ausfall einer grossen PV-Anlage.

## Lärm, Luft- und Lichtemissionen

### Luftemissionen

| 2022–2024   | GRI-Referenz | Einheit           | 2022  | 2023  | 2024  |
|---|--------------|-------------------|-------|-------|-------|
| Fluorchlorkohlenwasserstoffe                      | 305-6        | kg FCKW-11 Äquiv. | 0,190 | 0,204 | 0,047 |
| Stickoxide (NO <sub>x</sub> )                     | 305-7        | t                 | 1 789 | 1 714 | 1 639 |
| Schwefeloxide (SO <sub>x</sub> )                  | 305-7        | t                 | 593   | 581   | 561   |
| Nicht-Methan flüchtige Kohlenwasserstoffe (NMVOC) | 305-7        | t                 | 412   | 401   | 389   |
| Feinstaub (PM10)                                  | 305-7        | t                 | 76    | 73    | 72    |

## Kunden

### Kundenzentrierung und Relevanz für die Kundinnen und Kunden

#### Kundenzufriedenheit

| 2022–2024                              | GRI-Referenz | Einheit              | 2022      | 2023      | 2024      |
|--|--------------|----------------------|-----------|-----------|-----------|
| <b>Gesamtzufriedenheit</b>             |              | <b>Index (0–100)</b> | <b>76</b> | <b>76</b> | <b>76</b> |
| <b>Grosskundinnen und -kunden</b>      |              |                      |           |           |           |
| Gesamtzufriedenheit                    |              | Index (0–100)        | 77        | 75        | 77        |
| Kommunikation und Logistik             |              | Index (0–100)        | 77        | 74        | 77        |
| Finanzdienstleistungen                 |              | Index (0–100)        | 78        | 79        | 80        |
| <b>Kleine und mittlere Unternehmen</b> |              |                      |           |           |           |
| Gesamtzufriedenheit                    |              | Index (0–100)        | 72        | 74        | 72        |
| Kommunikation und Logistik             |              | Index (0–100)        | 71        | 73        | 71        |
| Finanzdienstleistungen                 |              | Index (0–100)        | 76        | 75        | 77        |
| <b>Privatkundinnen und -kunden</b>     |              |                      |           |           |           |
| Gesamtzufriedenheit                    |              | Index (0–100)        | 78        | 77        | 77        |
| Kommunikation und Logistik             |              | Index (0–100)        | 73        | 73        | 72        |
| Finanzdienstleistungen                 |              | Index (0–100)        | 79        | 81        | 81        |
| Personenverkehr                        |              | Index (0–100)        | 80        | 78        | 78        |

## Cybersecurity und Digitalethik

#### Cybersecurity

| 2022–2024  | GRI-Referenz | Einheit | 2022 | 2023 | 2024 |
|--|--------------|---------|------|------|------|
| Erfolgreiche Datendiebstähle durch Hacking oder Malware-Angriffe | 418-1        | Anzahl  | 0    | 0    | 0    |

## Mitarbeitende

### Unternehmenskultur und Responsible Leadership

#### Unternehmenskultur und Responsible Leadership

| 2022–2024                 | GRI-Referenz | Einheit       | 2022 | 2023 | 2024 |
|---------------------------|--------------|---------------|------|------|------|
| <b>Personalumfrage</b>    |              |               |      |      |      |
| Meine Arbeit              |              | Index (0–100) | 77   | 78   | 76   |
| Mein Team                 |              | Index (0–100) | 80   | 80   | 79   |
| Meine direkte Führung     |              | Index (0–100) | 83   | 83   | 82   |
| Unsere Unternehmenskultur |              | Index (0–100) | 77   | 77   | 76   |
| Mein Engagement           |              | Index (0–100) | 80   | 80   | 78   |

## Rekrutierung und Bindung der Mitarbeitenden

### Rekrutierung und Bindung der Mitarbeitenden

| 2022–2024   | GRI-Referenz | Einheit           | 2022   | 2023   | 2024   |
|---|--------------|-------------------|--------|--------|--------|
| <b>Personalbestand</b>  |              |                   |        |        |        |
| Personalbestand   | 2-7          | Personaleinheiten | 35 911 | 36 431 | 36 993 |
| Personalbestand (ohne Lernende)                                 | 2-7          | Personaleinheiten | 34 072 | 34 587 | 35 106 |
| Schweiz   | 2-7          | Personaleinheiten | 33 322 | 33 387 | 33 321 |
| Ausland   | 2-7          | Personaleinheiten | 751    | 1 200  | 1 784  |
| Lernpersonal Schweiz  | 2-7          | Personen          | 1 839  | 1 844  | 1 887  |
| Arbeitsplätze in peripheren Regionen                            | 2-7          | Personen          | 16 224 | 16 244 | 15 934 |
| <b>Rekrutierung</b>   |              |                   |        |        |        |
| Offene Stellen  |              | Anzahl            | 3 300  | 2 740  | 3 458  |
| Bewerbungen   |              | Anzahl            | 61 861 | 61 829 | 89 050 |
| <b>Neu eingestellte Mitarbeitende</b>                           |              |                   |        |        |        |
| Neueinstellungen  | 401-1        | Anzahl            | 3 811  | 3 078  | 4 202  |
| Weiblich  | 401-1        | Anzahl            | 1 358  | 1 162  | 1 269  |
| Neueinstellungsrate   | 401-1        | %                 | 35,6   | 37,8   | 30,2   |
| Unter 30 Jahre alt  | 401-1        | %                 | 39,7   | 36,4   | 39,9   |
| Zwischen 30–49 Jahre alt  | 401-1        | %                 | 50,4   | 52,3   | 48,1   |
| Ab 50 Jahre alt   | 401-1        | %                 | 9,9    | 11,3   | 12,0   |
| Männlich  | 401-1        | Anzahl            | 2 453  | 1 916  | 2 933  |
| Neueinstellungsrate   | 401-1        | %                 | 64,4   | 62,2   | 69,8   |
| Unter 30 Jahre alt  | 401-1        | %                 | 39,8   | 36,5   | 37,8   |
| Zwischen 30–49 Jahre alt  | 401-1        | %                 | 47,6   | 50,2   | 49,8   |
| Ab 50 Jahre alt   | 401-1        | %                 | 12,6   | 13,3   | 12,4   |
| <b>Personalfluktuationsrate</b>                                 |              |                   |        |        |        |
| Fluktuation   | 401-1        | Anzahl            | 4 120  | 4 532  | 4 224  |
| Weiblich  | 401-1        | Anzahl            | 1 679  | 1 798  | 1 623  |
| Männlich  | 401-1        | Anzahl            | 2 441  | 2 734  | 2 601  |
| Fluktuationsrate (gesamt)                                       | 401-1        | %                 | 11,6   | 12,8   | 12,0   |
| Freiwillige Fluktuation   | 401-1        | %                 | 6,2    | 6,4    | 6,0    |
| Pensionierungen   | 401-1        | %                 | 2,6    | 2,9    | 2,6    |
| Auslaufende Verträge  | 401-1        | %                 | 0,5    | 0,5    | 0,5    |
| Austritt vereinbart   | 401-1        | %                 | 0,4    | 0,5    | 0,4    |
| Kündigung durch Arbeitgeber                                     | 401-1        | %                 | 1,2    | 1,4    | 1,8    |
| Übrige Austritte  | 401-1        | %                 | 0,6    | 1,0    | 0,6    |
| Tod   | 401-1        | %                 | 0,1    | 0,1    | 0,1    |
| <b>Fluktuationsrate (gesamt) nach Geschlecht und nach Alter</b> |              |                   |        |        |        |
| Weiblich  | 401-1        | %                 | 11,7   | 12,7   | 11,8   |
| Unter 30 Jahre alt  | 401-1        | %                 | 21,3   | 23,0   | 18,7   |
| Zwischen 30–49 Jahre alt  | 401-1        | %                 | 10,2   | 11,1   | 10,6   |
| Ab 50 Jahre alt   | 401-1        | %                 | 10,5   | 11,4   | 11,0   |
| Männlich  | 401-1        | %                 | 11,5   | 12,9   | 12,2   |
| Unter 30 Jahre alt  | 401-1        | %                 | 23,2   | 24,5   | 22,5   |
| Zwischen 30–49 Jahre alt  | 401-1        | %                 | 9,7    | 11,3   | 11,5   |
| Ab 50 Jahre alt   | 401-1        | %                 | 9,3    | 10,7   | 9,6    |
| <b>Elternzeitbeziehende</b>                                     |              |                   |        |        |        |
| Mitarbeitende (im Monatslohn)                                   | 401-3        | Personen          | 2 005  | 2 053  | 1 448  |



## Gesundheit, Sicherheit und Wohlbefinden der Mitarbeitenden

### Gesundheit, Sicherheit und Wohlbefinden der Mitarbeitenden

| 2022–2024   | GRI-Referenz | Einheit                          | 2022      | 2023      | 2024    |
|---|--------------|----------------------------------|-----------|-----------|---------|
| <b>Unfälle</b>  |              |                                  |           |           |         |
| Berufsunfälle   | 403-9        | Anzahl pro 100 Personaleinheiten | 7,0       | 7,5       | 7,4     |
| Mit Todesfolgen   | 403-9        | Anzahl                           | 3         | 0         | 1       |
| <b>Krankheits- und unfallbedingte Aussetztage<sup>1</sup></b> |              |                                  |           |           |         |
| Medizinisch bedingte Aussetztage <sup>2,3</sup>               | 403-10       | Tage pro Personaleinheit         | 9,4       | 9,2       | 9,8     |
| <b>Sozialberatung</b>   |              |                                  |           |           |         |
| Individuelle Beratungen                                       | 403-4        | Anzahl                           | 2 326     | 2 466     | 2 909   |
| Kollektive Beratungen   | 403-4        | Anzahl                           | 104       | 133       | 139     |
| <b>Reintegration</b>  |              |                                  |           |           |         |
| Reintegrationsquote Case Management <sup>4</sup>              |              | %                                | 62,8      | 60,7      | 55,2    |
| <b>Unterstützungsleistungen des Personalfonds</b>             |              |                                  |           |           |         |
| À-fonds-perdu-Beiträge  |              | Personen                         | 364       | 294       | 219     |
|   |              | CHF                              | 1 324 195 | 1 112 241 | 783 032 |
| Darlehen  |              | Anzahl                           | 66        | 82        | 54      |
|   |              | CHF                              | 388 229   | 639 254   | 626 536 |

1 Alle Personen mit einem Beschäftigungsgrad von 100% und Abwesenheiten ≤ 180 Kalendertage

2 Wert 2023: Restatement des provisorischen Vorjahreswertes

3 Wert 2024: Provisorischer Wert, definitiver Wert folgt im Folgejahr aufgrund möglicher rückwirkender Anpassungen bei Langzeitabsenzen (gemäss Abrechnungssystematik Sozialversicherungen und analog BFS)

4 2022 und 2023: Restatement Zahlen für den ganzen Konzern, inklusive PostFinance

## Diversität, Chancengerechtigkeit und Inklusion

### Diversität, Chancengerechtigkeit und Inklusion

| 2022–2024   | GRI-Referenz | Einheit  | 2022   | 2023   | 2024   |
|---|--------------|----------|--------|--------|--------|
| <b>Mitarbeitende</b>                              |              |          |        |        |        |
| Mitarbeitende Schweiz (ohne Lernende)             | 2-7          | Personen | 46 518 | 46 077 | 43 487 |
| Weiblich  | 2-7          | %        | 42,0   | 41,3   | 40,7   |
| Männlich  | 2-7          | %        | 58,0   | 58,7   | 59,3   |
| <b>Anstellungsverhältnis</b>                      |              |          |        |        |        |
| Vollzeitbeschäftigte                              | 2-7          | Personen | 23 142 | 23 212 | 23 480 |
| Weiblich  | 2-7          | %        | 22,6   | 22,8   | 22,8   |
| Männlich  | 2-7          | %        | 77,4   | 77,2   | 77,2   |
| Teilzeitbeschäftigte                              | 2-7          | Personen | 17 794 | 17 123 | 16 343 |
| Weiblich  | 2-7          | %        | 64,2   | 64,0   | 63,5   |
| Männlich  | 2-7          | %        | 35,8   | 36,0   | 36,5   |
| In Kaderfunktionen                                |              | %        | 13,9   | 14,6   | 15,3   |
| Unbefristet Beschäftigte                          | 2-7          | Personen | 38 057 | 37 345 | 37 110 |
| Weiblich  | 2-7          | %        | 40,6   | 40,3   | 39,5   |
| Männlich  | 2-7          | %        | 59,4   | 59,7   | 60,5   |
| Befristet Beschäftigte                            | 2-7          | Personen | 319    | 279    | 287    |
| Weiblich  | 2-7          | %        | 43,6   | 44,1   | 40,3   |
| Männlich  | 2-7          | %        | 56,4   | 55,9   | 59,7   |
| Beschäftigte mit nicht garantierten Arbeitszeiten | 2-7          | Personen | 5 278  | 4 977  | 4 703  |
| Weiblich  | 2-7          | %        | 43,0   | 42,0   | 41,2   |
| Männlich  | 2-7          | %        | 57,0   | 58,0   | 58,8   |

Fortsetzung nächste Seite

### Diversität, Chancengerechtigkeit und Inklusion

| 2022–2024   | GRI-Referenz | Einheit | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|--------------|---------|------|------|------|
| <b>Diversität</b>   |              |         |      |      |      |
| Führungsduos, die sich die Führungsverantwortung teilen           |              | Anzahl  | 68   | 93   | 106  |
| Frauen im Kader   |              |         |      |      |      |
| Im obersten Kader   |              | %       | 22,6 | 24,2 | 25,4 |
| Im mittleren/unteren Kader  |              | %       | 21,8 | 22,3 | 22,9 |
| OR und Führungspersonen GAV                                       |              | %       | 21,9 | 22,5 | 23,1 |
| Kommunikationssprache   |              |         |      |      |      |
| Deutsch   |              | %       | 76,3 | 76,4 | 75,9 |
| Französisch   |              | %       | 18,8 | 18,7 | 19,2 |
| Italienisch   |              | %       | 4,9  | 4,9  | 4,9  |
| Vertretene Nationen   |              | Anzahl  | 147  | 141  | 139  |
| Durchschnittsalter der Belegschaft                                |              | Jahre   | 45,8 | 46,1 | 45,9 |
| <b>Lohnleichheit<sup>1</sup></b>                                  |              |         |      |      |      |
| Post CH AG (LS)   | 405-2        | %       | N/A  | -0,3 | N/A  |
| Post CH Netz AG   | 405-2        | %       | N/A  | -2,3 | N/A  |
| Post CH Kommunikaton AG (KS)                                      | 405-2        | %       | N/A  | -2,2 | N/A  |
| Die Schweizerische Post AG (Funktionsbereiche)                    | 405-2        | %       | N/A  | -3,5 | N/A  |
| PostAuto AG   | 405-2        | %       | N/A  | -0,3 | N/A  |
| PostFinance AG  | 405-2        | %       | N/A  | -3,1 | N/A  |
| Post Immobilien Management und Services AG                        | 405-2        | %       | N/A  | -3,3 | N/A  |
| PostLogistics AG  | 405-2        | %       | N/A  | -1,3 | N/A  |
| Presto Presse-Vertriebs AG  | 405-2        | %       | N/A  | -2,6 | N/A  |
| notime AG   | 405-2        | %       | N/A  | -2,5 | N/A  |
| <b>Lohnspanne<sup>2</sup></b>                                     |              |         |      |      |      |
| Lohnspanne (Verhältnis der Jahresgesamtvergütung)                 | 2-21         | Faktor  | 9,35 | 9,39 | 9,11 |
| Veränderung der Lohnspanne (Verhältnis der Jahresgesamtvergütung) | 2-21         | %       | -1,0 | 0,5  | -2,9 |

1 Die angegebenen Werte basieren auf der Lohnleichheitsanalyse mit Logib, dem standardisierten Analysetool des Bundes zur Überprüfung der Lohnleichheit zwischen Frauen und Männern. Die Werte zeigen, ob Frauen – nach Bereinigung von Unterschieden aufgrund von objektiven Faktoren wie Berufserfahrung, Ausbildung oder Funktion – im Durchschnitt weniger oder mehr verdienen. Werte im Minusbereich deuten darauf hin, dass Frauen im Durchschnitt für gleichwertige Arbeit weniger verdienen als Männer. Werte im Plusbereich deuten darauf hin, dass Frauen im Durchschnitt für gleichwertige Arbeit mehr verdienen. Der vom Bund vorgegebene Toleranzwert liegt bei +/-5 Prozent, d. h. Lohnunterschiede innerhalb von -5 bis +5 Prozent gelten als nicht diskriminierend.

2 Restatement Werte 2022/2023 aufgrund Berücksichtigung des variablen Lohnanteils des Maximallohnes im Berichtsjahr (anstelle im Auszahlungsjahr)

## Ausbildung und Entwicklung der Mitarbeitenden

### Ausbildung und Entwicklung der Mitarbeitenden

| 2022–2024                             | GRI-Referenz | Einheit         | 2022  | 2023  | 2024  |
|---------------------------------------|--------------|-----------------|-------|-------|-------|
| <b>Berufslehre</b>                    |              |                 |       |       |       |
| Berufsgruppen                         |              | Anzahl          | 19    | 19    | 19    |
| Lernpersonal Schweiz                  |              | Personen        | 1 839 | 1 844 | 1 887 |
| Ausbildungsquote                      |              | %               | 5,5   | 5,5   | 5,7   |
| Start in die Berufslehre              |              | Anzahl Lernende | 723   | 753   | 772   |
| Abschlussquote Lehrabschlussprüfungen |              | %               | 97,0  | 97,0  | 97,0  |
| Weiterbeschäftigungsquote             |              | %               | 65,0  | 60,0  | 62,0  |
| <b>Weiterbildungen</b>                |              |                 |       |       |       |
| Externe Weiterbildungen               |              | Mio. CHF        | 9,0   | 9,2   | 9,3   |
| Kostenbeteiligung der Post            |              | Mio. CHF        | 7,0   | 7,4   | 7,5   |

## Dialog mit Mitarbeitenden und Gewerkschaften

### Dialog mit Mitarbeitenden und Gewerkschaften

| 2022–2024                     | GRI-Referenz | Einheit  | 2022   | 2023   | 2024   |
|-------------------------------|--------------|----------|--------|--------|--------|
| <b>Gesamtarbeitsverträge</b>  |              |          |        |        |        |
| Anstellung nach GAV Post      |              | %        | 81,0   | 80,3   | 83,8   |
| Minimallohn GAV Post Region D |              | CHF/Jahr | 50 653 | 52 503 | 53 396 |

## Lieferkette

### Verantwortung in der Beschaffung

| 2022–2024   | GRI-Referenz | Einheit     | 2022 <sup>1</sup> | 2023 | 2024 |
|---|--------------|-------------|-------------------|------|------|
| Beschaffungsvolumen bei Lieferanten mit Rechnungsadresse in der Schweiz | 204-1        | Anteil in % | 94,8              | 93,0 | 94,1 |

1 Ohne PostFinance

## Volkswirtschaftlicher und gesellschaftlicher Mehrwert

### Sicherung der Eigenwirtschaftlichkeit

#### Sicherung der Eigenwirtschaftlichkeit

| 2022–2024                                | GRI-Referenz | Einheit  | 2022  | 2023  | 2024  |
|--|--------------|----------|-------|-------|-------|
| Betriebsergebnis                         | 201-1        | Mio. CHF | 358   | 323   | 401   |
| Unternehmensmehrwert                     | 201-1        | Mio. CHF | –96   | –215  | –202  |
| Eigenfinanzierungsgrad der Investitionen | 201-1        | %        | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

## Service public

### Service public

| 2022–2024  | GRI-Referenz | Einheit | 2022  | 2023  | 2024  |
|--|--------------|---------|-------|-------|-------|
| Kundenzugangspunkte  |              | Anzahl  | 4 968 | 4 963 | 5 003 |
| Erreichbarkeit innerhalb von 20 Minuten zu Fuss oder mit dem ÖV <sup>1</sup> |              |         |       |       |       |
| Postdienste  |              | %       | 97,2  | 96,7  | 96,7  |
| Zahlungsverkehr  |              | %       | 99,3  | 98,1  | 98,1  |
| Zustellqualität  |              |         |       |       |       |
| A-Post-Briefe <sup>2,3</sup>   |              | %       | 97,2  | 97,3  | 97,4  |
| B-Post-Briefe <sup>2,3</sup>   |              | %       | 97,2  | 99,5  | 99,1  |
| Tageszeitungen   |              | %       | 98,8  | 98,5  | 97,8  |
| Priority-Pakete <sup>2,3</sup>   |              | %       | 95,7  | 95,7  | 96,2  |
| Economy-Pakete <sup>2,3</sup>  |              | %       | 96,9  | 99,6  | 99,6  |

1 Anteil der ständigen Wohnbevölkerung

2 Anteil pünktlich zugestellte Sendungen

3 Die Werte 2022 wurden nach der alten, bis 2022 geltenden Methodik erhoben und sind folglich nicht vergleichbar mit den Werten 2023 und 2024.

## Assurance Statement

GRI 2-5 Externe Prüfung



### **Bericht des unabhängigen Prüfers für die betriebswirtschaftliche Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit in Bezug auf den Nachhaltigkeitsbericht der Schweizerischen Post AG**

An den Verwaltungsrat der  
**Die Schweizerische Post AG, Bern**

#### **Umfang**

Wir wurden beauftragt, eine betriebswirtschaftliche Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit über den Nachhaltigkeitsbericht der Schweizerischen Post AG für den Berichtszeitraum vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2024 («Nachhaltigkeitsbericht») durchzuführen.

Unsere betriebswirtschaftliche Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit bezog sich auf die im Nachhaltigkeitsberichts dargestellten nichtfinanziellen Informationen auf den Seiten 9 bis 89, sowie den Abschnitt «Methodik» (S. 94-96).

Wir haben keine Prüfungshandlungen für andere im Bericht enthaltene Informationen als für die im vorangegangenen Absatz verwiesenen durchgeführt und geben dementsprechend auch keine Schlussfolgerung zu diesen anderen Informationen ab.

Der Gegenstand unseres Auftrages erstreckt sich nicht auf Informationen, die sich auf frühere Zeiträume als den Berichtszeitraum vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2024 oder auf Informationen ausserhalb des Nachhaltigkeitsberichts beziehen. Dies betrifft insbesondere Verweise aus dem Nachhaltigkeitsbericht auf den Geschäftsbericht der Schweizerischen Post AG, sowie die im Nachhaltigkeitsbericht aufgeführten Verweise zu weiterführenden Informationen.

#### **Anwendbare Kriterien**

Die Gesellschaft hat folgende Kriterien als anwendbar definiert (die «anwendbaren Kriterien»):

- Selbst definierte, im Glossar zum Nachhaltigkeitsbericht der Schweizerischen Post AG offengelegte KPIs,
- Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards (GRI-Standards) und
- Art. 964b (1) und (2) OR.

Die selbst definierten anwendbaren Kriterien, die Art des Informationsgegenstandes und das Fehlen einheitlicher externer Standards ermöglichen die Anwendung unterschiedlicher, aber akzeptabler Messmethoden, die zu Abweichungen zwischen Unternehmen führen können. Die angewandten Messmethoden können sich, aufgrund der Weiterentwicklung dieser Methoden, auch auf die Vergleichbarkeit zwischen Organisationen und von Jahr zu Jahr innerhalb einer Organisation gemeldeten Informationen auswirken.

#### **Schlussfolgerung**

Auf der Grundlage der durchgeführten Prüfungshandlungen und der dadurch erlangten Prüfungsnachweise sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass der Nachhaltigkeitsbericht der Schweizerischen Post AG für den Berichtszeitraum vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2024 nicht in allen wesentlichen Belangen in Übereinstimmung mit den anwendbaren Kriterien erstellt worden ist.



Die Schweizerische Post AG  
Bericht des unabhängigen Prüfers über eine betriebswirtschaftliche Prüfung zur  
Erlangung begrenzter Sicherheit über den Nachhaltigkeitsbericht  
für der Berichtszeitraum vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2024  
gemäss ISAE 3000 (Revised)

### **Inhärente Grenzen**

Aufgrund der inhärenten Grenzen einer jeden internen Kontrollstruktur ist es möglich, dass Betrug, Fehler oder Unregelmässigkeiten auftreten und unentdeckt bleiben. Unser Auftrag ist nicht darauf ausgerichtet, alle Schwachstellen des internen Kontrollsystems bei der Erstellung des Nachhaltigkeitsberichts aufzudecken, da er eher selektive Tests als eine kontinuierliche Prüfung während des gesamten Zeitraums umfasst. Folglich können wir nicht garantieren, dass alle Fehler oder Unregelmässigkeiten, falls vorhanden, aufgedeckt werden.

Die Richtigkeit und Vollständigkeit der Angaben im Nachhaltigkeitsbericht unterliegen aufgrund ihrer Beschaffenheit und der Methoden zur Bestimmung, Berechnung und Schätzung solcher Daten inhärenten Grenzen. Unser Prüfungsbericht sollte daher im Zusammenhang mit den im Abschnitt «Methodik» (S. 81), sowie die im «Glossar», enthaltenen Definitionen und Verfahren zur Berichterstattung über nichtfinanzielle Belange gelesen werden.

### **Verantwortung des Verwaltungsrats**

Der Verwaltungsrat ist verantwortlich für die Auswahl der anwendbaren Kriterien sowie für die Aufstellung und Darstellung des Nachhaltigkeitsberichts in allen wesentlichen Belangen entsprechend den anwendbaren Kriterien. Diese Verantwortung beinhaltet die Ausgestaltung, Implementierung und Aufrechterhaltung angemessener interner Kontrollen mit Bezug auf die Erstellung des Nachhaltigkeitsberichts, so dass dieser frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Darstellungen ist.

Diese Verantwortung schliesst die Pflicht zur Transparenz und Rechenschaftslegung in Bezug auf nichtfinanzielle Belange nach Art. 964b (1) und (2) OR und die damit zusammenhängende Erstellung der in der Referenztabelle «Global-Reporting-Initiative-Index» (S. 98 – 102) mit Verweisen zu den nach Art. 964b (1) und (2) OR notwendigen Angaben ein.

### **Unabhängigkeit und Qualitätssicherung**

Wir haben die Unabhängigkeits- und sonstigen beruflichen Verhaltensanforderungen des *International Code of Ethics for Professional Accountants (including International Independence Standards)* des International Ethics Standards Board for Accountants (IESBA Kodex) eingehalten. Der IESBA Kodex legt fundamentale Grundsätze für das berufliche Verhalten bezüglich Integrität, Objektivität, beruflicher Kompetenz und erforderlicher Sorgfalt, Verschwiegenheit und berufswürdigen Verhaltens fest.

Unser Unternehmen wendet ISQM 1 an und unterhält dementsprechend ein umfassendes Qualitätsmanagementsystem mit dokumentierten Regelungen und Massnahmen zur Einhaltung der beruflichen Verhaltensanforderungen, beruflichen Standards und anwendbaren gesetzlichen und anderen rechtlichen Anforderungen.



Die Schweizerische Post AG  
Bericht des unabhängigen Prüfers über eine betriebswirtschaftliche Prüfung zur  
Erlangung begrenzter Sicherheit über den Nachhaltigkeitsbericht  
für der Berichtszeitraum vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2024  
gemäss ISAE 3000 (Revised)

#### Verantwortung des unabhängigen Prüfers

Unsere Verantwortung ist es, auf der Grundlage der von uns erlangten Nachweise eine Schlussfolgerung zum oben genannten Nachhaltigkeitsbericht abzugeben.

Wir haben unsere betriebswirtschaftliche Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit in Übereinstimmung mit dem International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised) «Betriebswirtschaftliche Prüfungen ausser Prüfungen oder prüferische Durchsichten von vergangenheitsorientierten Finanzinformationen» durchgeführt. Nach diesem Standard haben wir Prüfungshandlungen zu planen und durchzuführen, um begrenzte Sicherheit darüber zu erlangen, ob der Nachhaltigkeitsbericht frei von wesentlichen falschen Darstellungen aufgrund von dolosen Handlungen oder Irrtümern sind.

#### Erläuterung der durchgeführten Prüfungshandlungen

Die im Rahmen einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit durchgeführten Prüfungshandlungen weichen in ihrer Art und ihrem zeitlichen Ablauf von jenen zur Erlangung hinreichender Sicherheit ab und sind in ihrem Umfang weniger umfangreich, sodass dementsprechend eine geringere Sicherheit gewonnen wird, als wenn eine Prüfung zur Erlangung hinreichender Sicherheit durchgeführt worden wäre. Unsere Prüfungshandlungen sind darauf ausgerichtet, mit einem Zusicherungsgrad mit begrenzter Sicherheit als Basis für unsere Schlussfolgerung zu dienen, und erfüllen nicht alle Nachweise, die erforderlich wären, wenn ein Prüfungsauftrag mit hinreichender Sicherheit durchgeführt würde.

Unsere Prüfungshandlungen zur Erlangung begrenzter Sicherheit umfassten unter anderem folgende:

- Beurteilung der Eignung der anwendbaren Kriterien und ihre einheitliche Anwendung
- Befragung wichtiger Mitarbeitender zum Erlangen eines Verständnisses des Geschäfts- und Berichterstattungsprozesses, einschliesslich der Nachhaltigkeitsstrategie, der Grundsätze und des Managements
- Befragung der Schlüsselpersonen der Gesellschaft, um ein Verständnis des Systems für die Nachhaltigkeits- oder nichtfinanziellen Berichterstattung während des Berichtszeitraums, einschliesslich des Prozesses zur Erhebung, Zusammenstellung und Berichterstattung des Nachhaltigkeitsberichts zu erlangen
- Überprüfung der korrekten Anwendung der Berechnungskriterien im Einklang mit den in den anwendbaren Kriterien dargelegten Methoden
- Analytische Prüfverfahren zur Unterstützung der Plausibilität der Daten
- Identifizierung und Prüfung der den Berechnungen zugrunde liegenden Annahmen
- Prüfung der zugrunde liegenden Ausgangsinformationen auf Stichprobenbasis, um die Richtigkeit der Daten zu überprüfen
- Beurteilung, ob der Bericht die in Art. 964b (1) und (2) OR verlangten Informationen enthält.

Wir haben keine anderen als die im obigen Absatz beschriebenen Prüfungshandlungen an den Daten durchgeführt.

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



Die Schweizerische Post AG  
Bericht des unabhängigen Prüfers über eine betriebswirtschaftliche Prüfung zur  
Erlangung begrenzter Sicherheit über den Nachhaltigkeitsbericht  
für der Berichtszeitraum vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2024  
gemäss ISAE 3000 (Revised)

### Eingeschränkte Verwendung

Dieser Bericht wurde Die Schweizerische Post AG erstellt, und zwar ausschliesslich zu dem Zweck, ihnen über das Ergebnis der Prüfung des Nachhaltigkeitsberichts zu berichten. Indem wir unsere Schlussfolgerung abgeben, akzeptieren oder übernehmen wir keine Verantwortung (rechtlich oder anderweitig) oder Haftung für oder in Verbindung mit einem anderen Zweck, für den unser Bericht einschliesslich der Schlussfolgerung verwendet werden kann, oder gegenüber einer anderen Person, der unser Bericht gezeigt wird oder in deren Hände er gelangt, und keine andere Person ist berechtigt, sich auf unsere Schlussfolgerung zu berufen.

Wir erlauben die Veröffentlichung unseres Berichts nur in vollem Umfang und in Verbindung mit den anwendbaren Kriterien, um dem Verwaltungsrat den Nachweis zu ermöglichen, dass dieser seiner Überwachungs-Verantwortung nachgekommen ist, indem er einen unabhängigen Prüfungsbericht über den Nachhaltigkeitsbericht in Auftrag gegeben hat, ohne dass wir eine Verantwortung oder Haftung gegenüber Dritten übernehmen oder akzeptieren. Wir weisen darauf hin, dass die Prüfung für Zwecke der Gesellschaft durchgeführt und der Bericht nur zur Information der Gesellschaft über das Ergebnis der Prüfung bestimmt ist. Folglich ist er möglicherweise für einen anderen als den vorgenannten Zweck nicht geeignet.

### Deloitte AG

Alessandro Miolo  
Zugelassener Revisionsexperte

Abetare Zymeri  
Zugelassene Revisionsexpertin

Zürich, 7. März 2025

---

## Methodik

Aus regulatorischer Sicht untersteht die Post nicht den Vorschriften gemäss Art. 964a–c (OR). Sie hat einen proaktiven Ansatz gewählt und berichtet auf freiwilliger Basis in Orientierung an die genannten Bestimmungen. Die Verweise auf die entsprechende Bestimmung finden sich in den jeweiligen Berichtskapiteln sowie im Global-Reporting-Initiative-Index ab → Seite 97. PostFinance untersteht der genannten Bestimmung und berichtet über ihre wesentlichen Themen in einem separaten Nachhaltigkeitsbericht.

→ PostFinance Nachhaltigkeitsbericht 2024 (PDF)

Alle Definitionen der in diesem Bericht veröffentlichten Indikatoren sind im Glossar zum Nachhaltigkeitsbericht enthalten.

→ Glossar zum Nachhaltigkeitsbericht 2024 (PDF)

Änderungen in der Berechnungsmethodik werden je nach Auswirkung als Fussnote im Bericht oder in diesem Kapitel erläutert.

## Konsolidierungskreis

Dieser Bericht umfasst den Konzern und seine voll konsolidierten Tochtergesellschaften für den Zeitraum vom 1. Januar 2024 bis zum 31. Dezember 2024, basierend auf der finanziellen Konsolidierung (vgl. Finanzbericht, Kapitel Konsolidierungskreis, Seite 190).

Damit umfasst der Nachhaltigkeitsbericht die Daten und Informationen der Muttergesellschaft Die Schweizerische Post AG (Management und Funktionsbereiche Personal, Kommunikation, Finanzen, Stab CEO, Immobilien, Informatik/Technologie) sowie der strategischen Konzerngesellschaften Post CH AG (Konzernbereich Logistik-Services), Post CH Netz AG (Konzernbereich PostNetz), Post CH Digital Services AG (bis 31.12.2024: Post CH Kommunikation AG) (Konzernbereich Kommunikations-Services), PostAuto AG (Konzernbereich Mobilitäts-Services) und PostFinance AG (Konzernbereich PostFinance). Diese Gesellschaften erwirtschaften zusammen 90 Prozent des Betriebsertrags der Schweizerischen Post AG; PostFinance erwirtschaftet allein 25 Prozent des Betriebsertrags.

Für die übrigen Gesellschaften, die 10 Prozent des Betriebsertrags erwirtschaften, stellt die Post wenn möglich die entsprechenden Daten und Informationen zur Verfügung. Die Post hat sich zum Ziel gesetzt, die Konsistenz und den Umfang der Berichterstattung kontinuierlich zu verbessern.



## Datenerhebung

Da die Daten derzeit nicht für alle Gesellschaften einheitlich erhoben werden, kann es zu Abweichungen in der Abdeckung kommen. Die folgende Tabelle zeigt, wie vollständig die Daten je Themenbereich vorliegen.

### Umfang der Datenerhebung

Abdeckung der erhobenen Daten in Relation zum:

| Betriebsertrag  | Schätzung  |
|---|--|
| – Mitarbeitende   | 90 bis 100 Prozent des Betriebsertrags   |
| – Governance, Risiko, Compliance                                    | 65 Prozent des Betriebsertrags<br>(+25 Prozent im Nachhaltigkeitsbericht PostFinance)                        |
| – Luftemissionen (NO <sub>x</sub> , SO <sub>x</sub> , NMWVOC, PM10) | 90 Prozent des Betriebsertrags   |
| – Klima und Energie   | 90 Prozent des Betriebsertrags   |
| Lieferantportfolio  |  |
| – Beschaffung   | 80 Prozent der Anzahl Lieferanten  |
| Finanzieller Wert   |  |
| – CO <sub>2</sub> von finanzierten Emissionen                       | 89 Prozent der Unternehmensanleihen (wertmässig)<br>44 Prozent des ganzen Eigenanlageportfolios (wertmässig) |

Zudem kann PostFinance aufgrund des indirekten Führungsmodells durch die Post in bestimmten Themenbereichen nicht voll berücksichtigt werden. Die für PostFinance relevanten Daten und Informationen sind im Nachhaltigkeitsbericht 2024 von PostFinance verfügbar.

Für Gesellschaften, die in diesem Zeitraum gegründet oder von der Post erworben wurden, können die Verfahren und Definitionen für nichtfinanzielle Daten von den Standards der Post abweichen. Die Post gewährt den neu in den Konzern aufgenommenen Gesellschaften eine Übergangsfrist, um die Standards der Post zu erfüllen.

## Restatements

2024 wurden für die Treibhausgasbilanz das Basisjahr (2021) und die Zwischenjahre aufgrund von Käufen bei Kommunikations-Services und eines Falls von Insourcing bei der Güterlogistik leicht angepasst (siehe Jahresabschluss Konzern, Anhang 5 Akquisitionen und Veräusserungen von Tochtergesellschaften, → Seite 96). Insourcing im Kontext der Treibhausgasbilanzierung bedeutet eine Akquisition/Aufkauf/Zukauf eines Unternehmens, das für die Post (ausgelagerte) Transportdienstleistungen (Scope 3) ausgeführt hat (Subunternehmen der Post), und das nun im Scope 1–2 integriert wird.

## Berechnungsmethodik

Die Berechnungsregeln entsprechen dem GRI-Standard (Global Reporting Initiative). Für die Berechnung der Treibhausgasemissionen (THG) wendet die Post die internationalen Standards ISO 140641:2018 sowie WRI/WBCSD Greenhouse Gas Protocol (Revised Edition 2004) an.

Im Speziellen gilt Folgendes:

- Die Emissionen aus der Beschaffung (Kategorien 3.1 und 3.2) wurden mittels Emissionsfaktoren pro Warengruppen (Sekundärdaten aus einem ausgabenbasierten Input-Output-Modell) berechnet. Die Daten zur Beschaffung der aktuell nichtkonsolidierten Konzerngesellschaften sind nicht berücksichtigt. Diese beiden Kategorien werden zu etwa 80 Prozent abgedeckt.
- Die finanzierten Emissionen des Eigenanlageportfolios von PostFinance beziehen sich ausschliesslich auf die mit Daten hinterlegten Unternehmensanleihen im Eigenanlageportfolio, was 89,0 Prozent der Unternehmensanleihen und 44,2 Prozent des ganzen Eigenanlageportfolios entspricht. Berücksichtigt werden ausschliesslich die Scope-1- und Scope-2-Emissionen aller wesentlichen Treibhausgase der investierten Gegenparteien. Die finanzierten Emissionen sind von verschiedenen Faktoren abhängig, so dass auch in Zukunft mit Schwankungen zu rechnen ist. Für die restlichen Anlageklassen im Eigenanlageportfolio berechnet PostFinance aktuell noch keine Emissionswerte, weil entweder standardisierte Berechnungsmethoden fehlen (insbesondere für Pfandbriefe und öffentlich-rechtliche Körperschaften), CO<sub>2</sub>-Daten noch nicht strukturiert verfügbar sind (im Fall von Schuldscheindarlehen an Unternehmen) oder das Investitionsvolumen nur sehr gering und somit nicht materiell ist (insbesondere im Fall von Staatsanleihen und Beteiligungen an kotierten oder nicht kotierten Unternehmen). Weiterführende Informationen sind im Nachhaltigkeitsbericht 2024 von PostFinance zu finden.
- Die Scope-3-Kategorien 3.9, 3.10 und 3.14 sind für die Post nicht relevant und werden nicht berechnet.
- In der Treibhausgasbilanz werden mit der Ausnahme von Fernwärme und Strom die Faktoren von DEFRA (2021) verwendet. Die Faktoren für Fernwärme stammen von treeze (2017) und für Strom von Stromkennzeichnung.ch (2024 Electricity Mix), Intep 2022, Our World in Data (OWID) 2024 und Association of Issuing Bodies (AIB) 2024. Für erneuerbaren Strom und Ökostrom wurde für den Scope-2-Anteil Null angenommen (bei der Produktion von erneuerbarem Strom und Ökostrom fallen keine direkten Emissionen an), und für den Scope-3-Anteil wurde derselbe Wert wie für den Liefermix verwendet, da in der Schweiz der Scope-3-Anteil hauptsächlich aus erneuerbarem Strom stammt.
- Luftschadstoffemissionen (Stickoxide (NO<sub>x</sub>), Schwefeloxide (SO<sub>x</sub>), Nicht-Methan flüchtige Kohlenwasserstoffe (NMVOC), Fluorchlorkohlenwasserstoffe und Feinstaub (PM10) werden aus den Energiedaten abgeleitet.

## Externe Assurance

Für das Berichtsjahr 2024 wird für alle nichtfinanziellen Themen – zusammen mit PostFinance – eine Limited Assurance sichergestellt. Deloitte ist mit der Prüfung des Nachhaltigkeitsberichts mandatiert.

## Global-Reporting-Initiative-Index

Die Schweizerische Post, mit Hauptsitz in Bern (Schweiz), dokumentiert ihre Nachhaltigkeitsleistung für das Jahr 2024 in Übereinstimmung mit den Standards der Global Reporting Initiative (GRI). Nachhaltigkeit beschreibt dabei eine angemessene Balance zwischen wirtschaftlichem Erfolg, ökologischem Handeln und sozialgesellschaftlicher Verantwortung. Die GRI gibt international anerkannte Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung vor und fördert somit Transparenz und Vergleichbarkeit.

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

### Erläuterung zur GRI-Tabelle

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

Es werden folgende Abkürzungen verwendet:

FB = Finanzbericht

NB = Nachhaltigkeitsbericht

**Global-Reporting-Initiative-Index**

| GRI-Indikator                                 | Verweis Seite (Bericht)  | Auslassungen, Gründe für die Auslassung und erforderliche Erklärungen | SDG (Nr.)                           | UNGC Prinzip (Nr.) | OR 964 | TCFD     |   |   |
|---|--|---|-------------------------------------|--------------------|--------|----------|---|---|
| <b>GRI 2: General Disclosures 2021</b>        |  |   |                                     |                    |        |          |   |   |
| 2-1   | Organisationsprofil/Geschäftsmodelle (Geschäftstätigkeit)  | 3, 11, 103 (NB); 15 (FB)  |                                     |                    |        | 1        |   |   |
| 2-2   | Entitäten, die in der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Organisation berücksichtigt werden                          | 3, 94–97 (NB)   |                                     |                    |        | 1        |   |   |
| 2-3   | Berichtszeitraum, Berichtshäufigkeit und Kontaktstelle   | 3, 94–97, 103 (NB)  |                                     |                    |        | 1        |   |   |
| 2-4   | Richtigstellung oder Neudarstellung von Informationen  | 94–97, 103 (NB)   |                                     |                    |        | 4        |   |   |
| 2-5   | Externe Prüfung  | 90–93, 94–97 (NB)   |                                     |                    |        | 1        |   |   |
| 2-6   | Aktivitäten, Wertschöpfungskette und andere Geschäftsbeziehungen   | 11 (NB); 10–14 (FB)   |                                     |                    | 4      | 1        |   |   |
| 2-7   | Angestellte  | 87 (NB)   |                                     |                    |        |          |   |   |
| 2-8   | Mitarbeitende, die keine Angestellten sind   |   | Daten sind zentral nicht verfügbar. |                    | 8      | 6        | 4 | 1 |
| 2-9   | Führungsstruktur und Zusammensetzung   | 18–19 (NB); 65–69 (FB)  | 8                                   |                    |        |          |   |   |
| 2-10  | Nominierung und Auswahl des höchsten Kontrollorgans  | 19 (NB); 69–72 (FB)   | 8                                   |                    | 5      | 1        |   |   |
| 2-11  | Vorsitzende/Vorsitzender des höchsten Kontrollorgans   | 19, 81 (NB); 71 (FB)  |                                     |                    |        | 1        |   |   |
| 2-12  | Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Beaufsichtigung der Bewältigung der Auswirkungen                             | 18–19, 25 (NB); 69–71 (FB)  |                                     |                    |        | 1        |   |   |
| 2-13  | Delegation der Verantwortung für das Management der Auswirkungen   | 18, 20 (NB); 69–70 (FB)   |                                     |                    |        | 1        |   |   |
| 2-14  | Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung   | 19 (NB)   |                                     |                    |        | 1        |   |   |
| 2-15  | Interessenkonflikte  | 65 (FB)   |                                     |                    | 5      |          |   |   |
| 2-16  | Übermittlung kritischer Anliegen   | 59 (FB)   |                                     |                    |        |          |   |   |
| 2-17  | Gesammeltes Wissen des höchsten Kontrollorgans   | 65 (FB)   |                                     |                    |        | 1        |   |   |
| 2-18  | Bewertung der Leistung des höchsten Kontrollorgans   | 71–72 (FB)  |                                     |                    |        |          |   |   |
| 2-19  | Vergütungspolitik  | 19, 81 (NB); 77–81 (FB)   | 8                                   |                    |        | 1        |   |   |
| 2-20  | Verfahren zur Festlegung der Vergütung   | 77–78 (FB)  |                                     |                    |        |          |   |   |
| 2-21  | Verhältnis der Jahresgesamtvergütung   | 88 (NB)   |                                     |                    |        |          |   |   |
| 2-22  | Anwendungserklärung zur Strategie für nachhaltige Entwicklung  | 14–15 (NB)  | 9                                   | 8                  |        | 1        |   |   |
| 2-23  | Verpflichtungserklärung zu Grundsätzen und Handlungsweisen   | 23, 25 (NB)   | 9                                   | 8                  |        |          |   |   |
| 2-24  | Einbezug politischer Verpflichtungen   | 23, 25 (NB)   | 3                                   | 6                  | 2      |          |   |   |
| 2-25  | Verfahren zur Beseitigung negativer Auswirkungen   | 23, 25 (NB)   | 8                                   | 1                  | 5      | 1        |   |   |
| 2-26  | Verfahren für die Einholung von Ratschlägen und die Meldung von Anliegen   | 23 (NB)   | 8                                   | 1                  | 5      | 1        |   |   |
| 2-27  | Einhaltung von Gesetzen und Verordnungen   | 22 (NB)   |                                     |                    | 5      |          |   |   |
| 2-28  | Mitgliedschaft in Verbänden und Interessengruppen  | 23, 79 (NB)   | 9                                   | 8                  | 2      |          |   |   |
| 2-29  | Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern   | 78 (NB)   | 9                                   | 8                  |        |          |   |   |
| 2-30  | Tarifverträge  | 50, 66 (NB)   | 8                                   | 3                  | 3      |          |   |   |
| <b>GRI 3: Wesentliche Themen 2021</b>         |  | <b>12 (NB)</b>  |                                     |                    |        | <b>2</b> |   |   |
| 3-1   | Verfahren zur Bestimmung wesentlicher Themen   | 13 (NB)   |                                     |                    |        | 2        |   |   |
| 3-2   | Liste der wesentlichen Themen  | 12 (NB)   |                                     |                    |        | 2        |   |   |
| <b>GRI 201: Wirtschaftliche Leistung 2016</b> |  | <b>74 (NB)</b>  | <b>8</b>                            |                    |        |          |   |   |
| 201-1   | Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert  | 89 (NB)   | 8                                   |                    |        |          |   |   |
| 201-2   | Finanzielle Folgen des Klimawandels für die Organisation und andere mit dem Klimawandel verbundene Risiken und Chancen | 21, 29 (NB)   | 9                                   | 7                  | 1      | 3        |   |   |
| 201-3   | Verbindlichkeiten für leistungsorientierte Pensionspläne und sonstige Vorsorgepläne                                    | 112–113 (FB)  | 8                                   |                    | 3      |          |   |   |
| 201-4   | Finanzielle Unterstützung durch die öffentliche Hand   | 102 (FB)  |                                     |                    |        | 2        |   |   |

## Global-Reporting-Initiative-Index

| GRI-Indikator  | Verweis Seite (Bericht) | Auslassungen, Gründe für die Auslassung und erforderliche Erklärungen               | SDG (Nr.) | UNGC Prinzip (Nr.) | OR 964   | TCFD     |
|--|-------------------------|---|-----------|--------------------|----------|----------|
| <b>GRI 202: Marktpräsenz 2016</b>  | <b>76 (NB)</b>          |   | <b>8</b>  | <b>6</b>           | <b>3</b> |          |
| 202-1 Verhältnis des nach Geschlecht aufgeschlüsselten Standard-eintrittsgehalts zum lokalen gesetzlichen Mindestlohn  |                         | Auf Gruppenebene nicht relevant. 5 Kantone haben einen Mindestlohn definiert        | 8         | 6                  | 3        |          |
| 202-2 Anteil der aus der lokalen Gemeinschaft angeworbenen oberen Führungskräfte   | 76 (NB)                 |   | 8         | 6                  | 3        |          |
| <b>GRI 203: Indirekte ökonomische Auswirkungen 2016</b>  | <b>75–76 (NB)</b>       |   |           |                    | <b>2</b> |          |
| 203-1 Infrastrukturinvestitionen und geförderte Dienstleistungen   | 75–76 (NB)              |   | 9         | 8                  | 2        |          |
| 203-2 Erhebliche indirekte ökonomische Auswirkungen  | 61, 75–76 (NB)          |   | 11        |                    | 2        |          |
| <b>GRI 204: Beschaffungspraktiken 2016</b>   | <b>70 (NB)</b>          |   | <b>8</b>  |                    | <b>2</b> |          |
| 204-1 Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten  | 89 (NB)                 |   | 8, 11     |                    | 2        |          |
| <b>GRI 205: Antikorruption 2016</b>  | <b>23 (NB)</b>          |   |           |                    | <b>5</b> |          |
| 205-1 Betriebsstätten, die auf Korruptionsrisiken geprüft wurden   | 23 (NB)                 |   |           |                    | 5        |          |
| 205-2 Kommunikation und Schulungen zu Richtlinien und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung  | 23 (NB)                 |   |           |                    | 5        |          |
| 205-3 Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Massnahmen   | 23 (NB)                 |   |           |                    | 5        |          |
| <b>GRI 206: Wettbewerbswidriges Verhalten 2016</b>   | <b>23 (NB)</b>          |   |           | <b>10</b>          | <b>5</b> |          |
| 206-1 Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten, Kartell- und Monopolbildung  | 23 (NB)                 |   |           | 10                 | 5        |          |
| <b>GRI 301: Materialien 2016</b>   | <b>33 (NB)</b>          |   | <b>12</b> | <b>8</b>           | <b>1</b> |          |
| 301-1 Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen  | –                       | Daten zentral nicht verfügbar, Relevanz für die zentrale Sammlung wird 2025 geprüft | 12        | 8                  | 1        |          |
| 301-2 Eingesetzte recycelte Ausgangsstoffe   | –                       |   | 12        | 8                  | 1        |          |
| 301-3 Wiederverwertete Produkte und ihre Verpackungsmaterialien  | 34, 44 (NB)             |   | 12        | 8                  | 1        |          |
| <b>GRI 302: Energie 2016</b>   | <b>31 (NB)</b>          |   | <b>7</b>  | <b>8</b>           | <b>1</b> | <b>4</b> |
| 302-1 Energieverbrauch innerhalb der Organisation  | 32 (NB)                 |   | 7         |                    | 1        | 4        |
| 302-2 Energieverbrauch ausserhalb der Organisation   | 84 (NB)                 |   | 7         |                    | 1        | 4        |
| 302-3 Energieintensität  | 84 (NB)                 |   | 7         |                    | 1        | 4        |
| 302-4 Verringerung des Energieverbrauchs   | 32 (NB)                 |   | 7         |                    | 1        | 4        |
| 302-5 Senkung des Energiebedarfs für Produkte und Dienstleistungen   | 32–33 (NB)              |   | 7         |                    | 1        | 4        |
| <b>GRI 303: Wasser und Abwasser 2018</b>   | <b>–</b>                |   | <b>12</b> | <b>8</b>           | <b>1</b> |          |
| 303-1 Wasser als gemeinsam genutzte Ressource  | –                       |   | 12        | 8                  | 1        |          |
| 303-2 Umgang mit den Auswirkungen der Wasserrückführung  | –                       | Daten sind zentral nicht verfügbar. Materialität wird 2025 erneut überprüft.        | 12        | 8                  | 1        |          |
| 303-3 Wasserentnahme   | –                       |   | 12        | 8                  | 1        |          |
| 303-4 Wasserrückführung  | –                       |   | 12        | 8                  | 1        |          |
| 303-5 Wasserverbrauch  | –                       |   | 12        | 8                  | 1        |          |
| <b>GRI 304: Biodiversität 2016</b>   | <b>36 (NB)</b>          |   | <b>11</b> | <b>8</b>           | <b>1</b> |          |
| 304-1 Eigene, gemietete und verwaltete Betriebsstandorte, die sich in oder neben Schutzgebieten und Gebieten mit hohem Biodiversitätswert ausserhalb von geschützten Gebieten befinden           | 36 (NB)                 |   | 11        |                    | 1        |          |
| 304-2 Erhebliche Auswirkungen von Aktivitäten, Produkten und Dienstleistungen auf die Biodiversität  | 36 (NB)                 |   | 11        | 8                  | 1        |          |
| 304-3 Geschützte oder renaturierte Lebensräume   | 37 (NB)                 |   | 11        |                    | 1        |          |
| 304-4 Arten auf der Roten Liste der Weltnaturschutzunion (IUCN) und auf nationalen Listen geschützter Arten, die ihren Lebensraum in Gebieten haben, die von Geschäftstätigkeiten betroffen sind | –                       |   | 11        |                    | 1        |          |

Global-Reporting-Initiative-Index

| GRI-Indikator  | Verweis Seite (Bericht) | Auslassungen, Gründe für die Auslassung und erforderliche Erklärungen        | SDG (Nr.) | UNGC Prinzip (Nr.) | OR 964   | TCFD     |
|--|-------------------------|--|-----------|--------------------|----------|----------|
| <b>GRI 305: Emissionen 2016</b>  | <b>28, 82 (NB)</b>      |  | <b>7</b>  | <b>8</b>           | <b>1</b> | <b>4</b> |
| 305-1 Direkte THG-Emissionen (Scope 1)   | 82 (NB)                 |  | 7         |                    | 1        | 4        |
| 305-2 Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)   | 82 (NB)                 |  | 7         |                    | 1        | 4        |
| 305-3 Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)  | 82 (NB)                 |  | 7         |                    | 1        | 4        |
| 305-4 Intensität der Treibhausgasemissionen  | 83 (NB)                 |  | 7         |                    | 1        | 4        |
| 305-5 Senkung der Treibhausgasemissionen   | 28–29 (NB)              |  | 7         |                    | 1        | 4        |
| 305-6 Emissionen Ozon abbauender Substanzen  | 84 (NB)                 |  | 7         |                    | 1        | 4        |
| 305-7 Stickstoffoxide (NOx), Schwefeloxide (SOx) und andere signifikante Luftemissionen  | 35, 84 (NB)             |  | 7         |                    | 1        | 4        |
| <b>GRI 306: Abfall 2020</b>  | <b>34 (NB)</b>          |  | <b>12</b> | <b>8</b>           | <b>1</b> |          |
| 306-1 Anfallender Abfall und erhebliche abfallbezogene Auswirkungen  | 34 (NB)                 |  | 12        | 8                  | 1        |          |
| 306-2 Management erheblicher abfallbezogener Auswirkungen  | 34 (NB)                 |  | 12        | 8                  | 1        |          |
| 306-3 Angefallener Abfall  |                         | Daten sind zentral nicht verfügbar. Materialität wird 2025 erneut überprüft. | 12        | 8                  | 1        |          |
| 306-4 Von Entsorgung umgeleiteter Abfall   |                         |  | 12        | 8                  | 1        |          |
| 306-5 Zur Entsorgung weitergeleiteter Abfall   |                         |  | 12        | 8                  | 1        |          |
| <b>GRI 308: Umweltbewertung der Lieferanten 2016</b>   | <b>70 (NB)</b>          |  | <b>8</b>  | <b>8</b>           | <b>1</b> | <b>4</b> |
| 308-1 Neue Lieferanten, die anhand von Umweltkriterien überprüft wurden  | –                       |  | 8         | 8                  | 1        |          |
| 308-2 Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Massnahmen   | 70 (NB)                 |  | 8         | 8                  | 1        |          |
| <b>GRI 401: Beschäftigung 2016</b>   | <b>50, 70 (NB)</b>      |  | <b>8</b>  | <b>6</b>           | <b>3</b> |          |
| 401-1 Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation   | 53, 86 (NB)             |  | 8         | 6                  | 3        |          |
| 401-2 Betriebliche Leistungen, die nur vollzeitbeschäftigten Angestellten, nicht aber Zeitarbeitnehmern oder teilzeitbeschäftigten Angestellten angeboten werden | 66 (NB)                 |  | 8         | 6                  | 3        |          |
| 401-3 Elternzeit   | 86 (NB)                 |  | 8         | 6                  | 3        |          |
| <b>GRI 402: Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis 2016</b>   | <b>65 (NB)</b>          |  | <b>8</b>  | <b>6</b>           | <b>3</b> |          |
| 402-1 Mindestmitteilungsfrist für betriebliche Veränderungen   | 65 (NB)                 |  |           |                    |          |          |
| <b>GRI 403: Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz 2018</b>   |                         |  | <b>3</b>  | <b>1</b>           | <b>3</b> |          |
| 403-1 Managementsystem für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz   | 55, 58 (NB)             |  | 3         | 1                  | 3        |          |
| 403-2 Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen  | 55, 58 (NB)             |  | 3         | 1                  | 3        |          |
| 403-3 Arbeitsmedizinische Dienste  |                         |  | 3         | 1                  | 3        |          |
| 403-4 Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz  | 55, 57 (NB)             |  | 3         | 1                  | 3        |          |
| 403-5 Mitarbeiterschulungen zu Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz   | 56, 58 (NB)             |  | 3         | 1                  | 3        |          |
| 403-6 Förderung der Gesundheit der Mitarbeitenden  | 55, 57 (NB)             |  | 3         | 1                  | 3        |          |
| 403-7 Vermeidung und Abmilderung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf die Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz                  | 55 (NB)                 |  | 3         | 1                  | 3        |          |
| 403-8 Mitarbeitende, die von einem Managementsystem für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz abgedeckt sind   | 55, 58 (NB)             |  | 3         | 1                  | 3        |          |
| 403-9 Arbeitsbedingte Verletzungen   | 55, 87 (NB)             |  | 3         | 1                  | 3        |          |
| 403-10 Arbeitsbedingte Erkrankungen  | 87 (NB)                 |  | 3         | 1                  | 3        |          |

## Global-Reporting-Initiative-Index

| GRI-Indikator   | Verweis Seite (Bericht) | Auslassungen, Gründe für die Auslassung und erforderliche Erklärungen                    | SDG (Nr.) | UNGC Prinzip (Nr.) | OR 964   | TCFD     |
|---|-------------------------|--|-----------|--------------------|----------|----------|
| <b>GRI 404: Aus- und Weiterbildung 2016</b>   | <b>61 (NB)</b>          |  | <b>3</b>  |                    | <b>3</b> |          |
| 404-1 Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten  | –                       | Daten sind zentral nicht verfügbar.  | 3         |                    | 3        |          |
| 404-2 Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe  | 62 (NB)                 |  | 3         |                    | 3        |          |
| 404-3 Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmässige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung erhalten | 64 (NB)                 |  | 3         |                    | 3        |          |
| <b>GRI 405: Diversität und Chancengleichheit 2016</b>   | <b>58 (NB)</b>          |  | <b>8</b>  | <b>6</b>           | <b>2</b> |          |
| 405-1 Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten  | 59, 81 (NB)             |  | 8         | 6                  | 2        |          |
| 405-2 Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zum Grundgehalt und zur Vergütung von Männern                    | 60, 88 (NB)             |  | 8         | 6                  | 2        |          |
| <b>GRI 406: Nichtdiskriminierung 2016</b>   | <b>61 (NB)</b>          |  | <b>8</b>  | <b>6</b>           | <b>2</b> |          |
| 406-1 Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemassnahmen   | 61 (NB)                 |  | 8         | 6                  | 2        |          |
| <b>GRI 407: Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen 2016</b>  | <b>65 (NB)</b>          |  | <b>8</b>  | <b>3</b>           | <b>3</b> |          |
| 407-1 Betriebsstätten und Lieferanten, bei denen das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen bedroht sein könnte  | 65, 70 (NB)             |  | 8         | 3                  | 3        |          |
| <b>GRI 408: Kinderarbeit 2016</b>   | <b>25 (NB)</b>          |  | <b>8</b>  | <b>5</b>           | <b>4</b> |          |
| 408-1 Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Kinderarbeit                                | 25, 70 (NB)             | Basierend auf dem Standort, an dem wir tätig sind, gilt dies nur für unsere Lieferanten. | 8         | 5                  | 4        |          |
| <b>GRI 409: Zwangs- oder Pflichtarbeit 2016</b>   | <b>25 (NB)</b>          |  | <b>8</b>  | <b>4</b>           | <b>4</b> |          |
| 409-1 Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Zwangs- oder Pflichtarbeit                  | 25 (NB)                 | Basierend auf dem Standort, an dem wir tätig sind, gilt dies nur für unsere Lieferanten. | 8         | 4                  | 4        |          |
| <b>GRI 414: Soziale Bewertung der Lieferanten 2016</b>  | <b>70 (NB)</b>          |  | <b>12</b> | <b>1</b>           | <b>2</b> |          |
| 414-1 Neue Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden  | 70 (NB)                 |  | 12        | 1                  | 2        |          |
| 414-2 Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Massnahmen  | 70 (NB)                 |  | 12        | 1                  | 2        |          |
| <b>GRI 415: Politische Einflussnahme 2016</b>   | <b>79 (NB)</b>          |  | <b>11</b> |                    | <b>5</b> |          |
| 415-1 Parteispenden   | 79 (NB)                 |  | 11        |                    | 5        |          |
| <b>GRI 416: Kundengesundheit und -sicherheit 2016</b>   | <b>42 (NB)</b>          |  | <b>12</b> | <b>1</b>           | <b>2</b> | <b>3</b> |
| 416-1 Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit       | –                       | Daten sind zentral nicht verfügbar.  | 12        | 1                  | 2        |          |
| 416-2 Verstösse im Zusammenhang mit den Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf die Gesundheit und Sicherheit       | 42 (NB)                 |  | 12        | 1                  | 2        |          |
| <b>GRI 418: Schutz der Kundendaten 2016</b>   | <b>23 (NB)</b>          |  |           |                    |          |          |
| 418-1 Begründete Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes von Kundendaten und den Verlust von Kundendaten           | 24 (NB)                 |  | 12        | 3                  | 2        |          |

---

## Zur Berichterstattung

### Dokumentenstruktur

Die Berichterstattung 2024 der Schweizerischen Post besteht aus folgenden Dokumenten:

- Die Schweizerische Post AG:
  - Jahresbericht 2024
  - Finanzbericht 2024 (Lagebericht, Corporate Governance und Jahresabschlüsse Konzern, Die Schweizerische Post AG sowie PostFinance AG)
  - Nachhaltigkeitsbericht 2024
- PostFinance AG:
  - Geschäftsbericht 2024
  - Nachhaltigkeitsbericht 2024
  - Offenlegung Eigenmittel aus Systemrelevanz per 31. Dezember 2024
  - Offenlegung Eigenmittel per 31. Dezember 2024

Diese Dokumente sind in elektronischer Form in der Onlineversion des Geschäftsberichts unter → [geschaeftsbericht.post.ch/downloads](https://geschaeftsbericht.post.ch/downloads) bzw. unter → [postfinance.ch/berichterstattung](https://postfinance.ch/berichterstattung) abrufbar.

### Sprachen

Der Nachhaltigkeitsbericht, der Finanzbericht und der Jahresbericht der Schweizerischen Post sind auf Deutsch, Englisch, Französisch und Italienisch verfügbar. Massgebend ist die Version in deutscher Sprache.

---

## Impressum

### Herausgeberin und Kontaktstelle

Die Schweizerische Post AG  
Wankdorfallée 4  
Postfach  
3030 Bern  
Schweiz

Telefon +41 848 888 888  
Medienkontakt +41 58 341 00 00  
[post.ch](https://post.ch)

### Konzeption und Projektmanagement

Judith Hueber, Stab CEO, Post, Bern  
Dr. Andreas Sturm, phorbis Communications AG, Basel

### Text

Post, Bern  
Sandra Schindler, Klarkom AG, Bern

### Fotos

Kommunikation Post

### Gestaltung und Satz

Ilona Troxler Smith, Nathalie Rotella und Franck Schirmer, phorbis Communications AG, Basel

### Korrektorat und Übersetzungen

Kommunikation Post, Bern





Die Schweizerische Post AG  
Wankdorfallee 4  
Postfach  
3030 Bern  
Schweiz

Telefon +41 848 888 888  
[post.ch](http://post.ch)

