

CSR-Reporting bei der Österreichischen Post AG

Mit einem Umsatz von rund 1,9 Mrd. EUR p.a. und ca. 20 500 MitarbeiterInnen ist die Österreichische Post AG ein national führender Logistik- und Postdienstleister. Vor zehn Jahren veröffentlichte sie als eines der ersten Postunternehmen weltweit einen Nachhaltigkeitsbericht. Aktuell wird Corporate Social Responsibility intern und extern stark diskutiert. Dieser Beitrag soll Einblick in Status und zukünftige Entwicklung geben.

Von Daniel-Sebastian Mühlbach, Lisa Pum und Ingeborg Schinninger

Seit Beginn der Berichterstattung gliedert die Österreichische Post AG ihre Aktivitäten in die Dimensionen Umwelt, Gesellschaft, Mitarbeiter und Wirtschaft. Anfangs wurde CSR über eine Kooperation mit der österreichischen Tageszeitung «Der Standard» und in weiterer Folge mit den Nachrichtenmagazinen «profil», «format» und «trend» der Öffentlichkeit bekannt gemacht. Dazu bediente man sich einer journalistischen Aufbereitung der Massnahmen, Ziele und Herausforderungen in den vier Dimensionen. Es erschien jährlich ein Nachhaltigkeitsmagazin als Beilage dieser Zeitungen bzw. Zeitschriften. Detaillierte Kennzahlen standen in diesem Format nicht im Mittelpunkt. Der Fokus galt einer guten journalistischen Aufbereitung der komplexen Herausforderungen und Chancen in den einzelnen Dimensionen. Es wurde jährlich eine imagebildende CSR-Kommunikation für die breite Öffentlichkeit publiziert. Flankiert wurde diese Publikation durch separate Nachhaltigkeitsberichte. Diese wurden immer nach den jeweils aktuellen Standards der Global Reporting Initiative (GRI) verfasst. Auch die unabhängige Prüfung der Nachhaltigkeitsberichte durch einen Wirtschaftsprüfer war Teil dieser Philosophie. Zeitlich erschienen diese Publikationen aber immer deutlich getrennt vom klassischen Geschäftsbericht. Ziel der Berichterstattung ist es, den internen und externen Stakeholdern transparente und nachvollziehbare Daten und Fakten anzubieten. Auf Basis dieser Informationen sollen die Stakeholder dann ihre jeweiligen Entscheidungen im Hinblick auf die Österreichische Post AG treffen. Beispielsweise können CSR-orientierte Anleger so besser über ein etwaiges Investment befinden.

Einheitlich und zielgruppenorientiert

Mit dem Nachhaltigkeitsbericht 2016 gab es einen Wechsel. Magazin und Bericht wurden kombiniert. Die angesprochenen CSR-Dimensionen wurden unter der CSR-Strategie *PRO AKTIV! Die Post nachhaltig für Österreich* zusammengefasst. Die Berichterstattung wurde insofern verändert, als die inhaltliche und gestalterische Form des Nachhaltigkeits- mit dem klassischen Geschäftsbericht abgestimmt wurde. So konnte eine einheitliche und zielgruppenorientierte Berichterstattung hergestellt werden. Mittlerweile erscheinen Finanz- und CSR-Bericht zeitgleich und zeigen ein sehr genaues Bild der finanziellen und nichtfinanziellen Steuerungskennzahlen der Österreichischen Post AG und ihrer Tochtergesellschaften.

Für das Thema CSR ist *Generaldirektor DI Dr. Georg Pölzl* verantwortlich. Er bedient sich dabei der *Abteilung Corporate Social Responsibility und Umweltmanagement*. Diese Abteilung ist wiederum dem Bereich *Investor Relations, Konzernrevision und Compliance* zugeordnet. Diese Zuordnung hat sich als ideale Lösung für die Gestaltung von CSR innerhalb des Unternehmens erwiesen. Durch das Commitment des CEO können viele Ziele gesetzt und Massnahmen erfolgreich implementiert werden. Corporate Governance und Risikomanagement sind neben den



DI DANIEL-SEBASTIAN MÜHLBACH



DI LISA PUM



DR. INGEBORG SCHINNINGER

DI Daniel-Sebastian Mühlbach, DI Lisa Pum (CSR & Umweltmanagement) und Dr. Ingeborg Schinninger (Strategie und Konzernentwicklung) arbeiten bei der Österreichischen Post AG, beschäftigen sich mit den unterschiedlichen Facetten von CSR und veröffentlichen dazu gemeinsame Beiträge.

namen gebenden Abteilungen ebenfalls in diesem Bereich angesiedelt. Diese Kombination ist der einflussreiche Hebel für die Umsetzung der CSR-Strategie und der darauf aufbauenden Berichterstattung.

Bereichsübergreifende Zusammenarbeit

Die Zusammenarbeit mit anderen Abteilungen erfolgt in bereichsübergreifenden Arbeitsgruppen. Inhaltlich orientiert sich der Prozess am Plan-Do-Check-Act-Zyklus. Dieses Mittel hat sich als sehr effizient und effektiv herausgestellt. Es kommt auch im Umweltmanagementsystem des Unternehmens zum Einsatz und ist daher ein akzeptierter Standard. Dabei werden Ziele und Massnahmen gemeinsam erarbeitet und beschlossen. Anschließend erfolgt die Umsetzung durch die verantwortlichen Bereiche. Die CSR-Abteilung unterstützt hierbei auf verschiedene Arten. Die Evaluierung der Ziele und etwaige Änderungen bei den Massnahmen erfolgen ebenfalls innerhalb der Arbeitsgruppen. Diese Methode der direkten Zusammenarbeit hat sich als sehr praktikabel erwiesen und die Diversität innerhalb der Arbeitsgruppen trägt massgeblich zum Erfolg der CSR-Strategie des Unternehmens bei.

Auch mit den Vorständen gibt es regelmässige Besprechungen zu Status, Fortschritt und Ausblick hinsichtlich der CSR-Strategie. Im Zuge definierter Vorstandssitzungen gibt es mehrmals jährlich formelle Berichte zu den verschiedenen CSR-Projekten. Diese Vorgangsweise hat sich ebenfalls bewährt, da eine Integration der verschiedenen Vorstandsbereiche erzielt werden kann. So ist der Vorstand immer über die CSR-Strategie im Bilde und es ist leichter möglich, sich aktiv in die Gestaltung oder auch Korrektur einzubringen.

Über allem wacht der Aufsichtsrat. Dieses oberste Kontrollgremium ist nach dem Nachhaltigkeits- und Diversitätsverbesserungsgesetz verpflichtet, die nichtfinanziellen Angaben des Unternehmens zu prüfen. Daher wird dem Aufsichtsrat jährlich durch einen Wirtschaftsprüfer dazu berichtet.

Das Ergebnis dieser Bemühungen ist eine integrierte CSR-Strategie. Diese wird aktiv und immer unter Bedacht der Dimensionen Mitarbeiter, Gesellschaft, Umwelt und Wirtschaft gelebt. So können die für das Unternehmen am besten geeigneten Ziele, Massnahmen und die notwendigen Steuerungskennzahlen definiert werden.

Zukünftig wird vor allem das Thema der nichtfinanziellen Steuerungskennzahlen weiter forciert. Das Ziel ist es, eine Sustainability Balanced Scorecard oder Ähnliches zu schaffen. Damit sollen die Zusammenhänge zwischen finanziellen und nichtfinanziellen Kennzahlen noch besser verstanden und gesteuert werden. Ein plakatives Beispiel: Nicht verbrauchte Energie ist die beste Energie – sie wirkt sich positiv auf das EBIT und die Umwelt aus. Denn eine nicht verbrauchte kWh muss weder erzeugt noch bezahlt werden.