

**Verantwortlich handeln –  
Nachhaltig wachsen.**



*Willkommen*  
im Nachhaltigkeitsbericht

**der Francotyp-Postalia**  
**Holding AG,**  
zum 31. Dezember 2017

## Inhalt

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	<b>5</b>	<b>3.</b>	<b>Kundenservice mit Exzellenz</b>	<b>16</b>
<b>1.1</b>	<b>Wir danken</b>	<b>6</b>	<b>3.1</b>	<b>Kunde im Fokus (TK 4)</b>	<b>16</b>
<b>1.2</b>	<b>Francotyp-Postalia im Überblick</b>	<b>7</b>	<b>3.2</b>	<b>Ausgeprägte Servicequalität (TK 5)</b>	<b>17</b>
<b>1.3</b>	<b>Wachstumsstrategie ACT</b>	<b>11</b>	<b>3.3</b>	<b>Beschwerdemanagement (TK 6)</b>	<b>18</b>
<b>1.4</b>	<b>Nachhaltigkeitsstrategie und deren Management – Nachhaltigkeit leben</b>	<b>12</b>	<b>3.4</b>	<b>Informationssicherheit und Datenschutz (TK 7)</b>	<b>18</b>
<b>1.5</b>	<b>Stakeholder-Management</b>	<b>13</b>	<b>4.</b>	<b>Wertschöpfung, Qualität und Produkte Made in Germany</b>	<b>19</b>
<b>1.6</b>	<b>Wesentlichkeit und Bestimmung der Berichtsinhalte</b>	<b>14</b>	<b>4.1</b>	<b>Produktqualität und Produktsicherheit (TK 8 und TK 9)</b>	<b>19</b>
<b>2.</b>	<b>Nachhaltige Entwicklung für unsere Zukunft</b>	<b>14</b>	<b>4.2</b>	<b>Francotyp-Postalia als Vorreiter bei Innovation und Entwicklung (TK 10)</b>	<b>20</b>
<b>2.1</b>	<b>Nachhaltige Unternehmenswertsteigerung (TK 1)</b>	<b>14</b>	<b>4.3</b>	<b>Qualitätsmanagementsystem (TK 11)</b>	<b>23</b>
<b>2.2</b>	<b>Stärkung der Marktanteile (TK 2)</b>	<b>14</b>	<b>4.4</b>	<b>Umweltfreundliche und energieeffiziente Produkte (TK 12 und TK 13)</b>	<b>24</b>
<b>2.3</b>	<b>Compliance (TK 3)</b>	<b>15</b>	<b>4.5</b>	<b>Umwelt-, Klima- und Arbeitsschutz in der Lieferkette (TK 14)</b>	<b>25</b>
<b>2.4</b>	<b>Risiko- und Chancenmanagement</b>	<b>15</b>			

- 5. Verantwortung als Arbeitgeber – Everybody needs somebody to ACT 28**
- 5.1 Unternehmenskultur und Identifikation mit FP (TK 15 und TK 16) 28**
- 5.2 Personalentwicklung, Aus- und Weiterbildung (TK 17 und TK 18) 30**
- 5.3 Stetiges Lernen und Verbessern (TK 19) 30**
- 5.4 Ideenmanagement (TK 20) 31**
- 5.5 Vielfalt und Chancengleichheit (TK 21) 31**
- 5.6 Arbeitssicherheit und Gesundheitsmanagement (TK 22) 32**
- 5.7 Vereinbarkeit von Beruf und Familie (TK 23) 34**
- 6. Energie- und Umweltmanagement und der Schutz von Ressourcen 34**
- 6.1 Umwelt- und Energiemanagement im täglichen Unternehmensablauf (TK 24) 35**
- 6.2 Ressourceneffizienz und Ressourcenschutz (TK 25) 35**
- 7. Gesellschaftliches und soziales Engagement (TK 26 und TK 27) 39**

Die Abkürzung »TK« bezeichnet die als wesentlich identifizierten Themenkomplexe der Wesentlichkeitsmatrix.

## 1. Einleitung

Nachhaltigkeit,  
*sehr geehrte Damen und Herren,*

ist in unserem Unternehmen seit langem auf vielen Ebenen verankert. Es gibt für viele wichtige Aspekte Richtlinien, Leitlinien, Vorgaben, – aber:

Es sind unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die Nachhaltigkeit leben, Tag für Tag. Sie übernehmen Verantwortung. Sie finden mit unseren Kunden neue Wege, wie wir unsere Produkte verbessern können. Sie machen sich stark für neue Leuchtmittel, senken so den CO<sub>2</sub>-Ausstoß und unsere Stromkosten. Sie engagieren sich für soziale Initiativen. Sie überwachen, dass wir nach bestem Ermessen rechtliche Vorgaben, Qualitäts- und Umweltstandards genau beachten. Sie tauschen sich mit Behörden, Politikern und den Mitmenschen an unseren Standorten aus. Sie überprüfen unsere Lieferanten – auch im Hinblick auf deren Nachhaltigkeitsstandards. Sie sorgen für die Sicherheit unserer Informationstechnologie.

IT- und Datensicherheit ist für uns dabei keine Nachhaltigkeitspflicht, sondern Kernkompetenz! Schließlich drucken wir Geld: Mehr als eine Milliarde Euro wird jedes Jahr über unsere Frankiersysteme in Briefporto umgewandelt. Unsere Kunden und die nationalen Postgesellschaften vertrauen uns diese Gelder an. Denn wir stellen kontinuierlich unter Beweis, dass diese geldwerten Datenströme sicher sind.

Sicheres Mail-Business und sichere digitale Kommunikationsprozesse: Auf diesen Gebieten sind wir Experten. Mit hoher Qualität schaffen wir Vertrauen bei unseren Kunden und die Grundlage für intensivere Zusammenarbeit. Auf die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit unseren Kunden bauen wir auch in unserer Wach-

Verantwortlich handeln,  
nachhaltig wachsen

tumsstrategie ACT: Wir gewinnen Marktanteile in unserem Kerngeschäft. Wir begleiten unsere Kunden von der analogen in die digitale Welt. Wir wandeln uns zu einem dynamischen Wachstumsunternehmen.

Und es sind unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die diesen Wandel voranbringen! Gemeinsam schaffen wir eine Kultur der Innovation, des Tempos und des Teams, des Mitdenkens und des gemeinsamen Handelns. Mit diesem »Mindset«, mit dieser Haltung werden wir ein neues, größeres, erfolgreicherer Unternehmen.

Nachhaltig zu wachsen ist Teil unserer Verantwortung als weltweit agierender Konzern: gegenüber unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, gegenüber unseren Kunden und Lieferanten, gegenüber unseren Anteilseignern, gegenüber unserer sozialen und natürlichen Umwelt. Indem wir wachsen, bleiben wir in der Lage, dieser Verantwortung immer besser gerecht zu werden.

Wir lehnen uns nicht zurück, denn wir verfolgen ehrgeizige Ziele – für unser Wachstum, die Wertsteigerung unseres Unternehmens und für die Nachhaltigkeit unseres Handelns. Der Bericht, den wir Ihnen hier vorlegen, dokumentiert unsere Verantwortung, er ist uns Ansporn, weiter zu gehen.

Begleiten Sie uns auf diesem Weg!

Ihr  
Rüdiger Andreas Günther (CEO/CFO)



## 1.1 Wir danken

Innovation, erhöhtes Tempo, Stärkung der Teams, ein neues Miteinander in einer Unternehmenskultur der Anerkennung, des Engagements und des gemeinsamen Handelns.

Wir bedanken uns bei allen Kolleginnen und Kollegen für ihre Unterstützung, ihre Ideen und ihre Zeit, die unseren ersten Nachhaltigkeitsbericht ermöglicht haben.

Wir können stolz sein auf das, was wir sind und was wir leisten, und wir setzen unsere Stärken ein für die gemeinsame Zukunft.

Was wir bereits erreicht haben, haben wir gemeinsam erreicht, gemeinsam treiben wir die nachhaltige Entwicklung der FP voran.

**ONE FP. Teamwork and Team works.**

## 1.2 Francotyp-Postalia im Überblick

German Mailgeneering: Unser Claim fasst zusammen, was uns auszeichnet. Er verdichtet die Hinweise von fast 1.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die in den letzten 18 Monaten an unserer Fit4Change Initiative – zusammen mit unserem Partner, der Stärkenkompass GmbH – teilgenommen haben, die Informationen aus zahllosen Gesprächen mit unseren internationalen Kolleginnen und Kollegen sowie die Ergebnisse unserer Marktforschung.

Geneering ist die Entwicklung und Veränderung einer DNA, auch einer unternehmerischen, um ihr einen neuen Charakter zu geben. Engineering steht für Ingenieurskunst. German Mailgeneering verbindet somit unsere Geschichte, Herkunft und Tradition mit der Zukunft.

In German Mailgeneering klingen mit

- die globale Anerkennung deutscher Ingenieurskunst
- Qualität made in Germany, die auf der Welt geschätzt wird, Vertrauen und Sicherheit
- Tugend und Herkunft
- technische Entwicklung und Innovation
- das Digitale, der Erfindergeist und die Stärke unserer Ingenieure
- Begeisterung und Leidenschaft
- unser Wille zur Transformation, unsere Weltoffenheit und unsere Lust auf Neues

Fast 1.100 Mitarbeiter weltweit setzen sich für unsere Kunden ein. Als international agierender, börsennotierter Konzern mit Hauptsitz in Berlin blicken wir, die Francotyp-Postalia Holding AG (im Folgenden **FP**), auf eine 95-jährige Geschichte zurück und auf neue Wege digitaler Kommunikation voraus.

In Deutschland unterhalten wir 22 Standorte; wir sind in insgesamt zehn Ländern mit eigenen Tochterunternehmen aktiv (GRI G4-9). Darüber hinaus verfügen wir über ein eigenes Händlernetzwerk, das sich über 40 weitere Länder erstreckt.

Der Schwerpunkt unserer Geschäftstätigkeit liegt bei Produkten und Dienstleistungen zur effizienten Postverarbeitung (Frankier- und Kuvertiersysteme), der Konsolidierung von Geschäftspost (Mail Services) und digitalen Lösungen (Softwarelösungen) für Unternehmen und Behörden.

**FP** entwickelt und fertigt **Frankiersysteme**. Mit ihrer Hilfe können die Kunden ihre Post in kurzer Zeit automatisiert frankieren. Das ist nicht nur effizient, sondern reduziert auch die Portokosten. Diese Systeme verkaufen und vermieten wir ebenso wie Kuvertiersysteme, die die ausgedruckten Briefe automatisch in Kuverts verpacken.

Das After-Sales-Geschäft ist der wichtigste Umsatzträger. Es erwirtschaftet wiederkehrende Umsätze aus dem Verkauf von Verbrauchsmaterialien wie Farbbandkassetten und Tintenkartuschen sowie aus Servicedienstleistungen, Softwarelösungen für die Kostenstellenverwaltung und Teleporto.

Verkauf und Vermietung der Systeme vergrößern unsere Basis für die daraus resultierenden wiederkehrenden Umsätze.

Seit Anfang 2012 stellen wir alle unsere Frankiersysteme ausschließlich in einer modernen, flexiblen Produktionsstätte in Wittenberge im Bundesland Brandenburg her, die höchste Qualitätsanforderungen erfüllt. Auch das eigene Service Part Center für den nationalen und internationalen Versand der Verbrauchsmaterialien und Ersatzteile hat seinen Sitz in Deutschland.

Viele unserer Kunden mit größerem Briefvolumen wollen die Frankierung oder auch nur die postgerechte Anlieferung ihrer Briefmengen nicht mehr selbst vornehmen. Sie entscheiden sich für das Outsourcing dieser Prozesse. Auch hierbei stehen wir unseren Kunden zur Seite. Im Produktbereich **Mail Services** holen wir die Sendungen beim Kunden ab und frankieren sie, falls noch nicht geschehen. Alle Briefe werden nach Postleitzahlen automatisch sortiert und so konsolidiert beim jeweiligen Briefzentrum der Deutschen Post AG oder bei alternativen Postzustellern angeliefert. Mit acht Sortierzentren im Bundesgebiet ist **FP** der führende unabhängige Konsolidierer von Geschäftspost in Deutschland. Das größte **FP**-Zentrum für Konsolidierungen sitzt in Langenfeld bei Düsseldorf – es wird unterstützt durch sieben weitere, kleinere Zentren, unter anderem in Leipzig, München, Hamburg, Frankfurt und Berlin.

Aber einige Kunden gehen noch weiter: Sie wollen ihre Post auch nicht selbst drucken. Auch hier helfen wir, Kosten zu sparen und umweltfreundlich zu agieren. Der Bereich **Softwarelösungen** umfasst Hybrid-Mail-Services und Lösungen rund um die voll-digitale Kommunikation. Die Kunden übermitteln ihre Briefe digital unter Gewährleistung höchster Sicherheitsstandards. **FP** übernimmt hocheffizient den Druck, das Kuvertieren, das Frankieren und die Übergabe an die Post – alles aus einer Hand (**FP** Outbound). Die Empfänger erhalten dann im Normalfall einen klassischen Brief.

Aber das geht auch umgekehrt: **FP** Inbound ergänzt das Outbound-Angebot. **FP** übernimmt den Posteingang. Briefe an den Kunden gehen ein, werden digitalisiert, nach kundenspezifischen Kriterien analysiert und dem Daten- oder Dokumentensystem des Kunden in elektronischer Form zugeführt. Dass auch diese Abläufe höchsten Sicherheitsstandards genügen, versteht sich von selbst. Dazu gehört auch das Angebot, die gesamte Korre-

spondenz der Kunden dauerhaft zu speichern und die digitalen Dokumente mit hoch entwickelter Verschlüsselungs- und Signatursoftware abzusichern. Zukunftswiegend ist in diesem Bereich das Produkt **FP Sign**, eine cloudbasierte Lösung für den rechtssicheren digitalen Abschluss und Austausch von Verträgen und Dokumenten (GRI G4-3, GRI G4-4, GRI G4-5, GRI G4-6, GRI G4-7, GRI G4-8).



Abbildung 1: Standorte in Deutschland

Francotyp-Postalia Holding AG  
 Francotyp-Postalia GmbH  
 FP Vertriebs- und Service GmbH  
 FP Direkt Vertriebs GmbH  
 FP InovoLabs GmbH 13089 **Berlin**

FP IAB - Internet Access GmbH  
 (Produktion) 12489 **Berlin**

FP IAB - Internet Access GmbH  
 (Hauptsitz) 12489 **Berlin**

FP Produktionsgesellschaft mbH  
 & Co. KG 19322 **Wittenberge**

freesort Langenfeld  
 40764 **Langenfeld**

freesort Frankfurt  
 60437 **Frankfurt**

freesort Weinstadt  
 71384 **Weinstadt**

freesort München  
 80807 **München**

freesort Hamburg  
 22459 **Hamburg**

freesort Pattensen  
 30982 **Pattensen**

freesort Leipzig 04256 **Leipzig**

FP Hanse GmbH 28832 **Achim**  
 bis 31.12.2017

Mentana Claimsoft GmbH  
 (Hauptsitz) 15517 **Fürstenwalde**

Mentana Claimsoft GmbH  
 (Niederlassung)  
 31162 **Bad Salzdetfurth**

FP Vertriebs- und Service GmbH  
 (Niederlassung)  
 17034 **Neubrandenburg**

FP Vertriebs- und Service GmbH  
 (Niederlassung) 01069 **Dresden**

FP Vertriebs- und Service GmbH  
 (Niederlassung) 20097 **Hamburg**

FP Vertriebs- und Service GmbH  
 (Niederlassung) 40472 **Düsseldorf**

FP Vertriebs- und Service GmbH  
 (Niederlassung) 24105 **Kiel**

FP Vertriebs- und Service GmbH  
 (Niederlassung) 34131 **Kassel**

FP Vertriebs- und Service GmbH  
 (Niederlassung) 99091 **Erfurt**

freesort Düsseldorf **Düsseldorf**



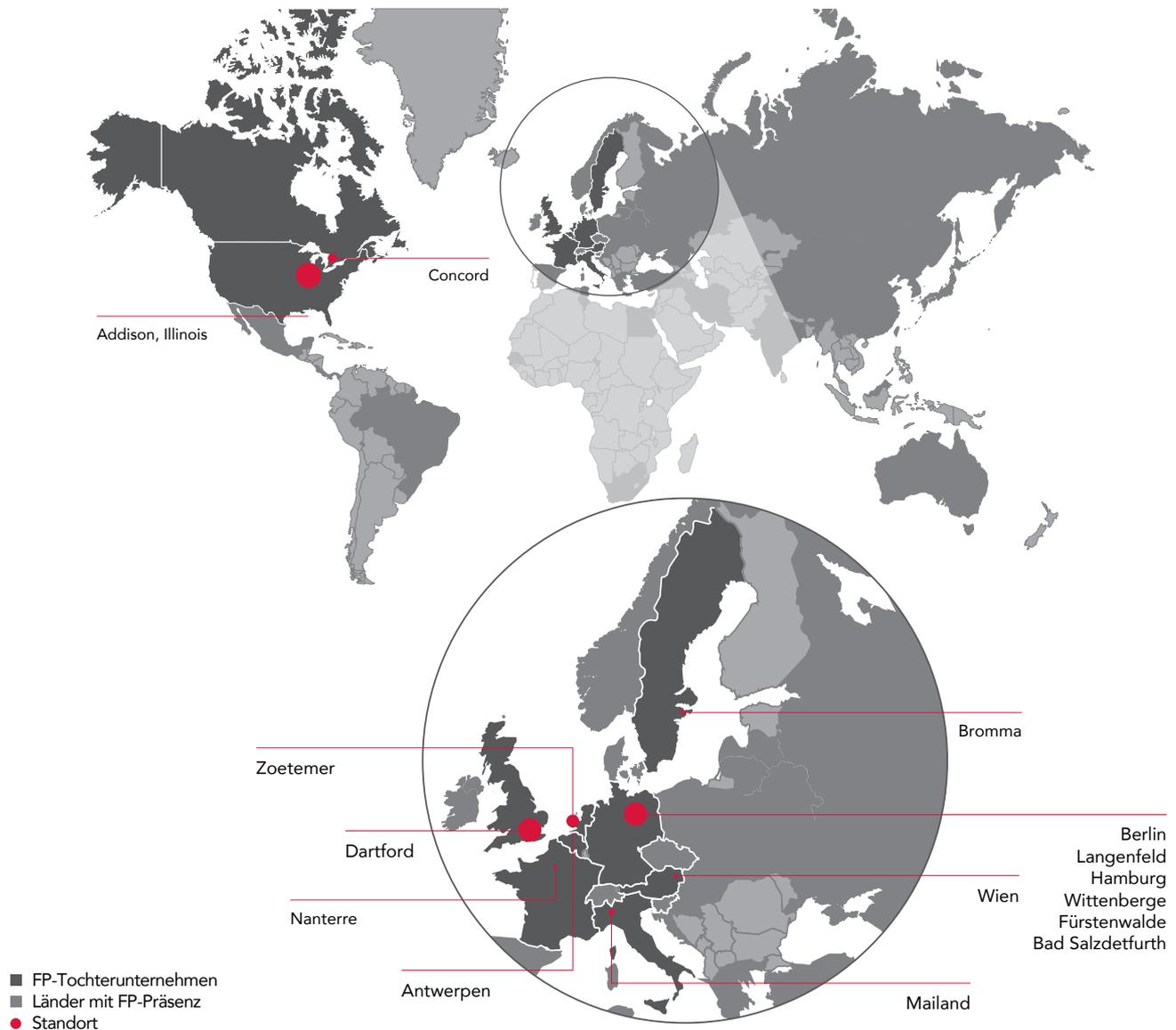


Abbildung 2: Internationale Gesellschaften auf einen Blick (GRI G4-17)

## FP im Überblick

- 22 Standorte in Deutschland
- Tochtergesellschaften in Deutschland, USA, Kanada, Großbritannien, Niederlanden, Belgien, Frankreich, Österreich, Italien und Schweden
- internationales Händlernetzwerk in über 40 Ländern
- 95 Jahre Unternehmenstradition und Erfahrung
- mehr als 1.000 Mitarbeiter
- rund 35.000 produzierte Maschinen der neuen PostBase Serie (PostBase Mini, PostBase Classic, PostBase One) im Jahr 2017
- 1.900 vorgehaltene Ersatzteile und Verbrauchsmaterialien
- insgesamt 290.000 produzierte Frankiersysteme seit Eröffnung unseres neuen Werkes in Wittenberge 2012
- 25 verschiedene Ländervarianten bei PostBase
- mehr als 2.500 Patente
- mehr als 199 Millionen verarbeitete Briefe im Bereich Mail Services an den Standorten der FP-Tochter freesort
- mehr als 64 Millionen gedruckte und verarbeitete Seiten bei der FP-Tochter IAB

Als deutsche Aktiengesellschaft unterliegt **FP** dem deutschen Aktienrecht. **FP** verfügt daher über die Organe Vorstand, Aufsichtsrat und Hauptversammlung. Die Unternehmensführung basiert auf einer engen und vertrauensvollen Zusammenarbeit aller Organe sowie einem regen und stetigen Informationsfluss zwischen ihnen. Aktionäre können insbesondere auf der Hauptversammlung Fragen an das Management des Konzerns stellen und ihr Stimmrecht ausüben. Wie in der Satzung festgelegt, besteht der Aufsichtsrat der Francotyp-Postalia Holding AG aus drei Mitgliedern. Sie werden von der Hauptversammlung gewählt. Aus seiner Mitte wählt der Aufsichtsrat den Vorsitzenden und einen stellvertretenden Vorsitzenden.

Der Aufsichtsrat hat sich selbst eine Geschäftsordnung gegeben. In ihr wird die Arbeitsweise des obersten Kontrollgremiums geregelt (GRI G4-34). Vor der Nominierung zur Wahl eines Aufsichtsratsmitglieds werden mögliche Interessenkonflikte abgefragt (GRI G4-41). Für eine detaillierte Übersicht der Vergütungen der Aufsichtsratsmitglieder verweisen wir auf den Konzernlagebericht (GRI G4-51).

Der Vorstand besteht zurzeit aus einem Vorstandsvorsitzenden und zwei Vorstandsmitgliedern. Er leitet das Unternehmen mit dem Ziel nachhaltiger Wertschöpfung in eigener Verantwortung und im Unternehmensinteresse, also unter Berücksichtigung der Belange der Aktionäre, der Arbeitnehmer und sonstiger dem Unternehmen verbundener Gruppen unter Beachtung ökonomischer, ökologischer und sozialer Aspekte (GRI G4-35, GRI G4-38).

Gemäß der vom Aufsichtsrat erlassenen Geschäftsordnung führt der Vorstand die Geschäfte der Gesellschaft mit einem nachhaltigen Fokus – mit einheitlichen Plänen und Richtlinien. Dabei trägt der Vorstand gemeinsam die Verantwortung für die gesamte Geschäftsführung des Konzerns (GRI G4-39). Im Rahmen der Gesamtverantwortung für die Geschäftsführung arbeiten die drei Vorstände in ihrem jeweils zugewiesenen Aufgabenbereich kollegial und vertrauensvoll zum Wohle des Unternehmens zusammen.

**Rüdiger Andreas Günther**, der Vorstandsvorsitzende (CEO) und Finanzvorstand (CFO), verantwortet die Aufgabenbereiche Strategische Geschäftsentwicklung, Corporate Communications/Investor Relations, Public Relations, Finanzen/Rechnungswesen/Controlling/Steuer/Treasury, Personal/Recht/Compliance, Merger & Acquisition sowie Produktion/Einkauf.

**Thomas Grethe** verantwortet als Vorstand (CSO) das Geschäftsfeld Frankieren und Kuvertieren (Vertrieb Deutschland, Vertrieb International, Produkt-Management) sowie Strategisches Marketing/Brand Management und Interne Revision.

**Sven Meise** ist als Vorstand (CDO) für das Geschäftsfeld Digitale Lösungen für Mail Services und Software, Produkt-Portfolio-Management, Business Development, Informationstechnik, Forschung & Entwicklung sowie Qualität zuständig.

Der Vorstand entwickelt die Ausrichtung des Unternehmens, stimmt diese mit dem Aufsichtsrat ab und leitet maßgebend die nachhaltige unternehmerische Entwicklung (GRI G4-42).

Der Vorstand sorgt für die strikte Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen und der unternehmensinternen Richtlinien – nicht nur auf Konzernebene, sondern auch in den jeweiligen Konzerngesellschaften. Er hat ein angemessenes Chancen- und Risikomanagement eingerichtet. Er überwacht es laufend durch ein angemessenes Controlling, um bereits im Vorfeld mögliche Gefährdungen, aber auch Potenziale zu erkennen. So kann er gegebenenfalls Maßnahmen ergreifen, um die Chancen zu realisieren und den Risiken entgegenzusteuern.

Verantwortung in den Dimensionen der Nachhaltigkeit – der Ökonomie, der Ökologie und dem Sozialen – zu übernehmen, gehört konzernweit zu unserem Selbstverständnis und ist Basis aller Entscheidungen. Wir übernehmen Verantwortung für Produkte und Prozesse, Mitarbeiter, Kunden und Partner genauso wie für Umwelt und Gesellschaft. Dabei pflegen wir einen offenen Umgang und befinden uns in einem kontinuierlichen Dialog mit unseren Stakeholdern.

Details zur Corporate Governance finden sich im Konzernlagebericht und in den weiteren Berichten, unter anderem im Bericht des Aufsichtsrats (GRI G4-38), in der Konzernerkklärung zur Unternehmensführung und im Corporate-Governance- sowie im Chancen- und Risikobericht.

**FP** hat im vergangenen Geschäftsjahr einen Konzernumsatz von 206,3 Millionen Euro bei einem EBITDA von 26,3 Millionen Euro erwirtschaftet (GRI G4-9).

Ausführliche Erläuterungen zu den finanziellen Kennzahlen des Unternehmens ebenso wie zu den wichtigen Veränderungen während des Berichtszeitraums bezüglich der Größe, der Struktur und der Eigentumsverhältnisse der Organisation, einschließlich möglicher Änderungen des Standorts oder Veränderungen im Bereich der Geschäftstätigkeit, der Eröffnung oder Schließung von Produktionsstätten und Erweiterungen, finden sich jährlich in den jeweiligen Geschäftsberichten und unterjährig in den Quartalsmitteilungen und Halbjahresfinanzberichten (GRI G4-13).

Der Nachhaltigkeitsbericht wird nunmehr jährlich als eigenständiger Bericht – mit dem jeweiligen Geschäftsbericht – veröffentlicht. Zuletzt wurde im Geschäftsbericht 2016 im Kapitel »Umwelt und gesellschaftliches Engagement« sowie im **Umwelt- und Arbeitsschutzbericht** berichtet. Ansprechpartner für den Bereich Nachhaltigkeit ist Dr. Joachim Fleing, Leiter Investor Relations (GRI G4-28, GRI G4-29, GRI G4-30, G4-31).

### 1.3 Wachstumsstrategie ACT

Ist der Markt für Frankiersysteme ein sterbender Markt? Kann **FP** mit seinen Systemen nicht mehr wachsen? Werden wir von der Digitalisierung überrollt? Nein, dreimal nein.

Wir haben uns 2016 diesen Fragen gestellt. Wir haben Märkte und Trends analysiert, unsere Qualitäten und Chancen gründlich ausgewertet und eine neue Strategie entwickelt. Sie widerlegt die Mythen, die über unseren Markt und unser Geschäft kursierten, und öffnet uns neue Perspektiven für eine nachhaltige Unternehmensentwicklung. Im November 2016 stellten wir sie den Mitarbeitern und der Öffentlichkeit vor. ACT hat eine neue Ära eingeläutet, die **FP** zu einem dynamischen und profitablen Wachstumsunternehmen macht.

**ACT:** Der Name der Strategie steht für **Attack**, **Customer Journey** und **Transformation**. Die Strategie richtet sich auf Umsatzwachstum und gesteigerte Profitabilität. Sie umfasst auch Maßnahmen zur Steigerung der Effizienz und der Umsetzungstärke in allen Bereichen mit den vier Schwerpunkten: Finanzen, Personal, Vertrieb und Digitalisierung.

#### **Attack: Ausbau der Kundenbasis und Erhöhung des Marktanteils im Kerngeschäft**

Das Kerngeschäft der **FP** mit ihren Frankiersystemen verfügt über mehr Wachstumspotenzial als in der Vergangenheit angenommen. Tatsächlich kommt es im Frankiermaschinenmarkt mit Vordringen der E-Mail zu erheblichen Veränderungen: Immer mehr Unternehmen ersetzen große Systeme für hohe Briefaufkommen durch kleinere Systeme. Hier liegt eine besondere Chance, denn gerade bei kleineren Frankiersystemen haben wir unsere Stärke. In diesem Marktsegment sind wir hervorragend positioniert und investieren weiter in Forschung & Entwicklung. Welche Chancen das eröffnet, das zeigte sich bereits im Geschäftsjahr 2016. Aber auch 2017 setzte sich der Aufwärtstrend fort. Der Umsatz im Bereich Frankieren wuchs währungsbereinigt um 2,8 %, der Umsatz aus Produktverkäufen stieg sogar um 7,1 %. Wir verfügen über eine installierte Basis von rund 225.000 Frankiersystemen und sind mit ca. 11 % Marktanteil im Frankiermaschinenmarkt weltweit das drittgrößte Unternehmen in diesem Bereich.

Mit der innovativen PostBase Familie sind wir optimal auf die sich verändernden Kundenanforderungen vorbereitet. Mit einer gezielten Marktentwicklungsstrategie besonders in den USA und Frankreich wollen wir nun sukzessive weitere Marktanteile im Kerngeschäft gewinnen und die Kundenbasis ausbauen. Zusätzlich planen wir, das Leistungsspektrum durch weitere innovative Produkte und Services wie zum Beispiel im Bereich Päckchen und Paketversand zu erweitern.

#### **Customer Journey: Neue Lösungen und Services für Bestands- und Neukunden entwickeln**

**FP** antizipiert die sich verändernden Kundenbedürfnisse und entwickelt sich zum Begleiter der Digitalisierung von Prozessen rund um die ein- und ausgehende Geschäftskommunikation in Unternehmen und Behörden. Bereits bestehende Services der Tochtergesellschaft IAB werden dazu mithilfe der bundesweiten Sortierzentren der **FP**-Tochter **freesort** systematisch ausgebaut. Auf diese Weise entstehen Digitalisierungs-Hubs für die Eingangspost. Mit zusätzlichen Innovationen stärken wir unsere Marktposition. Zukunftsweisend ist das auf der CeBIT 2017 vorgestellte Produkt **FP Sign**.

#### **Paradigmenwechsel in der FP**

**FP** kann die Segmentverschiebung zugunsten kleinerer Systeme nutzen. Wir können die bestehende Kundenbasis von rund 200.000 Unternehmen weiter ausbauen. Zugleich eröffnet sich bei jedem bestehenden Kunden und mit jedem neuen Kunden die Möglichkeit, ihn auf dem Weg der digitalen Transformation zu begleiten. Über die klassische Sendungsverarbeitung hinaus bieten wir unseren Kunden Produkte und Services rund um die digitale Kommunikation an. Insgesamt führt dies zu einer stärkeren Kundenbindung und einem höheren, nachhaltig profitablen Wachstum pro Kunde.

#### **Transformation: Entwicklung neuer, digitaler Geschäftsfelder**

Wenn wir die Kunden auf ihrem Weg von der analogen in die digitale Welt begleiten wollen, dann muss sich auch **FP** verändern. Worum geht es? Zum Beispiel um die Implementierung und Nutzung neuer, agiler Innovationsmethoden. Mit ihnen können wir uns besser und schneller strategisch positionieren und unser Kerngeschäft an die sich wandelnden Kundenbedürfnisse anpassen. Damit erkunden und testen wir zukünftige Märkte, Produkte und Geschäftsmodelle. Alle diese Initiativen fußen auf der **FP**-eigenen DNA (Kryptografie, Sensorik, Aktorik, Konnektivität). Sie eröffnet uns weiter gehende strategische Optionen für die Transformation von **FP**.

#### **Die Digitalisierung erfolgt Schritt für Schritt**

Die Digitalisierung verläuft gerade im Bereich der Kommunikations- und Dokumentenprozesse eher zögerlich. Denn die Kunden sind verunsichert, wie sie die digitalen

Medien und Kommunikationskanäle sinnvoll und effizient nutzen können. Viele Unternehmen halten an bewährten Prozessen und Medien gerade für vertrauliche Informationen fest. Die E-Mail nutzen sie vorwiegend nur für den Versand einfacher Korrespondenz.

Die Digitalisierung in unserem Markt verläuft in der Regel über drei Stufen:

1. Digitalisierung der Eingangspost
2. Produktion und Verarbeitung der Ausgangspost
3. Vollständiges digitales Dokumenten- und Transaktionsmanagement

Die Digitalisierung dieser Bereiche erfolgt also sukzessive. In den meisten Fällen führt sie nicht dazu, dass aus den zuvor vollständig analogen, papierbasierten Abläufen über Nacht ausschließlich digitale Kommunikations- und Dokumentenprozesse entstehen. Vielmehr laufen beide Kommunikationskanäle nebeneinander. Die Digitalisierung führt also nicht zu einer disruptiven Veränderung des Marktes, sondern mündet in einen länger andauernden Transformationsprozess beim Kunden.

## 1.4 Nachhaltigkeitsstrategie und deren Management – Nachhaltigkeit leben

Nachhaltiges Handeln und die Übernahme von Verantwortung für alle Mitarbeiter, Kunden und Partner sowie die Gesellschaft sind Grundgedanke des täglichen Handels. Ein Integriertes Managementsystem gewährleistet eine kontinuierliche Verbesserung der Leistungen zum Nutzen der Kunden und zum Schutz der Mitarbeiter sowie der Umwelt. Zu den wichtigen Aspekten zählen:

- Geregelt, wiederkehrende Arbeitsabläufe
- Festgelegte Verantwortungen
- Organisierte Informationsflüsse zu internen und externen Schnittstellen
- Stetiges Controlling zur Sicherung der Qualität von Arbeitsschritten

In den Jahren von 2004 bis 2016 haben wir für unsere deutschen Standorte zertifizierte Managementsysteme eingeführt, die unter anderem die Aspekte Arbeits- und Gesundheitsschutz sowie Umwelt, Energie, Qualität und Informationssicherheit erfassen. Mit dem Fokus auf Nachhaltigkeit sind wir Vorreiter im Wettbewerb und weltweit der einzige Anbieter von Frankiersystemen und Postlösungen, der alle grundlegenden Normstandards erfüllt und nach diesen zertifiziert ist.

## Nachhaltigkeit als Anspruch und Auftrag

Den hohen Stellenwert des Themas Nachhaltigkeit auch gegenüber den Kunden verdeutlicht die regelmäßige Zertifizierung des Integrierten Managementsystems nach den entsprechenden Normstandards.

## Integriertes Managementsystem

Unser zertifiziertes Integriertes Managementsystem (ISO 9001:2015, ISO 14001:2015, BS OHSAS 18001:2007, ISO 50001:2001, ISO/IEC 27001:2013) untersteht Sven Meise, Mitglied des Vorstands. Geführt wird es durch die dafür zuständige Abteilung »Integriertes Managementsystem Controlling« für Qualität, Umwelt, Energie, Arbeitsschutz und Informationssicherheit. Die Verantwortung für die damit verbundenen Aufgaben liegt bei dem Beauftragten für das Integrierte Managementsystem (IMB), der auch zum Energiemanagement-Beauftragten (EMB) der Francotyp-Postalia Holding AG für die deutschen Standorte berufen wurde. Ihm obliegt die Aufgabe, First und Second Party Audits, Ergebnismeldungen und Feststellungen nach qualitativen, energetischen sowie umwelt-, arbeitsschutz- und informationssicherheitsrelevanten Anforderungen zu überwachen.

Feststellungen des Controllings der Prozessdokumentationen, regelmäßige Betriebsbegehungen, Sitzungen des Arbeits- und Umweltschutzausschusses, relevante Informationssicherheitsmeldungen, Kunden- und Zertifizierungsaudits sowie weitere Meldungen zum Umwelt- und Arbeitsschutz werden stetig überwacht sowie anhand von Erledigungs- und Wirksamkeitsnachweisen aktualisiert.

Das Integrierte Managementsystem wird mit den ermittelten internen und externen Stakeholdern zentral überwacht. Zu diesem Zweck wird eine Übersicht aller Systemaspekte, der wesentlichen gesetzlichen Rechtsgebiete sowie der strategischen und jährlich aktualisierten operativen Ziele geführt. Ein laufendes Controlling stellt sicher, dass alle Chancen und Risiken überprüft und bearbeitet werden.

Hieraus werden – in Zusammenarbeit mit dem Beauftragten des Managements – quartalsweise entsprechende Reports und jährlich ein Management-Review erarbeitet, die strategische und operative Ziele sowie einzuleitende Maßnahmen darlegen.

Das Integrierte Managementsystem unterstützt zudem bei einer effizienten Kommunikation und fördert eine offene Informationspolitik gegenüber unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, unseren Kunden und unseren Lieferanten.

Engagierte und überzeugte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter füllen es mit Leben. Deren Umwelt- und Sicherheitsbewusstsein schärfen wir kontinuierlich durch entsprechende Informationen und Schulungen.

Bereits in der Produktentwicklung achten wir auf den Umweltschutz und die Schonung von Ressourcen. So entspricht das Frankiersystem PostBase, unsere wichtigste Produktreihe, modernsten Ansprüchen an das umweltbewusstste Frankieren. Das innovative System weist gegenüber Vorgänger- und Wettbewerbsprodukten ein deutlich reduziertes Gewicht auf, Bauteile können wiederverwendet werden, alle verwendeten Kunststoffe sind gekennzeichnet.

Beim Energieverbrauch erfüllt PostBase die strengen Anforderungen des US-Umweltstandards Energy Star in der Version 2.0. Weiterhin können unsere Kunden verbrauchte Tintenkartuschen umweltfreundlich entsorgen bzw. einer Wiederverwendung zuführen.

Die **FP**-Tochter **Mentana-Claimsoft** erhielt 2016 als eines der ersten Unternehmen in Deutschland die Zertifizierung TR-RESISCAN. Ist ein Prozess damit zertifiziert, können Anwender bisher archivierte Dokumente einscannen und das Papier anschließend vernichten, ohne den Beweiswert des Dokuments einzubüßen.

Die englische Tochtergesellschaft Francotyp-Postalia Ltd. hat 2015 ihr Qualitätsmanagement nach BS EN ISO 9001:2008 wie auch das Umweltmanagementsystem nach BS EN ISO 14001:2004 zertifizieren lassen. Die Einhaltung und die Garantie von Umweltstandards wurden 2017 zusätzlich durch die Zertifizierung nach dem Schema »Transform WEEE Compliance« auditiert.

Mit der Wachstumsstrategie ACT und um den eigenen Anforderungen im Bereich der Nachhaltigkeit in einem hohen Maße zu entsprechen, wurde 2017 ein eigenes Nachhaltigkeitsteam ins Leben gerufen und die Einführung eines entsprechenden Nachhaltigkeitsmanagements beschlossen (GRI G4-37). Die sich daraus ergebenden Erkenntnisse und Fragestellungen werden ebenfalls in den dafür eingerichteten Gremien und darüber hinaus in den Vorstands- und Aufsichtsratssitzungen diskutiert und besprochen (GRI G4-36, G4-43, GRI G4-48).

Um die Nachhaltigkeitsberichterstattung auf allen Ebenen vergleichbar und für die kommenden Jahre verlässlich zu gestalten, haben wir uns entschieden, die Standards der Global Reporting Initiative (GRI) zugrunde zu legen (GRI G4-15) und in der Übereinstimmungsoption »Kern« zu berichten (GRI G4-32). Eine externe Prüfung des Berichts durch eine Wirtschaftsprüfungsgesellschaft oder eine andere Institution wurde nicht vorgenommen (GRI G4-33). Entsprechend § 171 Aktiengesetz wurde er durch den Aufsichtsrat geprüft.

## 1.5 Stakeholder-Management

Mit der Wachstumsstrategie ACT sind die Bedürfnisse und Erwartungen der Stakeholder verstärkt in den Fokus gerückt. Ihre genaue Kenntnis ist maßgebliche Voraussetzung unseres unternehmerischen Erfolgs, prägen sie doch nicht nur unsere Absatzmärkte, sondern bestimmen auch die regulatorischen Rahmenbedingungen und unsere Reputation als Konzern. Deshalb suchen und pflegen wir den Dialog mit unseren Stakeholdern sowohl auf Konzernebene als auch vor Ort in den Regionen, in denen wir tätig sind. Zu unseren Stakeholdern zählen Analysten und Investoren, Mitarbeiter, Kunden, Nachbarn, Lieferanten, Partner, Politik, Behörden, Wissenschaft und Nichtregierungsorganisationen – ein Netzwerk an Beziehungen, das in dem Maße wächst wie unsere Marktpräsenz (GRI G4-24, GRI G4-25).

Die gesamte **FP** mit all ihren Tochtergesellschaften und Konzernbereichen führt einen engen Dialog mit allen ihren Stakeholdern, um eine gute und enge Partnerschaft zu entwickeln und zu pflegen. Darüber hinaus vernetzen sich Konzernbereiche und Tochtergesellschaften, sobald es sich um übergreifende Themen handelt. Beispielfhaft sei hier die Entwicklung von neuen Frankiersystemen oder digitalen Produkten und Services genannt.

Vier wesentliche Stakeholder-Gruppen sind unsere Mitarbeiter und Kunden, die jeweiligen Gesetzgeber und Organisationen sowie allgemein die Öffentlichkeit.

### Unsere Mitarbeiter

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind die Quelle unserer Innovation und der Wertschöpfung für unsere Kunden. Sie sind die Triebfeder für das Wachstum und die Profitabilität unseres Unternehmens. Ein entsprechendes Augenmerk muss also auf die Förderung unserer Mitarbeiter gelegt werden. Dazu zählen eine Reihe von Maßnahmen, denen sich unser Unternehmen gerade mit der Wachstumsstrategie ACT verschrieben hat. Regelmäßige Mitarbeiterbefragungen und ein enger Dialog mit den Mitarbeitern, aber auch mitarbeiterfreundliche Rahmenbedingungen sind hierbei unerlässliche Prämissen für unseren Erfolg. Hier stehen wir noch am Anfang, sind uns dieser Verantwortung aber durchaus bewusst.

### Unsere Kunden

Mit Einführung unserer Wachstumsstrategie ACT rücken unsere Kunden noch maßgeblicher in den Vordergrund. Es ist unser erklärtes Ziel, verstärkt die sich verändernden Kommunikationsprozesse unserer Kunden in den Fokus zu nehmen und sie entlang ihrer Customer Journey nicht nur zu begleiten, sondern schon vorausblickend zu beraten. Insofern planen wir den regelmäßigen Austausch mit unseren Kunden entweder in agilen Entwicklungsprozessen oder auch über das klassische Medium der Kundenbefragung und der Marktvorbautudien.

## Gesetzgeber und Organisationen

Nach wie vor ist der Markt, in dem wir uns bewegen, streng reguliert und wir müssen den Spezifikationen der regulierenden Behörden entsprechen. Hierzu bedarf es eines regelmäßigen und engen Austausches mit den jeweiligen Behörden und Institutionen.

Selbstverständlich pflegen wir auch Beziehungen zu Branchenverbänden und anderen gesellschaftlichen Organisationen. Neben dem Bundesverband Briefdienste e.V. und dem Competence Center für die Elektronische Signatur im Gesundheitswesen e.V. unterstützen wir auf regionaler Ebene auch den Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft, die Berlin Partner sowie den Allgemeinen Verband der Wirtschaft für Berlin und Brandenburg e.V. Bei der BITKOM e.V. ist **FP** strategischer Partner und in einer Vielzahl von Arbeitskreisen aktiv. Auch im Cybersicherheitsrat e.V. waren wir bis zum Jahresende 2017 vertreten (GRI G4-16). Im Rahmen der FutureConvention wurde **FP** für über 40 Jahre Mitgliedschaft beim Deutschen Verband für Post, Informationstechnologie und Telekommunikation e.V. geehrt. Im Sommer 2017 unterzeichnete **FP** die Krypto-Charta des Nationalen IT-Gipfels der Bundesregierung. Mit der Digitalen Agenda setzt sich die Bundesregierung zum Ziel, die Sicherheit und den Schutz im Netz so zu stärken, dass die Digitalisierung ihr volles Potenzial für die deutsche Gesellschaft und die Wirtschaft entfalten kann.

## Öffentlichkeit

Als börsennotiertes Unternehmen ist es für uns mehr als nur eine Pflicht, eine sehr gute Beziehung zu unseren Investoren zu pflegen. Auch gegenüber den Medien gehen wir weit über die uns durch Gesetz oder Börsenvorschriften vorgegebenen Anforderungen hinaus. Der intensive und gute Austausch dient in jedem Fall dazu, uns im Sinne von ACT zu entwickeln und stets weiter zu optimieren.

Der Austausch zwischen den Stakeholdern und den Kontrollorganen ist über das Berichtswesen geregelt. Dabei berichten die einzelnen Tochtergesellschaften und Konzernbereiche regelmäßig an den Vorstand, der wiederum mindestens viermal im Jahr an den Aufsichtsrat berichtet (GRI G4-37).

### 1.6 Wesentlichkeit und Bestimmung der Berichtsinhalte

Nach der Gründung unseres Nachhaltigkeitsteams fanden zur Bestimmung der Wesentlichkeiten sowie der Berichtsinhalte verschiedene intensive Diskussionsrunden statt.

Unter Berücksichtigung der Interessen unserer Stakeholder wurden im ersten Schritt insgesamt 54 verschiedene Themen aus den Bereichen Unternehmen, Kunden, Mitarbeiter, Produkte, Umwelt und Gesellschaft analysiert

(GRI G4-18). Sie wurden zu 27 Themenkomplexen (TK) zusammengefasst, die als wesentlich anzusehen sind (GRI G4-19, GRI G4-27) und über die in den folgenden Kapiteln umfassend berichtet wird. Die Ableitung der Wesentlichkeiten sowie die Verwendung derartiger Aspekte ist auch Anforderung des Integrierten Managementsystems der **FP** (GRI G4-22, GRI G4-23).

In einem weiteren Schritt planen wir, zum Abgleich der Nachhaltigkeitsberichterstattung eine Befragung bei ausgewählten Stakeholder-Gruppen durchzuführen und den Dialog noch enger zu gestalten (GRI G4-26).

## 2. Nachhaltige Entwicklung für unsere Zukunft

### 2.1 Nachhaltige Unternehmenswertsteigerung (TK 1)

Die verschiedenen Stakeholder betrachten den Unternehmenswert aus unterschiedlichen Blickwinkeln.

Für unsere Anteilseigner steht der übergreifende Unternehmenserfolg mit der angemessenen Widerspiegelung im Börsenkurs sowie in der Dividendenpolitik im Vordergrund. Sie erwarten, dass sich ihre Investition rentiert, durch eine Steigerung der durch den Börsenkurs ihrer Anteilsscheine bestimmten Marktbewertung sowie begleitend auch durch die Ausschüttung von Anteilen am Unternehmensgewinn. Den Anteilseignern ist das ganze Unternehmen primär und maßgeblich verpflichtet.

Die Entwicklung des Börsenkurses und damit des Unternehmenswertes wird täglich verfolgt. Er ist allerdings auch von externen Faktoren abhängig, wie beispielsweise dem allgemeinen Kapitalmarktumfeld, die der Einflussnahme durch das Unternehmen entzogen sind.

Eine gute Unternehmensführung ist jedoch der wesentliche Faktor, um die an uns gestellten Erwartungen nachhaltig zu erfüllen, den Umsatz und Gewinn zu steigern und den Unternehmenswert zu erhöhen. Eine nachhaltige und gute Unternehmensführung dokumentiert sich in den erfolgreichen Steuerungssystemen der **FP** sowie aller – in diesem Bericht aufgezeigten – Bereiche. Erfolgreich ist die Unternehmensführung, wenn sie die Erwartungen aller Anspruchsgruppen umfassend erfüllt.

### 2.2 Stärkung der Marktanteile (TK 2)

Ziel ist es, unsere Marktanteile nachhaltig zu stärken. Unsere Wachstumsstrategie im Kerngeschäft ist klar definiert. Wir werden in den weltweit attraktivsten Märkten USA und Frankreich unsere Aktivitäten deutlich verstärken. Gleichwohl wollen wir auch im Heimatmarkt

Deutschland unsere führende Rolle weiter verbessern und in anderen Märkten angreifen. Wir bieten eine Vielzahl innovativer Produkte, die für Unternehmen und Behörden gleichermaßen interessant sind. Unser Produktportfolio deckt die Bedürfnisse unserer Kunden umfassend ab.

**Wir sind mit rund 11 % Marktanteil die Nummer 3 weltweit. Das heißt: 89 % des Marktes können noch erobert werden.**

Die Entwicklung unserer Marktanteile wird laufend kontrolliert. Dies ist Bestandteil der Vertriebssteuerung.

Eine Erweiterung unserer Kundenbasis eröffnet zugleich Wege, unseren Kunden weitere Produkte und Dienstleistungen anzubieten. Mit der Wachstumsstrategie ACT werden wir sie auf dem Weg ihrer digitalen Transformation begleiten. Hierdurch werden wir einen wichtigen Beitrag zum Umsatz des Unternehmens leisten.

Die Stärkung der Marktanteile hat auf diese Weise tendenziell positive Effekte, auch für andere wesentliche Faktoren wie die Kundenzufriedenheit und die Sicherung der Arbeitsplätze.

## 2.3 Compliance (TK 3)

Der Vorstand hat für die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen und der unternehmensinternen Richtlinien zu sorgen und wirkt auf deren Beachtung durch die Konzernunternehmen hin. Fragen der Compliance sind regelmäßig Gegenstand der Beratung zwischen dem Aufsichtsrat bzw. Aufsichtsratsvorsitzenden und dem Vorstand. Unsere Unternehmenskultur ist von Vertrauen und gegenseitigem Respekt sowie dem Willen zur strikten Einhaltung von Gesetzen und internen Regelungen geprägt. Dies ist nicht nur eine selbstverständliche Verpflichtung, sondern entspricht auch den Erwartungen sämtlicher Stakeholder.

Dennoch sind Rechtsverstöße durch individuelles Fehlverhalten nie ganz auszuschließen. Mitarbeiter und Dritte haben die Möglichkeit, Fehlverhalten im Unternehmen zu melden. Aufgrund des organisatorischen Aufwands wird auf ein System verzichtet, das die Möglichkeit einräumt, geschützt Hinweise zu geben (Whistleblower-System). Wir setzen alles daran, das Risiko von Rechtsverstößen so weit wie möglich zu minimieren sowie Fehlverhalten aufzudecken und konsequent zu verfolgen. Von zentraler Bedeutung ist die Beachtung rechtlicher und ethischer Regeln und Grundsätze. Regeln und Grundsätze sind, wie auch der verantwortungsbewusste Umgang mit Insiderinformationen, in der Compliance-Richtlinie festgeschrieben (GRI G4-SO4).

Umfang und Intensität unserer Compliance-Aktivitäten ergeben sich aus einer konzernweiten Risikoanalyse, die halbjährlich durchgeführt wird, sowie aus eventuell auftretenden aktuellen Ereignissen (GRI G4-SO3). Das Risiko individueller Rechtsverstöße wird durch fortlaufende Information und Schulung minimiert. Aufgedecktes Fehlverhalten wird unverzüglich und konsequent verfolgt. Die unternehmensinterne Compliance-Richtlinie dient allen Mitarbeitern zur Orientierung für ein integriertes Verhalten im Geschäftsverkehr. Führungskräfte und Mitarbeiter werden regelmäßig zur Compliance-Richtlinie geschult.

Gemeinsam mit externen Dienstleistern finden Audits hinsichtlich der Einhaltung weiterer rechtlicher Vorgaben statt.

Im Berichtsjahr 2017 gab es unserer Kenntnis nach keinen Korruptionsfall (GRI G4-SO5). Im zweiten Quartal 2017 waren wir allerdings von dolosen Handlungen bei der Erfassung und Abrechnung von Briefmengen im zeitkritischen Konsolidierungsgeschäft betroffen. Wir haben die Effizienz, Qualität und Stabilität der Prozesse im Interesse unserer Kunden und Partner im Bereich Mail Services sowie im Bereich Software auf den Prüfstand gestellt und Maßnahmen zur Vermeidung der berichteten Risiken umgesetzt.

## 2.4 Risiko- und Chancenmanagement

Unser Risiko- und Chancenmanagementsystem dient dazu, Chancen und Risiken frühzeitig zu erkennen und wahrzunehmen bzw. einzugrenzen. Grundsätzlich ist die Risiko- und Chancenpolitik darauf ausgerichtet, den Bestand unseres Unternehmens nachhaltig zu sichern und die Wettbewerbsfähigkeit kontinuierlich zu verbessern. Der detaillierte Risiko- und Chancenbericht findet sich im [Konzernlagebericht](#).

Unser Risiko- und Chancenmanagement ist in die wertorientierte Steuerung und die bestehenden Strukturen eingebunden, um mögliche Signale frühzeitig zu erkennen und zu bewerten. Es ist aus den strategischen Zielen abgeleitet. Der Chancenerkennung dienen hierbei unter anderem detaillierte Markt- und Wettbewerbsanalysen und Prognoseszenarien sowie die intensive Auseinandersetzung mit relevanten Wert- und Kostentreibern. Für die Risiken ist ein Überwachungssystem nach § 91 Abs. 2 AktG eingerichtet. Dieses System dient auch der Früherkennung bestandsgefährdender Risiken. Wir verstehen unser Risikomanagement als kontinuierlichen und durchgängigen Prozess.

Darüber hinaus werden unterjährig identifizierte Risiken, die eine hohe Eintrittswahrscheinlichkeit und ein hohes potenzielles Schadensausmaß haben, unverzüglich im Rahmen von Berichtslinien an den Vorstand kommuni-

ziert. Das Risiko- und Chancenfrüherkennungssystem wird im Rahmen der Abschlussprüfung vom Abschlussprüfer evaluiert, um sicherzustellen, dass das System geeignet ist, alle potenziell den Bestand des Unternehmens gefährdenden Risiken rechtzeitig zu erfassen, zu bewerten und zu kommunizieren (GRI G4-45). Das Verfahren zur Risikobewertung wurde im Berichtsjahr 2017 geändert. Um das Risikomanagementsystem klarer vom Überwachungssystem nach § 91 Abs. 2 AktG abzugrenzen, wurden die Risikogruppen neu definiert. Die Gesamtverantwortung für das Risiko- und Chancenmanagementsystem liegt beim Vorstand. Der Vorstand wird über die aktuelle Risikosituation der **FP** durch den Risikokoordinator informiert und ordnet gegebenenfalls weitere Maßnahmen an. Nachdem der Vorstand den Konzernrisikobericht verabschiedet hat, wird er dem Aufsichtsrat vorgelegt.

Im Auftrag des Vorstands überwacht der Risikokoordinator die Implementierung einer einheitlichen Risikostrategie und Methodik, die Identifikation, Analyse und Bewertung von Chancen und Risiken sowie die anschließende Chancenrealisierung und Risikobehandlung. Er wird dabei von Berichtsempfängern unterstützt. Alle Berichtsempfänger bilden ein Gremium, das sich in regelmäßigen Abständen über die Identifikation, Analyse und Bewertung von Chancen und Risiken abstimmt (GRI G4-46). Für die Beobachtung, Bewertung und Meldung der Chancen und Risiken sind Berichtsverantwortliche benannt, die aus dem folgenden Personenkreis bestehen: Geschäftsführer der in- und ausländischen Gesellschaften, Bereichsleiter und Beauftragte für die implementierten Managementsysteme.

Die Berichtsverantwortlichen erheben für ihr Themenfeld die Chancen und Risiken und sind für die Realisierung der Chancen und die Vermeidung der Risiken zuständig (GRI G4-44). Hierfür erhalten sie durch den Risikokoordinator halbjährlich eine Aufforderung zur Meldung der Chancen und Risiken. Die Berichtsverantwortlichen entwickeln für ihr Themenfeld die zur Behandlung der erhobenen Risiken geeigneten Maßnahmenoptionen, die von den Berichtsempfängern ausgewertet und vom Vorstand beschlossen werden.

Es werden zweimal im Jahr alle rechtlichen sowie alle Geschäfts-, Betriebs-, Finanz- und IT-Risiken und -Chancen in der **FP** inventarisiert (GRI G4-47). Die erfassten Risiken werden nach Maßgabe der möglichen Schadenshöhe und der Eintrittswahrscheinlichkeit danach beurteilt, ob sie wesentlich und gegebenenfalls bestandsgefährdend sind. Diese Risiken werden gesondert festgehalten und weiter beobachtet. Um Aussagekraft darüber zu erhalten, welche Risiken wesentlich sein können, werden alle Risiken gemäß ihrer Eintrittswahrscheinlichkeit und der Höhe des möglichen Schadens in fünf verschiedene Klassen (1 bis 5) eingeteilt.

Insgesamt wurden zum Bilanzstichtag elf wesentliche Einzelrisiken (A) identifiziert. Davon sind sieben Risiken sogenannte Schlüsselrisiken (A1), deren Eintritt den Bestand des Konzerns voraussichtlich gefährden würde (GRI G4-2).

### 3. Kundenservice mit Exzellenz

Unsere Kunden stehen im Mittelpunkt unseres Handelns. Wir entwickeln neue Lösungen und Services entlang der Customer Journey.

**ACT – wir handeln aus der Sicht des Kunden.  
ACT ist Neugier –  
neue Ideen, neue Lösungen,  
neue Menschen.**

Rund 35.000 produzierte Frankiersysteme der neuen PostBase Serie im Jahr 2017 und mehr als 200.000 betreute Unternehmen bedeuten eine Vielzahl von Aufgaben und Herausforderungen, denen wir uns jeden Tag im Rahmen der unternehmerischen Nachhaltigkeit stellen. Wir streben eine langfristige und erfolgreiche Geschäftsentwicklung an und werden zugleich einen positiven Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung leisten. Genau hier setzt unsere Wachstumsstrategie ACT an.

#### 3.1 Kunde im Fokus (TK 4)

Customer first: Wir arbeiten stets kundenorientiert. Deshalb sind wir schon seit über 95 Jahren erfolgreich am Markt. Aber wir wollen noch näher an den Kunden herantreten. Jeden Tag arbeiten wir daran, bestehende Kunden zu begeistern und neue Kunden von unseren Lösungen zu überzeugen.

Die Kundenbedürfnisse werden sich verändern und wir sind darauf vorbereitet. Wir entwickeln uns zum Begleiter bei der schrittweisen Digitalisierung von Prozessen rund um die ein- und ausgehende Geschäftskommunikation in Unternehmen und Behörden. Mit unseren Tochtergesellschaften, der **IAB**, der **freesort** und der **Mentana-Claimsoft**, sind wir hervorragend aufgestellt, um die Digitalisierung in unserer Branche aktiv mitzugestalten.

#### Customer Journey

81 % der Unternehmen nutzen für vertrauliche und wichtige Kommunikation nach wie vor den Geschäftsbrief. Dennoch entsteht ein wachsender Bedarf an digitalen Alternativen. Bei vielen Unternehmen herrscht Verunsicherung hinsichtlich der Vertraulichkeit, Sicherheit und Verbindlichkeit von digitalen Lösungen. 53 % der Unternehmen nutzen das Potenzial digitaler Alternativen noch nicht, jedoch sehen 66 % der Unternehmen ihre Optimierungspotenziale bei der Digitalisierung der Eingangspost.

Diese Chance werden wir nutzen ([www.fp-francotyp.com/Effizienzreport](http://www.fp-francotyp.com/Effizienzreport)).

Wir haben die Kompetenz, um Lösungen entlang der Customer Journey zu entwickeln und unsere Kunden bei der Realisierung dieser Optimierungspotenziale zu unterstützen.

**Wir stellen unsere Kunden in den Mittelpunkt unseres Handelns und begleiten sie in der analogen und digitalen Welt mit innovativen Lösungen.**

Wichtigstes Produkt im Bereich Postverarbeitung ist unsere PostBase Familie: Das Sortiment reicht von einem kleinen System für Einsteiger bis zum Profi-Frankiersystem. Das klassische Einstiegsmodell ist die PostBase Mini für Unternehmen mit kleinem Postvolumen. Mit den PostBase Modellen und der PostBase One bietet die PostBase Produktfamilie für das mittlere und hohe Briefvolumen die ideale Lösung im Tagesgeschäft. Wir haben für jede Anforderung die passende Lösung.

### 3.2 Ausgeprägte Servicequalität (TK 5)

Um die Vielzahl an betreuten Unternehmen und die Summe der verschiedenen Frankiersysteme und Kuvertiersysteme zu handhaben, sind wir im Bereich Service auf nationaler sowie internationaler Ebene gut aufgestellt. Insgesamt werden durch den internationalen Support ca. 50 Länder betreut.

**FP – wir schreiben Zukunft seit 95 Jahren.  
Die Vision für unsere eigene:  
Wir machen unseren Kunden mit unseren innovativen und effizienten Produkten und Dienstleistungen das Leben leichter und schenken ihnen Zeit für ihr Kerngeschäft.**

In Deutschland ebenso wie im Ausland hat jeder Kunde die Möglichkeit, sich an unsere Service Hotline zu wenden (First Level Support). In Deutschland unterstützen insgesamt 15 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unsere Kunden bei ihren Anliegen. Die Service Hotline kann für weitergehende Fragen wiederum den nationalen Second Level Support in Anspruch nehmen. Darüber hinaus kann sich der Landesservice an den internationalen Third Level Support wenden, der gegebenenfalls in Verbindung mit der Entwicklung schnellstmöglich eine Lösung herbeiführt. Um das hierfür benötigte fundierte und produktspezifische Fachwissen zu erwerben, braucht es viele Jahre an Erfahrung, da wir mit insgesamt 20 verschiedenen zu betreuenden Modellen von Frankiersystemen und 15 Modellen von Kuvertiersystemen verschiedener Altersklassen ein breites Spektrum an Produkten anbieten.

Der Second Level und der Third Level Support unterstützen das Produktmanagement zusätzlich bei Ausschreibungen und bei der Erwirkung von Postzulassungen in den jeweiligen Ländern. Weiterhin obliegt die Erstellung von Service-Dokumentationen (ca. drei pro Jahr für Frankiersysteme und zwei pro Jahr für Kuvertiersysteme einschließlich entsprechender Updates) sowie die Erstellung von Service-Bulletins (ca. 50 pro Jahr für Frankiersysteme und 20 pro Jahr für Kuvertiersysteme einschließlich entsprechender Updates) dem Third Level Support. Service-Bulletins beinhalten technische Details sowie organisatorische und länderspezifische Informationen, die dem nationalen Support bei der täglichen Betreuung der Kunden helfen.

Um einen reibungslosen Kundenservice anzubieten, unterhalten wir in Deutschland ein dichtes Technikernetz mit insgesamt 45 Technikern, die den Kunden bei technischen Störungen, die nicht durch unsere Service Hotline behoben werden können, oder Wartungen vor Ort betreuen. Sofern der Einsatz einer technischen Fachkraft vonnöten ist, ist diese innerhalb weniger Stunden vor Ort, um einen möglichen Defekt schnell zu beheben. In einigen Ländern sind unsere Handelspartner für diesen Service zuständig.

In Deutschland, in den USA, in England, in Schweden, in den Niederlanden, in Frankreich und in Italien haben wir jeweils eine eigene Zentralwerkstatt, die es ermöglicht, Frankier- und Kuvertiermaschinen zu reparieren, wenn dies nicht durch eine technische Fachkraft vor Ort geleistet werden kann.

Im Durchschnitt werden in Deutschland pro Jahr insgesamt 1.700 Frankier- und Kuvertiermaschinen repariert, gewartet oder altersbedingt ordnungsgemäß verschrottet und recycelt. Kunden haben im Falle einer Reparatur die Möglichkeit, für deren Dauer eine Leihmaschine zu nutzen, die innerhalb von 24 Stunden angeliefert und nach Rückgabe servicefreundlich wieder beim Kunden abgeholt wird.

Das deutsche Service Part Center hält unter anderem mehr als 1.900 verschiedene Ersatzteile und Verbrauchsmaterialien vor. Von hier aus wird der gesamte weltweite Markt beliefert – mit Tintenkartuschen, Farbbändern, Briefumschlägen, Ersatzteilen und Etiketten. Dabei wird stets die schnellstmögliche Belieferung angestrebt.

Mit der Einführung unserer internationalen Kollaborationsplattform haben wir eine ideale Voraussetzung geschaffen, um weltweite Möglichkeiten zum Wissenstransfer zwischen den technischen Fachkräften zu eröffnen. Diese spezifischen Trainings zu unseren Produkten und Dienstleistungen bilden eine solide Basis für die zuverlässige und sichere Betreuung unserer Kunden. Die Sales-, Service- und Support-Teams ebenso wie un-

sere Handelspartner und Franchisenehmer werden international durch **FP**-eigene Trainingseinheiten geschult. Pro Jahr gibt es im Bereich Frankieren durchschnittlich 15 individuelle Trainings, im Bereich Kuvertieren durchschnittlich sechs Trainings. Über unser Train-the-Trainer-Konzept gelingt es uns, die Trainings vor Ort sehr individuell zu gestalten und damit ihren nachhaltigen Erfolg zu sichern.

Weiterhin werden regelmäßige Kundenzufriedenheitsanalysen in den Ländern durchgeführt, um die Qualität unserer Kundenbetreuung und die Kundenzufriedenheit zu optimieren und unsere Produkte den Kundenbedürfnissen anzupassen. Über einen Engineering-Change-Management-Prozess werden Kundenanfragen bei bestehenden Produkten in konkrete Produktverbesserungen umgesetzt. Im Rahmen von Produktneuentwicklungen werden Kundenbefragungen sowie Usability-Tests zur Benutzerfreundlichkeit durchgeführt, um Kundenbedürfnisse optimal zu berücksichtigen.

### 3.3 Beschwerdemanagement (TK 6)

Beschwerden sind Äußerungen von Unzufriedenheit, die von Kunden gegenüber der **FP** geäußert werden und mit denen unsere Kunden uns auf ein als nachteilig empfundenen Verhalten aufmerksam machen. Sie wollen Wiedergutmachung für erlittene Beeinträchtigungen erreichen und/oder eine Änderung des kritisierten Verhaltens bewirken. Zwischen Reklamationen und Beschwerden ohne Rechtsrelevanz unterscheiden wir in der Bearbeitung nicht, beide behandeln wir gleich.

Service und Beschwerdemanagement dienen dem Ziel, die Kundenzufriedenheit zu erhalten, wiederherzustellen und zu steigern, eventuelle negative Auswirkungen von Kundenunzufriedenheit zu minimieren und die in den Beschwerden enthaltenen Hinweise auf Schwächen und Chancen zu identifizieren und für laufende Verbesserungen zu nutzen.

Die Dokumentation von Beschwerden schafft zudem Transparenz hinsichtlich eingeleiteter und durchgeführter Maßnahmen im Rahmen der Beschwerdeabwicklung. Sie ermöglicht eine zielführende Kommunikation mit dem Kunden, erzeugt Klarheit und vermeidet Doppel- und Fehlarbeiten.

Mitarbeiter, an die eine Beschwerde herangetragen wird, sind entweder für deren unmittelbare Lösung oder für ihre Weiterleitung an die zuständige Fachabteilung verantwortlich. Sie haben die Funktion des ersten Ansprechpartners und des Koordinators für ihre Fachabteilung. Sie haben die Aufgabe, dezentral angelegte Beschwerden zeitnah zu selektieren, sie intern an die zuständigen Sachbearbeiter weiterzuleiten und ihre Bearbeitung nach-

zuverfolgen. Derzeit haben wir in insgesamt neun verschiedenen Bereichen eigene Ansprechpartner für die Annahme von Beschwerden und deren Abwicklung.

Alle Daten zu Kundenbeschwerden von der Erfassung über die Bearbeitung bis zur abschließenden wirksamen Lösung werden durch uns selbst verwaltet und gesteuert.

Die erfassten Beschwerden werden ausgewertet und sind Grundlage für eine Ursachenanalyse, um Problemschwerpunkte aufzudecken und zu bewerten, Maßnahmen zur Vermeidung zu entwickeln und den Beschwerdebearbeitungsprozess kontinuierlich zu verbessern.

Beschwerden hinsichtlich der Qualität werden in unserem Qualitätsmanagement geführt und bewertet.

### 3.4 Informationssicherheit und Datenschutz (TK 7)

Die Nutzung von Daten und Informationstechnologie ist für unsere Unternehmensaktivitäten unverzichtbar. Wir wissen, dass Datensicherheit eine große Herausforderung bei der Nutzung aller Arten von Daten ist. Hierzu bedienen wir uns eines zertifizierten Informationssicherheits-Managementsystems (ISMS).

Die Unternehmens- und Compliance-Leitlinien für Informationssicherheit und Datenschutz gelten nicht nur für unsere deutschen Standorte, sondern weltweit. Unter der Führung des Beauftragten des Managements (BdM), des Chief Information Security Officer (CISO), wird das Sicherheitsniveau der Informationssicherheit mit Unterstützung des Notfall-Beauftragten (NoB), der an den Berliner Standorten verantwortlichen Information Security Officer (ISO) und der dort tätigen Sicherheitsbeauftragten gewährleistet. An den Berliner Standorten sind außerdem lokale Notfall-Beauftragte (NoBL) und für den IT-Bereich weitere IT-Sicherheits-Officer (IT-SO) tätig.

Der Vorstand der Francotyp-Postalia Holding AG ist sich der zunehmenden Bedrohung durch Cyberangriffe bewusst und übernimmt auch bei diesem Thema Führung und Verantwortung, so wie es im IT-Sicherheitsgesetz (BSI-Gesetz) für Cybersicherheit verlangt wird. In diesem Kontext wurden IT-Sicherheitsmaßnahmen umgesetzt, die sicherstellen, dass bei Sicherheitsvorfällen unverzüglich das Management eingeschaltet wird.

In Zusammenarbeit mit dem Beauftragten für das integrierte Managementsystem des Unternehmens (IMB) wurde das Informationssicherheits-Managementsystem der **FP**-Tochter **IAB** am Standort Berlin-Adlershof bereits im Jahr 2016 nach ISO/IEC 27001 zertifiziert. Dank der engen Zusammenarbeit der Beauftragten für Informationssicherheit ist das Managementsystem deutschland-

weit vernetzt. Es wird in den kommenden Jahren kontinuierlich im Sinne unserer Anspruchsgruppen weiterentwickelt und umfassend nach ISO/IEC 27001 zertifiziert. Ergänzend hält die **Mentana-Claimsoft** ein IT-Sicherheitszertifikat des Bundesamts für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) für den Betrieb ihrer De-Mail-Infrastruktur.

### Schutz personenbezogener Daten

Wir treffen umfassende Vorkehrungen zum Schutz personenbezogener Kunden- und Mitarbeiterdaten. Hierzu wurden verschiedene Prozesse und Regeln zum Schutz personenbezogener Daten festgelegt. Auf Grundlage dieser Prozesse und der Compliance-Leitlinie haben wir ein System zum Schutz personenbezogener Daten eingerichtet. Alle Mitarbeiter werden durch den jeweiligen Datenschutzbeauftragten regelmäßig zum Thema Datenschutz und Informationssicherheit geschult und unterwiesen.

Stellt sich heraus, dass Informationen (einschließlich persönlicher Daten) unbefugt bekannt geworden sind, oder muss angenommen werden, dass dies geschehen sein kann, wird eine Sicherheitsmeldung an das ISO-Team erstellt. Das ISO-Team (CISO, ISO, IT-SO) prüft dann unverzüglich die Fakten und Auswirkungen und leitet entsprechende Maßnahmen ein.

Sicherheitsvorfälle werden vom ISO-Team in drei Kategorien (low, normal, critical) eingeteilt und im quartalsweisen IMS-Report aufgeführt. Im Vergleich zum Vorjahr konnte der Referenzwert gemeldeter Sicherheitsvorfälle von 12,7 auf 7,2 im Jahr 2017 gesenkt werden. Im Jahr 2017 wurden keine Datenlecks festgestellt. Es gab unserer Kenntnis nach keine Fälle von Datendiebstahl oder -verlusten, jedoch eine Beschwerde über mangelnden Datenschutz und mangelnde Datensicherheit. Kundendaten waren dabei nicht betroffen. 2017 wurde keine Verletzung der Privatsphäre durch unerlaubte Nutzung oder Sicherung von Daten bekannt (GRI G4-PR8).

## 4. Wertschöpfung, Qualität und Produkte Made in Germany

### 4.1 Produktqualität und Produktsicherheit (TK 8 und TK 9)

Die Qualität und Sicherheit unserer Produkte spielt für uns in mehrfacher Hinsicht eine herausragende Rolle.

Qualität und Sicherheit sind Grundlage des wirtschaftlichen Erfolgs des Unternehmens. Sie jederzeit zu gewährleisten, ist daher Gegenstand umfangreicher interner Regelungen, die fortlaufend überprüft und aktualisiert werden und deren Einhaltung in definierten Prozessen überwacht wird.

Damit genügen wir den Anforderungen wesentlicher Stakeholder:

1. Unsere Kunden erwarten insbesondere hohe Leistung, jederzeitige Verfügbarkeit, geringe Wartungsaufwendungen sowie einfache und sichere Bedienung.
2. Unsere Vertragspartner seitens der jeweiligen nationalen Postgesellschaften erwarten die strikte Einhaltung der von ihnen gesetzten Standards und überwachen diese regelmäßig in genau definierten Audits.
3. Die Regulierer in den Ländern, in denen wir tätig sind, haben ihrerseits umfangreiche Regelwerke und Normen aufgestellt, denen unsere Produkte jederzeit entsprechen müssen.

Daher ist es ein wesentliches Ziel, Qualität und Sicherheit bereits in der Produktentwicklung so zu berücksichtigen, dass sie im Prozess reibungslos integriert sind. Dadurch erreichen wir kurze Entwicklungs- und Zulassungszeiten, eine rasche Umsetzung in der Produktion und eine möglichst problemfreie Inbetriebnahme beim Endkunden.

### Made in Germany: Die Legende lebt – weltweit.

Die Ansprüche unserer Kunden haben wir bei der Entwicklung der erfolgreichen Produktfamilie PostBase in ihren verschiedenen Ausprägungen auch durch eine umfangreiche Befragung mit Unterstützung externer Berater erhoben. Insgesamt wurden über 200 Kunden im In- und Ausland detailliert nach ihren Erwartungen und Anforderungen befragt, die anschließend im Lastenheft berücksichtigt wurden, das im Entwicklungsprozess abgearbeitet wurde.

Für die Weiterentwicklung wurden die so gewonnenen Erkenntnisse durch eine umfangreiche Kundenbegeisterungserhebung vertieft. Ihre Ergebnisse fanden ebenfalls Eingang in das Lastenheft. Im laufenden Prozess der kontinuierlichen Verbesserungen nimmt die Entwicklung Wünsche und Anregungen der Kunden überwiegend durch die Vermittlung des Vertriebs und des Produktmanagements entgegen. Daneben werden die Hinweise und Leistungsdaten des Service regelmäßig ausgewertet und als Auftrag für weitere Verbesserungen genutzt.

Die Einhaltung der Anforderungen der Regulierungskörperschaften und der Postgesellschaften ist in unseren Richtlinien verbindlich definiert. Das Feedback dieser Anspruchsgruppe ist die Zulassung des Produkts aufgrund der damit dokumentierten Einhaltung aller Vorschriften und Normen. Dies schließt auch die Überwachung von Qualität und Sicherheit von Zulieferteilen mit ein, die uns obliegt, aber von den Zulassungsstellen überprüft wird. Ein weiteres Ziel des Verfahrens ist die Erteilung des CB-Zertifikats durch die benannte Stelle (Certification Body) und damit dann die Ausstellung der Konformitäts-

erklärung gemäß CE durch die **FP** für das jeweilige Gerät. Im Einzelnen sei hier nur auf die folgenden Richtlinien und Standards hingewiesen, die jeweils auch mehrere Einzelnormen umfassen können:

- Europäische Nachweise
- Produktsicherheit für ITE-Produkte
- Niederspannungsrichtlinie
- EMV-Richtlinie (Elektromagnetische Verträglichkeit von Elektro- und Elektronikprodukten)

Nordamerikanische Nachweise werden gemäß den OSHA Safety Standards (Occupational Safety and Health Administration) geführt, deren Einhaltung nur durch Nationally Recognized Testing Laboratories bestätigt werden kann.

Über die zwingend vorgeschriebenen Normen hinaus stellt **FP** sicher, dass auch international anerkannte länderspezifische Standards eingehalten und den Produkten die entsprechenden Zertifikate ausgestellt werden, insbesondere:

- »Geprüfte Sicherheit – GS« (Deutschland)
- Energy Star (USA)

Das weltweit anerkannte GS-Zeichen, das die Einhaltung der Qualitäts- und Sicherheitsstandards des deutschen Produktsicherheitsgesetzes dokumentiert, steht insbesondere für das Ergreifen entsprechender Sicherheitsmaßnahmen zum Schutz des Kunden.

Einige Länder verlangen darüber hinaus Umweltverträglichkeitsprüfungen, mit denen sichergestellt wird, dass die Produkte unter verschiedenen Umweltbedingungen spezifikationsgemäß funktionieren (GRI G4-PR1).

Die Qualitätssicherung im Bereich der Software-Entwicklung erfolgt kontinuierlich im Entwicklungsprozess. Durch den Einsatz von Analysetools werden regelmäßig und automatisch diverse Metriken ermittelt und dargestellt. Die Entwicklungsteams interpretieren die Ergebnisse und leiten bei Bedarf Maßnahmen ein, um potenzielle Qualitätsprobleme zu eliminieren. Hierfür setzt **FP** ein Release Management System (RMS) ein, in dem alle Daten, Informationen, Maßnahmen und Ergebnisse gespeichert werden, sodass alle Stände und Vorgehensweisen bei Bedarf wiederhergestellt werden können.

Jeder Freigabe eines Produkts oder Releases geht eine definierte Routine voraus: Das Testteam definiert Abnahmekriterien und formuliert Testfälle. Diese Testfälle werden durch das Testteam abgearbeitet. Im Laufe der Bearbeitung werden definierte Testprotokolle geführt, um jederzeit eine dokumentierte Nachweisbarkeit des Testprozesses zu gewährleisten (GRI G4-PR2).

Die Qualitätssicherung im Bereich der Hardware erfolgt projektbegleitend durch zahlreiche interne Methoden. Intensive Funktionstests sowie Dauertests von Geräten werden im hauseigenen elektromechanischen Labor während der gesamten Entwicklungsdauer eines Geräts durchgeführt. Die Überführung der Entwicklung in die Produktion wird durch ein entsprechendes Team koordiniert, das Serienprüfpläne sowie Fertigungs- und Prüfpläne zur Sicherstellung der Qualität in der Fertigung erstellt.

## 4.2 Francotyp-Postalia als Vorreiter bei Innovation und Entwicklung (TK 10)

### Innovationskraft

Unsere unternehmenseigene DNA ist prädestiniert dafür, in die Bereiche Industrie 4.0 und Internet of Things (IoT) vorzudringen.

Seit mehr als 15 Jahren wird bei **FP** das Know-how der angewendeten Kryptografie entwickelt und laufend an neue Techniken und Erfordernisse angepasst. Das Beherrschen dieser Technik ist unverzichtbar für all unsere Produkte und stellt eine herausragende Disziplin dar.

Unsere Produkte oder Services sind heute keine isoliert arbeitenden Einheiten mehr. Alle unsere installierten PostBase, PostBase One und PostBase Mini Systeme sind mit unserem Repository verbunden. Über dieses System können eine Vielzahl von Aufträgen erteilt und ausgeführt werden. Jedes Produkt und jeder Service stellt ein komplexes System dar, das mit anderen Systemen in Verbindung steht und kommuniziert. Der Navigator für Frankiersysteme stellt eine Verbindung zu hybriden oder vollelektronischen Versandsystemen her. Über unser Cloud-System **FP Sign** können Paketdienste abgerufen bzw. Verträge und Dokumente auch mobil rechtsverbindlich, sicher und vertraulich ausgetauscht oder unterzeichnet werden. Neben der Verbindung über Produktgrenzen hinweg werden auch innerhalb eines Produkts Dienste zur Verfügung gestellt, die durch den Verbund mit anderen Teilsystemen erst möglich werden.

### Entwicklungsprozesse

Entscheidend für den Erfolg im Bereich der Forschung & Entwicklung sind nicht nur die einzelnen Kompetenzen; ein großer Erfolgsfaktor sind die Prozesse. Durch den Einsatz agiler Entwicklungsmethoden haben wir die Möglichkeit, Produkte dynamisch an die Marktbedürfnisse anzupassen. Hierbei besteht am Anfang eines Projekts eine Vorstellung, die jedoch nicht starr im Sinne eines herkömmlichen Wasserfall-Modells umgesetzt wird, sondern durch den frühzeitigen Kontakt mit Kunden und Marketing fortwährend verbessert werden kann.

## Ziele und Neuheiten aus dem Bereich Forschung & Entwicklung

### Ziele der Forschung & Entwicklung

- Unterstützung der wesentlichen strategischen Maßnahmen der ACT Strategie zur Entwicklung neuer, innovativer Produkte und zur Überarbeitung bestehender Produkte im Sinn der Markt- und Technologieevaluierung
- Steigerung der Effizienz und Innovationsfähigkeit durch Implementierung neuer, agiler Innovationsmethoden im Rahmen von FP FIT
- Überarbeitung der bestehenden Patentstrategie
- Entwicklung neuer Produkte entlang der FP-eigenen DNA
- Etablierung eines Innovationsnetzwerks – enge Kooperation mit Hochschulen und Start-ups

### Neuheiten aus dem Bereich Forschung & Entwicklung (Produkte, Ländervarianten und Softwareprogramme)

- Implementierung des Sicherheitsstandards IMI-PC (Intelligent Mail Indicia Performance Criteria) des USPS für US-amerikanische Frankiersysteme
- Umstellung der Frankiersysteme auf die Anforderungen des Infrastrukturrabatts (ISR) der Deutsche Post AG
- Entwicklung des FP SecureGateway (Internet of Things, IoT)
- Entwicklung des FP Kundenportals discoverFP
- Marktvorbau für die zukünftige FP Product-Roadmap
- Evaluierung technischer Alternativen in den Bereichen Antrieb, Drucktechnik und für den Einsatz von Webtechnologien (Embedded Software)
- Entwicklung der cloudbasierten digitalen Signaturlösung FP-Sign
- Realisierung von elf weiteren Ländervarianten für den internationalen Rollout der FP PostBase Familie

## Datensicherheit steht an erster Stelle – Zulassungsbedingungen und -prozesse für Produkte und Services des FP-Konzerns

Die meisten unserer Produkte und Services benötigen eine Betriebszulassung von einer Regulierungsbehörde. Bei den Frankiersystemen sind dies beispielsweise die Postbehörden, bei den Softwareprodukten häufig das BSI (Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik).

Die einzelnen Regulierungsbehörden machen bereits deutlich, dass es bei unseren Produkten nicht allein um die reibungslose und für den Verbraucher sichere Bedienung geht. Maßgebliches Kriterium für die Zulassung der Produkte und Services ist die Datensicherheit, die jederzeit gewährleistet sein muss. Der Transfer von Portogeldern in Milliardenhöhe zwischen den cloudbasierten Infrastrukturen der nationalen Postgesellschaften und den Frankiersystemen der Kunden erfordert hochsichere Kommunikationswege innerhalb des Internets. Die zwischen den Parteien transferierten Werte müssen exakt verrechnet und übertragen werden. Entsprechend verlangen die Postgesellschaften von den Herstellern den jeweils höchsten Sicherheitsstandard für jedes neue Modell. Zur Durchführung dieser Prüfungen werden akkreditierte Prüflabore eingesetzt.

Neben der initialen Genehmigung erfolgt eine regelmäßige Überprüfung durch die jeweiligen Postgesellschaften, ob die Sicherheitsanforderungen auch über die Laufzeit des Produkts zuverlässig erfüllt werden. In diesen Audits wird nicht nur der Sicherheitslevel überprüft. Wichtige Bestandteile sind ferner die Prüfung und Bewertung an sich. Sicherheit auf diesem hohen Niveau kann nur durch wohldefinierte und langfristig gelebte Prozesse gewährleistet werden. Insbesondere die langjährige Konstanz und Qualität ist eine unserer Kernkompetenzen und erklärt die hohe Barriere für Unternehmen, die in den Frankiermaschinenmarkt einsteigen wollten. Hier finden sich zudem die Schnittstellen mit exzellentem Synergiepotenzial zu den modernen Produkten, wie zum Beispiel **FP Sign**.

## Konzernweite Entscheidungskriterien zur Bewertung von Produktideen

Nicht jede Idee bringt es zu einem marktreifen Produkt. Was also macht eine Idee, ein Produkt, eine Partnerschaft erfolgreich und gibt es Möglichkeiten, dies quantitativ und qualitativ zu bewerten? Genau diese Fragestellung hat das F&E-Team im letzten Jahr abteilungs- und bereichsübergreifend bewegt.

Am Anfang steht die Idee. Hier gilt: Je schneller und ausgefeilter eine Idee bewertet werden kann, desto schneller und risikoärmer kann sie an den Markt gebracht werden. Ideen durchlaufen dabei einen mehrstufigen Prozess: von einem ersten Pitch bei einer Expertenkommission über

einen Prototyping- und Testprozess bis hin zu einer Bewertungsmatrix, die detailliert nach Kunden, Strategie, Markt und Technologie fragt. Hierbei verfolgen wir den nutzerzentrierten Ansatz aus dem Design Thinking. Das heißt, Ideen werden in einem iterativen Verfahren zusammen mit potenziellen Kunden begutachtet und entwickelt. Stellt sich im Laufe dieses Verfahrens heraus, dass Änderungen nötig sind, werden diese im nächsten Wiederholungsschritt eingefügt und erneut verprobt.

Aus den Überlegungen zur Bewertung von Produktideen sind im letzten Jahr weitere Bewertungsmodelle zum Beispiel für strategische Partnerschaften entstanden. Mit den entwickelten Bewertungskriterien setzt **FP** Standards zur schnellen Entscheidungsfindung.

## Patente

Unser Transformationsprozess erfordert eine zukunftsorientierte, aktive Schutzrechtsstrategie. Kernelement ist die systematische Analyse von neuen, relevanten Geschäftsfeldern im Hinblick auf die bestehenden Rahmenbedingungen des Intellectual Property (IP): Welche Schutzrechte gibt es bereits? Welche strategischen Felder können noch besetzt werden? Wie lassen sich unsere innovativen Produkte optimal und effizient schützen? Neben der klassischen »Freedom to Operate«-Recherche und dem entwicklungsbegleitenden Schutz von neuen Produkten nimmt die zielgerichtete Erstellung von strategischen Schutzrechten einen besonderen Stellenwert ein. Grundlage für diese aktive Schutzrechtsstrategie ist die periodische Überprüfung unseres Patentportfolios auf Werthaltigkeit. Sie bietet eine gute Ausgangsposition und sichert die Schlagkraft für zukünftige Intellectual-Property-Aktivitäten ab.

**FP ist von Beginn an ein von besten Ingenieuren, ihrer Erfahrung, ihrem Wissen und ihrer Kompetenz getriebenes Unternehmen – mehr als 2.500 Patente prägen unsere Geschichte.**

Mithilfe unserer 360°-IP-Strategie begleiten wir den gesamten Entwicklungszyklus von Neuprodukten und erreichen damit eine Rundum-Absicherung durch frühzeitige Schutzrechtsanmeldungen. Bereits in der Ideenfindungs- und Konzeptphase werden durch systematische Analyse schutzrechtsrelevante Funktionen identifiziert und angemeldet, die bei der späteren Vermarktung zu geldwerten Wettbewerbsvorteilen führen. Die zielgerichtete Belegung von relevanten Schutzrechtsfeldern hat eine deutliche Stärkung unserer Marktposition zum Ziel.

## Zusammenarbeit mit Universitäten

Die Zusammenarbeit mit Hochschulen und anderen Bildungsträgern ist essenziell für jedes Unternehmen, das für die Zukunft gewappnet sein will. Wir stehen daher seit Langem in regem Austausch mit verschiedenen Einrichtungen und bieten Studenten, die an ihren Bachelor- oder

Masterabschlüssen arbeiten, die Möglichkeit, mit erfahrenen **FP**-Ingenieuren und den **FP**-Entwicklern zusammenzuarbeiten und die Labore und Werkstätten für eigene Forschungen und Entwicklungen zu nutzen. Für interessierte Studenten bieten wir darüber hinaus die Gelegenheit, ein Semester in ausländischen Niederlassungen zu verbringen.

Weitere Informationen hierzu finden sich im Kapitel [Impulsgeber für gesellschaftliche Gespräche](#).

### 4.3 Qualitätsmanagementsystem (TK 11)

Wir sorgen bereits in der Entwicklung für die Qualität und Sicherheit unserer Produkte. Es liegt in unserem Selbstverständnis, die Qualität unserer Produkte und Dienstleistungen über den gesamten Lebenszyklus nie aus dem Fokus zu verlieren.

#### Qualität ist unser täglicher Anspruch

In der Verantwortung des Vorstands werden durch den Beauftragten für das Integrierte Managementsystem (IMB) und die Qualitätsmanagement-Beauftragten an den Standorten auf der Grundlage der »Plan Do Check Act«-Methode (Planen, Ausführen, Überprüfen, Verbessern) aktuelle und zukünftige Anforderungen sowie Ergebnisse der bisherigen Tätigkeiten und Ereignisse kontinuierlich bewertet und entsprechende Folgemaßnahmen veranlasst.

Daraus ergeben sich Handlungsbedarfe und es werden entsprechende Maßnahmen festgelegt, die in den Fachabteilungen gemeinsam umzusetzen sind. Maßnahmen zu Gewährleistungen und Verbesserungen werden koordiniert und mit entsprechenden Qualitätsrunden auf ihre Wirksamkeit überprüft und die abzuarbeitenden Maßnahmen werden nach der Umsetzung zurückgemeldet. Der Zyklus schließt mit den entsprechenden Analysen und der Ableitung möglicher Handlungsoptionen.

#### Qualität und Verbesserung: Die nicht finanziellen Leistungsindikatoren nach § 315 HGB

Im Rahmen unserer Verantwortung gegenüber unseren Stakeholdern nutzen wir neben finanziellen auch nicht finanzielle Leistungsindikatoren zur Steuerung unseres Unternehmens. Im Zentrum steht die Qualität des Leistungsspektrums, gemessen an einem Qualitäts- (PQI) und einem Verbesserungsindikator (nF IQ).

#### Kontinuierliche Steigerung der Qualität

Durch die Neuentwicklung unserer PostBase Frankiersysteme konnten wir in den letzten Jahren die Qualität deutlich steigern.

Das hat sich besonders im Jahr 2017 ausgewirkt, da wir ausschließlich neue PostBase Systeme verkauft haben und ältere Systeme gegen neue PostBase Systeme ausgetauscht wurden. In den folgenden Jahren erwarten wir weitere Verbesserungen und passen unsere Ziele entsprechend an. Im Jahr 2017 betrug der PQI 16,35, eine deutliche Verbesserung um insgesamt 33 % im Vergleich zum Vorjahr.

Auch der Verbesserungsindikator (nF IQ) erfasst die Qualität der **FP**-Produkte und hier insbesondere die Qualität neuer Frankiersysteme. Er basiert auf dem Teileaufwand für Nachbesserungen an ausgelieferten Maschinen und misst das Verhältnis der Teilekosten aus Gewährleistungen zum Gesamtumsatz. Wir erfassen die notwendigen Daten monatlich, wobei eine Analyse der vergangenen Jahre zeigt, dass der Indikator bei der Neueinführung einer neuen Generation von Frankiersystemen tendenziell steigt. Durch eine internationale Marktberreinigung und eine Berechnungsumstellung für den nationalen Markt erwarteten wir im Jahr 2017 eine Steigerung des nF IQ-Faktors. Unser Ziel war es, die Zielkennzahl des Vorjahres nicht zu überschreiten. Dies wurde sicher erreicht. Der nF IQ betrug 2017 0,12, eine leichte Verschlechterung im Vergleich zum Vorjahr (0,09). Diese entstand im Wesentlichen infolge proaktiver Qualitätsmaßnahmen im Zuge der Produktneueinführungen.

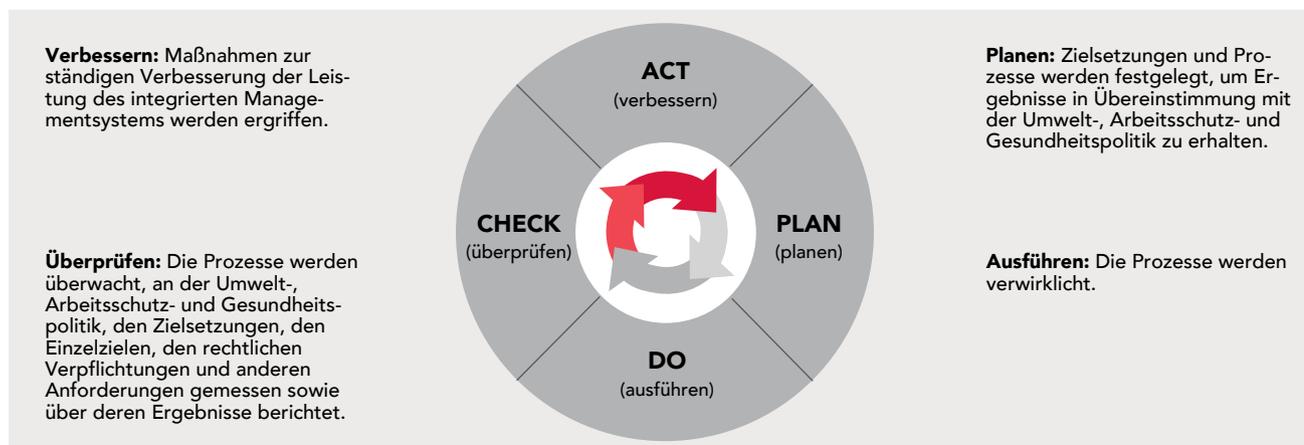


Abbildung 3: PDCA-Methode der FP

Wie auch beim PQI erwarten wir beim nF IQ in den folgenden Jahren weitere Verbesserungen und passen unsere Ziele entsprechend an.

#### 4.4 Umweltfreundliche und energieeffiziente Produkte (TK 12 und TK 13)

Die Umwelt zu schützen und mit unseren Energiequellen ressourcenschonend umzugehen, gehört zu den Leitsätzen von **FP**. Wir wissen, dass Unternehmen nur dann erfolgreich sein können, wenn sie im Einklang mit der globalen Umwelt handeln.

Bereits seit 1995 trägt bei **FP** das Produktmanagement die Verantwortung für Nachhaltigkeit. Hierzu wurde erstmalig 1995 ein Recyclingsystem für unser Verbrauchsmaterial ins Leben gerufen, das seither kontinuierlich weiterentwickelt wurde.

2009 brachten wir das erste Frankiersystem mit GO-GREEN-Funktionalität auf den Markt und unterstützen seither das Klimaschutzprogramm der Deutschen Post AG. In dem Programm werden kundenindividuell die CO<sub>2</sub>-Emissionen, die beim Transport einer GO-GREEN-Sendung entstehen, erfasst und über ein Klimaschutzprojekt kompensiert.

Unsere Frankiersysteme PostBase und PostBase Mini entsprechen in vielerlei Hinsicht modernsten Ansprüchen an das umweltbewusste Frankieren. Zu nennen sind hier ein gegenüber Vorgänger- und Wettbewerbsmodellen um 8 % reduziertes Gewicht, die Möglichkeit, Bauteile wiederverwenden, oder die Kennzeichnung der verwendeten Kunststoffe. Insbesondere im Bereich des Energieverbrauchs erfüllen PostBase und PostBase Mini bereits die strengeren Anforderungen des Energy Star in der Version 2.0. Schließlich wurde im Bereich der Verbrauchsmaterialien ein neues Recycling-Konzept entwickelt, sodass Kunden verbrauchte Tintenkartuschen umweltfreundlich entsorgen können.

Im Rahmen der Produktkonzipierung, der Produktentwicklung sowie der Herstellung und Beschaffung von Materialien und Teilprodukten sind bei **FP** entsprechend ihrer Fachverantwortung Produktmanagement, Entwicklung, Produktion, Einkauf und Service dafür verantwortlich, sowohl bei Neuprodukten als auch bei Produktmodifizierungen und Produktverbesserungen sowie bei Wartung und Reparatur systematisch darauf hinzuwirken, dass Produkte, Herstellungsverfahren und Transportwege entsprechend dem Stand der Technik unter wirtschaftlichen Bedingungen konsequent und kontinuierlich verbessert werden.

Wir achten dabei jederzeit auf folgende Faktoren:

1. Die Entwicklung, die Herstellung und das Inverkehrbringen von Erzeugnissen, die mehrfach verwendbar, technisch langlebig und nach Gebrauch zur ordnungsgemäßen, schadlosen und hochwertigen Verwertung sowie zur umweltverträglichen Beseitigung geeignet sind
2. Den vorrangigen Einsatz von verwertbaren Abfällen oder sekundären Rohstoffen bei der Herstellung von Erzeugnissen
3. Die Kennzeichnung von schadstoffhaltigen Erzeugnissen, um sicherzustellen, dass die nach Gebrauch verbleibenden Abfälle umweltverträglich verwertet oder beseitigt werden, den Hinweis auf Rückgabe-, Wiederverwendungs- und Verwertungsmöglichkeiten oder -pflichten und Pfandregelungen durch Kennzeichnung der Erzeugnisse
4. Die Rücknahme der Erzeugnisse und der nach Gebrauch der Erzeugnisse verbleibenden Abfälle sowie deren nachfolgende umweltverträgliche Verwertung oder Beseitigung

Bei der Bestimmung des Standes der Technik sind unter Berücksichtigung der Verhältnismäßigkeit zwischen Aufwand und Nutzen möglicher Maßnahmen sowie des Grundsatzes der Vorsorge und der Vorbeugung, jeweils bezogen auf Anlagen einer bestimmten Art, insbesondere folgende Kriterien zu berücksichtigen (GRI G4-EN27, GRI G4-EN28):

1. Einsatz abfallarmer Technologie und weniger gefährlicher Stoffe
2. Förderung der Rückgewinnung und Wiederverwertung der bei den einzelnen Verfahren erzeugten und verwendeten Stoffe und gegebenenfalls der Abfälle
3. Vergleichbare Verfahren, Vorrichtungen und Betriebsmethoden, die mit Erfolg erprobt wurden
4. Fortschritte in der Technologie und in den wissenschaftlichen Erkenntnissen
5. Art, Auswirkungen und Menge der jeweiligen Emissionen
6. Zeitpunkte der Inbetriebnahme der neuen oder der bestehenden Anlagen
7. Zeitaufwand für die Einführung einer besseren verfügbaren Technik

8. Verbrauch an Rohstoffen und die Art der bei den einzelnen Verfahren verwendeten Rohstoffe (einschließlich Wasser) sowie Energieeffizienz
9. Notwendigkeit, die Gesamtwirkung der Emissionen und die Gefahren für den Menschen und die Umwelt so weit wie möglich zu vermeiden oder zu verringern
10. Notwendigkeit, Unfällen vorzubeugen und deren Folgen für den Menschen und die Umwelt zu verringern
11. Informationen, die von der Kommission der Europäischen Gemeinschaft über die integrierte Vermeidung und Verminderung der Umweltverschmutzung oder von internationalen Organisationen veröffentlicht werden

#### 4.5 Umwelt-, Klima- und Arbeitsschutz in der Lieferkette (TK 14)

Nachhaltiges Denken und Handeln – in Kombination mit der Achtung des Umwelt-, Klima- und Arbeitsschutzes – sind wesentliche Bestandteile unserer Wertschöpfungskette und der Beschaffung unserer benötigten Materialien und Dienstleistungen.

Dabei ist es unser Ziel, eine langfristige, von partnerschaftlichen Aspekten geprägte Beziehung zu unseren Lieferanten zu etablieren. Nur dadurch können wir eine nachhaltige Belieferung unserer Produktion mit den benötigten Materialien sicherstellen.

Alleiniger Produktionsstandort für Frankiersysteme und damit Ziel der Lieferketten ist die **FP Produktionsgesellschaft mbH & Co. KG** mit Sitz in Wittenberge im Bundesland Brandenburg.

Die Optimierung unserer Lieferketten verfolgt mehrere Ziele: Optimierung von Preisen, Anlieferqualität und Termintreue sowie die Vermeidung von Umweltbelastungen durch Überseetransporte. Zu diesem Zweck haben wir auf eine standortnahe Beschaffung umgestellt.

##### Nachhaltigkeit in der täglichen Beschaffung

Im Wesentlichen werden zur Produktion der Frankiersysteme Einzelteile und Baugruppen verwendet. Im Jahr 2017 arbeiteten wir am Produktionsstandort in Wittenberge mit ca. 200 Lieferanten zusammen. Diese fassen wir in die Bereiche mechanische Lohnfertigung, Kunststoffteile, elektronische Komponenten und Baugruppen sowie Antriebstechnik zusammen.

Als weitere Nachhaltigkeitsleistungen haben wir für hochwertige elektrische Komponenten individuelle Pendelverpackungen etabliert und arbeiten mit standortnahen Zulieferern im Rahmen von Sammeltransporten mit

entsprechenden Mehrwegbehältern. Dadurch werden etwaige Einwegverpackungen vermieden und die Umweltbelastung durch entsprechende weitere Transporte wird auf ein mögliches Minimum reduziert.

##### 98 % unserer Lieferanten kommen aus Europa

Seit 2014 erfolgt eine unter ökonomischen und ökologischen Gesichtspunkten optimierte Beschaffung bei Lieferanten, deren Sitz sich in Europa befindet. Dabei wurde die direkte Zusammenarbeit mit in Asien ansässigen Lieferanten fast vollständig beendet. Der Anteil der direkten Beschaffung in Europa beträgt mittlerweile 98 % (GRI G4-12). Der Anteil des Beschaffungsvolumens, das in Deutschland vergeben wird, liegt bei 50 % (GRI G4-EC9).

##### 50 % unserer Produktionsmaterialien werden in Deutschland beschafft

##### Hohe Anforderungen im Bereich Nachhaltigkeit

Neue Lieferanten werden im Rahmen eines Regelprozesses zur Lieferantenfreigabe überprüft. Dabei werden unter anderem Informationen über eingeführte Umwelt-, Energie- sowie Arbeits- und Gesundheitsschutzmanagementsysteme oder alternative Maßnahmen erhoben. Lieferanten, die solche Maßnahmen über die gesetzlichen Regelungen hinaus ergreifen, werden bei der Qualifizierung bevorzugt. Diese Informationen werden bei der jährlichen Lieferantenbewertung erhoben und fließen in die Bewertung ein.

Erhält ein Lieferant in diesen Bereichen unzureichende Bewertungen, so kann er im Zusammenhang mit anderen negativen Auffälligkeiten ausgelistet werden. Bei allen Lieferantenfreigaben und bei erneuter Lieferantenbewertung fragen wir auf dem Weg einer Lieferantenselbstauskunft eine Vielzahl von ökologischen und sozialen Komponenten ab (GRI G4-EN32).

Wir unterhalten keine Beziehungen zu Lieferanten, bei denen der Verdacht auf negative ökologische oder menschenrechtliche Auswirkungen, negative Arbeitspraktiken oder negative Auswirkungen auf die Gesellschaft besteht (GRI G4-EN33, GRI G4-LA14, GRI G4-LA15, GRI G4-SO9, GRI G4-SO10).

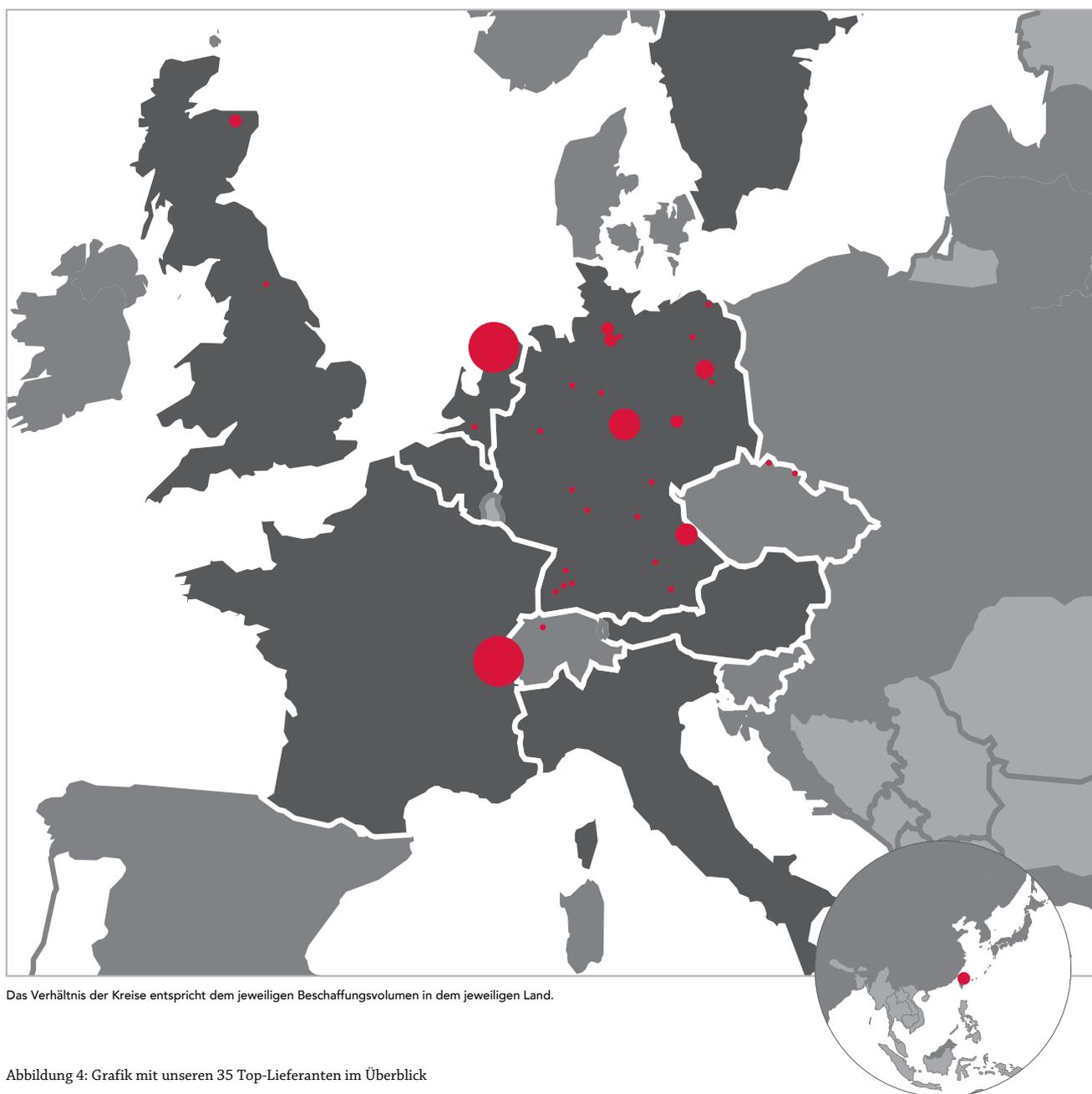
Da unsere Lieferanten fast ausschließlich in Europa ansässig sind und wir mit keinen Lieferanten in Entwicklungs- oder Schwellenländern direkt zusammenarbeiten, ist davon auszugehen, dass Risiken der Kinderarbeit, der Zwangsarbeit oder negativer menschenrechtlicher Auswirkungen nicht bestehen (GRI G4-HR5, GRI G4-HR6, GRI G4-HR10, GRI G4-HR11, GRI G4-LA16).

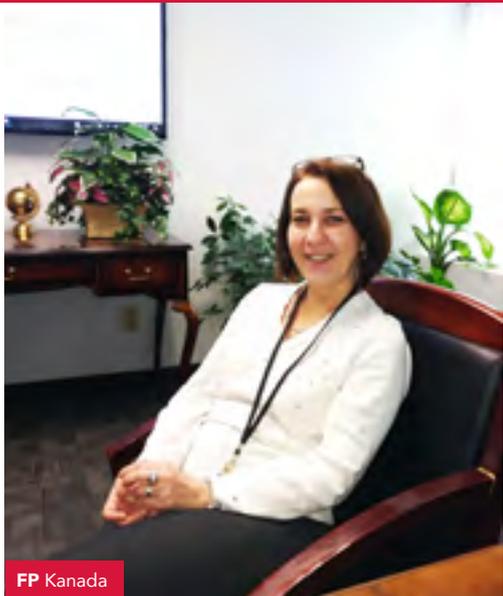
Alle unsere Lieferanten sind zudem hinreichend über unsere Werte, Umgangsformen und Ansprüche im Bereich Compliance informiert – Gleiches gilt für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (GRI G4-SO4).

Als eine der wichtigen Maßnahmen im Zusammenhang mit **FP FIT** wurde im Geschäftsjahr 2017 das Projekt »Best Material Purchase« aufgesetzt. Ziel dieses Projekts ist es, einen stetigen Verbesserungs- und Optimierungsprozess zu implementieren.

Als zukünftiges Ziel möchten wir weitere Lieferanten im lokalen Umfeld qualifizieren, um die Region Berlin-Brandenburg wirtschaftlich zu stärken und Umweltbelastungen durch Transporte zu verringern.

Wesentliche Änderungen in der Lieferkette haben sich im Geschäftsjahr 2017 nicht ergeben (GRI G4-13).





FP Kanada



FP USA



FP Italien



FP Frankreich



FP Deutschland



FP Deutschland



FP Kanada

## 5. Verantwortung als Arbeitgeber – Everybody needs somebody to ACT

Die Basis für unseren Erfolg liegt in jedem Einzelnen – und in der konsequenten Verfolgung unserer gemeinsamen Vorhaben. Unsere Belegschaft zeichnet weltweit eine Vielfalt an Fähigkeiten und Erfahrungen, Interessen und Energien aus. Fördern und fordern, Gemeinsamkeiten suchen und Unterschiede produktiv machen, nachhaltige Werte entwickeln und pflegen – das zählt zu unserer Verantwortung als Unternehmen und als Arbeitgeber. Unsere durch ACT definierten Ziele können nur durch unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gemeinsam erreicht werden.

### Engagement und Mut werden honoriert

Wir verfolgen mit unserer Wachstumsstrategie ACT einen Wachstumskurs – ihn zu verwirklichen ist ein Erfolg von Mitarbeitern für Mitarbeiter. Erfolgreiche und motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind es, die nach Kundenzufriedenheit streben, Marktanteile erobern, Innovationen vorantreiben und Dividenden erwirtschaften. Unsere Mitarbeiter schaffen so wichtige Perspektiven für alle Stakeholder. Dieses Bewusstsein zu stärken und die Ziele und Prinzipien unseres Konzerns als Maßstab für Entscheidungen zu verankern, bildet die Grundlage für eigenverantwortliches und nachhaltiges Handeln.

### Unsere Mitarbeiter als Multiplikatoren ACT ist FP. FP sind wir.

Rahmenbedingungen zu schaffen und umzusetzen, die die Belegschaft und das Managementteam stärken, sie begleiten, ihnen Sicherheit geben und sie unterstützen: Das ist eine strategische Aufgabe in unserem täglichen Miteinander. Unser gemeinsames Ziel ist es, unser Handeln so zu gestalten, dass alle Ressourcen mit klarer Zielsetzung und konzentriert eingesetzt werden und dass alle Anforderungen und Fähigkeiten im Einklang sind.

### Unsere Mitarbeiter sind und bleiben unser wichtigstes Gut

Wesentliche Aspekte für die Erreichung unserer Ziele sind die Aus- und Weiterbildung, das stetige Lernen, die Ausbildung und Entwicklung von Nachwuchskräften sowie eine individuell ausgestaltete Work-Life-Balance.

### ACT als unsere neue Denk- und Arbeitsweise

Um die gemeinsamen Ziele von ACT zu erreichen, fordern wir ein hohes Leistungsniveau und fördern zugleich unsere Mitarbeiter, damit sie es auch erlangen. Spitzenleistungen lohnen sich und es macht Spaß, bei uns zu arbeiten. Führungskräfte leben unsere Vision, unsere Mission und unsere Werte vor.

## 5.1 Unternehmenskultur und Identifikation mit FP (TK 15 und TK 16)

Mehr als 1.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter arbeiten weltweit in unseren Tochtergesellschaften – in zehn Ländern und an 22 deutschen Standorten (GRI G4-10). Gemeinsam verfolgen wir das Ziel, unsere Prozesse optimal zu organisieren, damit wir unsere Kunden als Experte für sicheres Mail-Business und sichere digitale Kommunikationsprozesse effizient und kostenschonend unterstützen und sie auf ihrem Weg der Digitalisierung begleiten können.

	Mitarbeiteranzahl
Mitarbeiter in Deutschland gesamt	638
Mitarbeiter in Europa	247
Mitarbeiter in den USA und Kanada	182
<b>Mitarbeiter weltweit</b>	<b>1.067</b>

Tabelle1: Mitarbeiter weltweit per 31.12.2017

	Mitarbeiteranzahl	Verhältnis
Anzahl Führungskräfte <sup>1</sup>	87	10 %

<sup>1</sup> Betrachtete Mitarbeiter: 902 (Deutschland, Österreich, Italien, Frankreich, USA, Kanada)

Tabelle2: Anzahl der Führungskräfte per 31.12.2017

Unseren Kunden bieten wir individuelle, maßgeschneiderte Lösungen. Und eben solche maßgeschneiderten Lösungen suchen wir auch bei der Gestaltung der Rahmenbedingungen für unsere Mitarbeiter.

### Innovationskultur und Wandel gestalten

Gerade als mittelständischer Konzern profitieren wir von kürzeren Kommunikationswegen und dem engeren persönlichen, direkten Austausch. Innerhalb der einzelnen Unternehmensteile sind wir stolz auf den beinahe familiären Charakter, der es ganz natürlich erscheinen lässt, auf die gegenseitigen Bedürfnisse einzugehen, einander zu unterstützen und gemeinsam Lösungen zu erarbeiten.

### Unternehmenserfolg ist gemeinsamer Erfolg

In den verschiedenen Unternehmensbereichen werden derzeit nicht durchgängig die gleichen statistischen Daten erfasst. Daher sind die Geltungsbereiche der hier getroffenen Aussagen teilweise unterschiedlich.

Talente intern und extern zu finden, zu begeistern und zu entwickeln, ist ein wichtiger Aspekt in unserer Personalarbeit. Die Zahl der Neueinstellungen lag im Jahr 2017 bei insgesamt 146 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Deutschland, Österreich, Italien, Frankreich, den USA und Kanada.

Die Eigenkündigungsquote in Deutschland betrug 7,5 %, die Kündigungsquote durch **FP** an den deutschen Standorten betrug 4,9 % (GRI 4-LA1).

	neu eingestellte Mitarbeiter	Verhältnis
Mitarbeiter in Deutschland <sup>1</sup>	99	15,5 %
Mitarbeiter in Europa <sup>2</sup>	8	11,4 %
Mitarbeiter in den USA und Kanada <sup>3</sup>	39	21,4 %

<sup>1</sup> Betrachtete Mitarbeiter: 638, <sup>2</sup> Betrachtete Mitarbeiter: 70 in folgenden Ländern: Österreich, Italien, Frankreich, <sup>3</sup> Betrachtete Mitarbeiter: 182

Tabelle 3: Neu eingestellte Mitarbeiter per 31.12.2017 (GRI G4-LA1)

	Mitarbeiter	Verhältnis
Kündigungen durch Arbeitgeber <sup>1</sup>	26	4,9 %
Kündigungen durch Mitarbeiter in Deutschland <sup>2</sup>	44	7,5 %

<sup>1</sup> Betrachtete Mitarbeiter: 53, <sup>2</sup> Betrachtete Mitarbeiter: 586

Tabelle 4: Kündigungen per 31.12.2017

## Verantwortung, Grundsätze und Verhaltensstandards

Ein wichtiger Baustein unseres Erfolgs und die Basis für eigenverantwortliches Handeln ist unsere gemeinsam definierte Wertewelt. Unsere weltweiten Kernthemen sind Eigenverantwortung, Stärkenfokus, Kommunikation sowie wertschätzende Feedback- und Lernkultur.

## Langfristigkeit als Basis für Nachhaltigkeit

Die Betriebszugehörigkeit an den deutschen Standorten beträgt im Durchschnitt zwölf Jahre. Eine langjährige vertrauensvolle Zusammenarbeit sichert ein hohes Maß an Erfahrung und Know-how für unsere täglichen Aufgaben.

Gleich in welchem Unternehmensteil oder auf welchem Kontinent, jeder Mitarbeiter kennt unsere Unternehmenspolitik und unser Compliance-Management.

Unser internationales Management agiert entsprechend unserer Management Policy. Mit der Festlegung von Prinzipien setzen wir einen Rahmen, der Freiheiten lässt, Innovationen nicht hemmt und Entscheidungsfähigkeit herstellt (GRI G4-56). In unseren Prozessen zur Einführung neuer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind diese Grundwerte ein integraler Bestandteil, ebenso wie in unseren jährlichen Trainings.

## Gemeinsamer Dialog

Der gemeinsame Dialog besitzt für **FP** einen hohen Stellenwert und wir arbeiten jeden Tag daran. Ohne den stetigen Austausch erreichen wir weder Effektivität noch Effizienz, die wir für eine nachhaltige Unternehmensausrichtung benötigen.

Ende 2016 haben wir eine weltweite Mitarbeiterbefragung durchgeführt. Die Teilnahmequote an der Umfrage lag bei 57 %. Internationale Teams haben in Form von Stakeholder-Dialogen Maßnahmen abgeleitet und begleiten mit Unterstützung des Vorstands deren Umsetzung.

Betriebsräte vertreten die Interessen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter am Standort Berlin-Pankow, an den bundesweiten Standorten unseres Vertriebs- und Serviceaufendienstes, an unserem Produktionsstandort in Wittenberge sowie in unseren Konzerngesellschaften in Österreich und den Niederlanden. Die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit ihnen ist ein wesentlicher Bestandteil des offenen und gemeinsamen Dialogs. Der am Standort Berlin-Pankow 2016 geschlossene Haustarifvertrag behandelt auch das für die Zukunftsplanung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bedeutsame Thema »Jobsicherheit«. Diese Vereinbarung sorgte maßgeblich dafür, eine neue, verbesserte Kultur des Miteinanders zu schaffen, an der wir weiterhin arbeiten.

Um kurze Kommunikationswege zu fördern, haben wir die neue Kollaborationsplattform **FP Connect** eingeführt. Sie unterstützt alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beim schnellen Informations- und Gedankenaustausch durch verschiedene Foren und Gruppen sowie durch die Möglichkeit, Videokonferenzen abzuhalten. Ohne lange Reisen zu unternehmen oder sich auf das Telefon beschränken zu müssen, können die weltweiten Teams miteinander in Kontakt treten.

## Gemeinsame Zeit – gemeinsame Erinnerungen

Schon immer haben sich **FP**-Kollegen zu gemeinsamen Aktivitäten zusammengefunden. An den Standorten und in den Ländergesellschaften werden auf unterschiedliche Art und Weise Gemeinsamkeiten gepflegt. Ausflüge, Feste, gemeinsame Sportaktivitäten oder soziales Engagement stärken das Wir-Gefühl im Sinne von **One FP**. Als ein Beispiel von vielen sei hier nur auf die Teilnahme am Berliner Firmenlauf verwiesen. Seit inzwischen zehn Jahren nehmen jährlich rund 50 Kollegen an dem IKK BB Berliner Firmenlauf teil, um auch mit persönlicher Fitness ACT zu unterstützen – 5,5 Kilometer gemeinsam skaten, laufen oder walken.

Alle Kolleginnen und Kollegen sind eingeladen, das haus-eigene und liebevoll (aus zum größten Teil privaten Exponaten) zusammengestellte Museum am Standort Berlin-Pankow zu besuchen und in 95 Jahre **FP**-Erfinderhistorie einzutauchen. Mittlerweile schmücken insgesamt 33, zum Teil noch funktionsfähige Frankiermaschinen die Räumlichkeiten. Jedes einzelne Museumsstück trägt dazu bei, unsere Geschichte lebendig und verständlich zu präsentieren. Eine Historie, die uns mit Stolz erfüllt.

## 5.2 Personalentwicklung, Aus- und Weiterbildung (TK 17 und TK 18)

Wir sind ein traditionsreiches Unternehmen. Gerade auch in den Zeiten der Transformation nutzen wir unsere Erfahrung und unsere Stärken. Wir setzen sie bewusst ein, um auch in der Digitalisierung und in Zeiten sich schneller wandelnder Märkte bester Partner für unsere Kunden zu sein.

### Die Zukunft ist ein unbeschriebenes Blatt – das Blatt der FP beschreiben wir.

Erfolg hängt wesentlich auch von der persönlichen Wirkung ab. Wer sie stärken will, braucht zunächst glaubwürdiges Feedback.

Vor diesem Hintergrund haben wir die Initiative **Fit4Change** gestartet. Ziel ist es, allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern mindestens eine eintägige Trainingsveranstaltung zukommen zu lassen. Dazu haben wir 2016 erstmals ein weltweit einheitliches Programm aufgesetzt – 2017 haben insgesamt 661 Mitarbeiter in zehn verschiedenen Ländern und sechs verschiedenen Sprachen an knapp 40 verschiedenen Workshops teilgenommen. Insgesamt waren damit 62 % unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Jahr 2017 in die **Fit4Change** Maßnahmen einbezogen.

In Workshops, die wir in Kooperation mit unserem Partner Stärkenkompass GmbH ausrichten, erhalten unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und Führungskräfte stärkenorientiertes Feedback von Menschen, die sie in den unterschiedlichen Rollen begleiten und ihre Wirkung dabei wahrnehmen. Der Stärkenkompass ist das weltweit erste und einzige digitale Werkzeug zur Sammlung und Visualisierung von Stärken-Feedback. Er ist das einzige Werkzeug, das sich ausschließlich aus anonymen Feedbacks zu vorhandenen Ressourcen des Teilnehmers speist. Dabei bildet der Stärkenkompass einen nur für den Moment gültigen, einzigartigen »Fingerabdruck« des aktuellen Stärkenprofils ab, ohne dabei Teilnehmer zu typisieren oder unveränderbaren Kategorien zuzuordnen. Stärken werden ausdrücklich als Ergebnis aktueller Wirkung und als Basis des persönlichen Wachstums dargestellt.

Wer heute Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für sich gewinnen oder an sich binden möchte, muss Selbstverwirklichung, Spaß, Teamgeist und Sinn bieten. Menschen wünschen sich Tätigkeiten, bei denen sie ihre Stärken optimal einsetzen können, um jeden Tag mehr zu dem zu werden, der sie sind oder werden könnten. Der Stärkenkompass passt daher bestens in unsere Zeit, denn er zeigt über wertschätzendes, detailreiches Feedback auf, wie genau das persönliche Profil von Stärken und Potenzialen aussieht.

Wir begleiten unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter so bei der Aktualisierung ihres Selbstbildes anhand der tatsächlichen, von anderen bescheinigten Wirkung.

Neben den Präsenzveranstaltungen haben alle Mitarbeiter Zugang zur Online-Stärkenkompass-Akademie. Wir haben hiermit eine Plattform für unsere Mitarbeiter nutzbar gemacht, über die Denkanstöße, Lerninhalte und Austausch mit den Kollegen in der zur jeweiligen Arbeitsaufgabe, Arbeitsumgebung und Lebensphase passenden Form verfügbar gemacht werden können.

Wir haben es auf diesem Weg geschafft, dem weltweiten **FP-Team** eine wichtige Grundlage für alle anstehenden Aufgaben und Veränderungen zu geben.

### Transform FP into an enlarged Business – auf Basis unserer DNA

Unsere Corporate Policy gibt unserem Managementteam die Kernaufgabe, ein Umfeld zu schaffen, das Wachstum ermöglicht. Hierbei unterstützt unsere Initiative Leadership4Change. 2017 erreichten wir mit diesem Programm alle Führungskräfte mit Personalverantwortung und in entscheidungsrelevanten Stabsstellen in den deutschen und internationalen Gesellschaften. Auf Managing-Director-Level und höher haben alle Führungskräfte und der Gesamtvorstand am Programm teilgenommen.

## 5.3 Stetiges Lernen und Verbessern (TK 19)

Die Berufsausbildung hat insbesondere in Deutschland einen hohen Stellenwert für unsere Vorbereitung auf zukünftige Herausforderungen und die gezielte Nachfolgeplanung.

Aktuell bilden wir in Deutschland neun junge Menschen in vier Ausbildungsberufen aus. Bis zum Jahr 2020 streben wir in Deutschland eine Ausbildungsquote von 4 % aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an.

Durch die Vermittlung von Fach-, Methoden-, Sozial- und Selbstkompetenz wird der Erwerb der beruflichen Handlungsfähigkeit sichergestellt. Junge Menschen werden so befähigt, eine qualifizierte berufliche Tätigkeit ausüben zu können. Das gilt sowohl für Menschen, die eine Erstausbildung erfahren, als auch für solche, die ein Studium abgebrochen und sich für einen anderen Einstieg ins Berufsleben entschieden haben (22 % unserer Auszubildenden haben zuvor ein Studium abgebrochen). Neben der Vermittlung von beruflichen Fertigkeiten, Kenntnissen und Fähigkeiten können sie das Gelernte selbstständig anwenden.

Mit der Durchführung der Berufsausbildung übernehmen wir gesellschaftliche Mitverantwortung und tragen zur Erreichung gesellschaftspolitischer Ziele bei. Gerade die

Senkung der Jugendarbeitslosenquote ist in Europa ein wichtiges Thema. Im Projekt SERFA (Services for Apprenticeships), einem europäischen Kooperationsprogramm, engagieren wir uns, um Methoden, Dienstleistungen und Instrumente für Unternehmen, Auszubildende und Ausbildungseinrichtungen mitzugestalten und damit zur Entwicklung dauerhafter Beschäftigungsverhältnisse beizutragen.

Gleichzeitig ist die duale Ausbildung eine Möglichkeit für junge Menschen, ihren Berufseinstieg durch gute Leistungen selbst sicherzustellen und individuelle Ziele wie soziale Unabhängigkeit, bessere Absicherung sowie Aufstieg und Selbstverwirklichung eigenverantwortlich zu erreichen. Für engagierte Auszubildende bieten sich nach der Ausbildung bei **FP** vielfältige Einsatzmöglichkeiten, die auf eine langfristige Zusammenarbeit angelegt sind.

Darüber hinaus fördern wir die wichtige Verzahnung zwischen akademischer Ausbildung und den Anforderungen der Wirtschaft. Über Kooperationen und mit Kontakten zu insgesamt 30 deutschen Hochschulen begleiten wir einerseits Studenten bei der Erstellung ihrer Abschlussarbeiten und erhalten andererseits unseren berufserfahrenen Mitarbeitern den Kontakt zu Forschung und Lehre.

Gerne teilen wir unsere Erfahrungen und Kenntnisse auch jungen Menschen mit. Zwei unserer Führungskräfte üben Lehraufträge an Hochschulen aus, eine weitere Führungskraft der **FP** hat derzeit einen Gastdozentenauftrag an der Hochschule für Technik und Wirtschaft in Berlin im Bereich der Digitalen Transformation.

Weitere Informationen sind im Kapitel [Gesellschaftliches und soziales Engagement](#) zu finden.

Eine weitere wichtige Säule unseres Erfolgs ist die Aufrechterhaltung der fachlichen Qualifikation im Verlauf der individuellen Karrierepfade unserer Mitarbeiter. Die technischen Trainings zu unseren Produkten und Dienstleistungen bilden eine solide Basis für die zuverlässige und sichere Betreuung unserer Kunden. Die Sales-, Service- und Support-Teams – auch unserer Handelspartner und Franchisenehmer – werden international durch **FP**-eigene Trainingseinheiten geschult. Über unser [Train-the-Trainer-Konzept](#) gelingt es uns, die Trainings vor Ort sehr individuell zu gestalten und damit ihren nachhaltigen Erfolg zu sichern.

Flexible Möglichkeiten zur Arbeitsgestaltung erlauben es, Freiräume für Selbststudium, Erfahrungsaustausch und die Zusammenarbeit in Verbänden als wichtige Impulse und Quellen der stetigen eigenen Weiterentwicklung zu nutzen.

Zufriedenheit als Basis unseres Wachstums – mit dieser Grundeinstellung tragen wir auch Sorge dafür, dass die

Mitarbeiter sowohl die Ziele als auch ihre individuelle Leistung zur Erreichung der Ziele kennen. So streben wir an, dass durchgehend das gesamte internationale Managementteam Entscheidungen nach einer einheitlichen Richtlinie und mit gemeinsamen Konzernzielen trifft. Innerhalb der einzelnen Organisationseinheiten sind verschiedene, zur jeweiligen Aufgabe und Organisationsform passende Review-Systeme in Anwendung, unter deren Geltungsbereich in Deutschland insgesamt 170 Mitarbeiter fallen (GRI G4-LA11).

## 5.4 Ideenmanagement (TK 20)

Zur Sicherung und zur Stärkung der eigenen Wettbewerbsfähigkeit und für den Erfolg von ACT als neue Denk- und Arbeitsweise benötigen wir das aktive Mitdenken und Mitwirken aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Hierzu wurde im Rahmen der ersten Zertifizierungen ein Verbesserungswesen, unser Ideenmanagement, eingeführt.

Das Ideenmanagement hat die Aufgabe, alle Mitarbeiter anzuregen, ihre Ideen einzubringen und deren Umsetzungsmöglichkeiten zu prüfen oder prüfen zu lassen. Dieses Engagement, das oft über die eigenen Aufgabengebiete hinausgeht, wird dann anerkannt und prämiert. Nachhaltiges Ideenmanagement trägt dazu bei, ökonomische Aspekte genauer zu betrachten, Produkte zu verbessern, die Arbeitssicherheit und das Umweltbewusstsein zu erhöhen und das gemeinsame Miteinander zu fördern. Auch zum Selbstverständnis aller Führungsaufgaben gehört es, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu Ideen anzuregen und ins Ideenmanagement einzubeziehen.

### Ideen und die Kraft zur Vision verändern die Welt. Die neue **FP**.

Um die Ideen zu bewerten und bearbeiten zu können, bedienen wir uns einer Ideen-Datenbank, die durch unseren Ideenmanager betreut wird. Ungeachtet der Zuständigkeit und Betriebszugehörigkeit können alle Mitarbeiter der **FP**, einschließlich Auszubildenden, Praktikanten und Werkstudenten sowie freier Mitarbeiter und Pensionären, Ideen einreichen.

## 5.5 Vielfalt und Chancengleichheit (TK 21)

Vielfalt bildet die wichtigste Grundlage für den Erfolg und eine diskriminierungsfreie Zusammenarbeit. Unterstützt durch die ausdrückliche Erwähnung des Gleichbehandlungsgrundsatzes in unseren Leitbildern und die Benennung von entsprechenden Beauftragten bzw. die Einrichtung von vertraulichen Hotlines findet dieses Prinzip Eingang in alle unsere Prozesse (GRI G4-58).

Insbesondere auch bei den im Einsatz befindlichen Vergütungssystemen liegt ein großes Augenmerk auf der Gleichbehandlung. Unsere Vergütungssysteme stellen für die Grundvergütung auf die Anforderungen der ausgeübten Tätigkeiten und die übernommene Verantwortung ab, nicht auf die Positionsinhaberin oder den Positionsinhaber. In einigen der deutschen Konzernunternehmen stellen wir dies gemeinsam mit der Arbeitnehmervertretung (GRI G4-11) über ein in unserem Haustarifvertrag festgelegtes Vergütungssystem sicher (GRI G4-LA13).

Um die Erfahrung unserer Belegschaft bestmöglich für die Gestaltung von Kundenbeziehungen oder die Umsetzung gemeinsamer Projekte wahren und nutzen zu können, setzen wir gezielt auf die Bildung altersgemischter Teams. Dem natürlichen Anstieg des prozentualen Anteils der Gruppe der über 50-Jährigen in Deutschland stellen wir unser Ausbildungsprogramm an die Seite (GRI G4-LA12).

	Mitarbeiter	Verhältnis
unter 30 Jahre	39	7 %
30 bis 50 Jahre	220	41 %
über 50 Jahre	272	51 %

<sup>1</sup> Betrachtete Mitarbeiter: 531

Tabelle 5: Altersdurchschnitt Deutschland<sup>1</sup> per 31.12.2017

Auch die Inklusion schwerbehinderter Menschen ist uns ein großes Anliegen. In unseren bundesweiten Sortierzentren der **FP**-Töchter **freesort** und **IAB** beschäftigen wir viele schwerbehinderte Menschen, darunter viele Hörgeschädigte. In Zusammenarbeit mit den Gemeinden und Integrationsfachdiensten konnten wir erreichen, dass die Vorgesetzten und Kollegen geschult sind und diese besonderen Teams sich gut verständigen können. In Deutschland erfüllten wir auch 2017 über alle Gesellschaften hinweg die gesetzlichen Quoten. Weiterhin bilden wir bei der **FP**-Tochter **freesort** einen jungen Geflüchteten aus Pakistan aus und haben im Bereich Forschung & Entwicklung verschiedene Praktikumsplätze angeboten (GRI G4-LA12).

	Mitarbeiteranzahl	Verhältnis
Anteil Mitarbeiter aus Minderheiten <sup>1</sup>	97	11 %
Anteil Mitarbeiter aus Einschränkungen <sup>1</sup>	84	9 %

<sup>1</sup> Betrachtete Mitarbeiter: 902 (Deutschland, Österreich, Italien, Frankreich, USA, Kanada)

Tabelle 6: Mitarbeiter aus Minderheiten und mit Einschränkungen per 31.12.2017

## Diversität auf Führungsebene

Der Aufsichtsrat hat seine Zusammensetzung im Hinblick auf die vom Corporate Governance Kodex empfohlene Zusammensetzung des Aufsichtsrats aus männlichen und weiblichen Mitgliedern zu bedenken. Gegenwärtig befindet sich noch keine Frau im Aufsichtsrat der Gesellschaft. Im Aktiengesetz sowie im Kodex ist festgelegt, dass der Aufsichtsrat börsennotierter Gesellschaften für den Anteil von Frauen Zielgrößen definiert. Angesichts der Besetzung mit drei Aufsichtsräten wurde ein Frauenanteil von 0 % als Zielgröße festgelegt. Bei Wahlvorschlägen an die Hauptversammlung berücksichtigt der Aufsichtsrat selbstverständlich das Thema Diversity. Maßgebliche Leitlinie für den Wahlvorschlag bleibt das Unternehmensinteresse, sodass der Aufsichtsrat die am besten geeigneten Kandidatinnen bzw. Kandidaten vorschlagen wird. Weiterhin soll mindestens ein Aufsichtsratsmitglied das Kriterium der Internationalität erfüllen. Bereits heute verfügt mindestens ein Mitglied über die geforderten Eigenschaften (GRI G4-40).

In Übereinstimmung mit den Neuregelungen im Aktiengesetz und im Deutschen Corporate Governance Kodex hat der Aufsichtsrat eine Zielgröße für den Anteil von Frauen im Vorstand für den Zeitraum bis 30. Juni 2019 beschlossen. Als Zielgröße wurden 0 % festgelegt. Gleichwohl wird der Aufsichtsrat das Thema Diversity bei der Suche nach fachlich geeigneten Kandidaten für neu zu besetzende Vorstandspositionen berücksichtigen. Maßgeblich bleibt aber das Interesse des Konzerns, sodass der Aufsichtsrat die am besten geeigneten Kandidatinnen bzw. Kandidaten vorschlagen wird.

Daneben ist der Vorstand verpflichtet, eine Zielgröße für den Frauenanteil in der ersten und – soweit vorhanden – auch in der zweiten Führungsebene unterhalb des Vorstands festzulegen. Als erste Führungsebene unterhalb des Vorstands wurden vom Vorstand die Geschäftsführer der in- und ausländischen Gesellschaften sowie die Bereichsleiter im Inland bzw. ihnen gleichgestellte Stabsfunktionen im Unternehmen definiert. Über eine zweite Führungsebene unterhalb des Vorstands verfügen wir nicht. Der Vorstand hat festgelegt, dass der Frauenanteil in der ersten Führungsebene unterhalb des Vorstands mindestens 9 % betragen soll. Diese Zielgröße wird seitdem kontinuierlich erreicht bzw. überschritten (GRI G4-LA12).

## 5.6 Arbeitssicherheit und Gesundheitsmanagement (TK 22)

Die Sicherheit und die Gesundheit unserer Belegschaft sind schützenswerte Güter. Sie stellen für uns vorrangige unternehmerische Ziele dar, aus denen sich wichtige Führungsaufgaben ergeben. Geeignete Informationen und Schulungen werden gefördert. Hierdurch steigern und

Vorsorgeuntersuchungen	2013	2014	2015	2016	2017
Gesetzliche Pflichtuntersuchungen (nicht erforderlich)	entfällt	entfällt	entfällt	entfällt	entfällt
Fahr-, Steuer und Überwachungstätigkeiten <sup>1)</sup>	6	2	2	1	2
Bildschirmarbeitsplätze <sup>2)</sup>	39	16	32	72	33
Lärm <sup>3)</sup>	6	2	4	–	8
Ärztliche Beratungen (Betriebsarzt)	52	33	25	51	38
Gripeschutz-Impfungen (ergänzendes Angebot)	43	47	46	20	18
Erste-Hilfe Kurse (Ersthelfer)	23	14	25	10	–

<sup>1)</sup> nach DGUV 250-427 (G25), <sup>2)</sup> nach DGUV 250-438 (G37), <sup>3)</sup> nach DGUV 250-418 (G20)  
Standorte Birkenwerder/Berlin-Pankow, Berlin-Adlershof, Wittenberge, Achim, Langenfeld

Tabelle 7: Vorsorgeuntersuchungen im Zeitverlauf

erhalten wir das Sicherheitsbewusstsein unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei ihren Tätigkeiten. Ergänzend bieten wir unseren Mitarbeitern ausgewogene Angebote zum Gesundheitsschutz an.

Wir übernehmen im Rahmen der uns übertragenen Aufgaben und Befugnisse eine große Verantwortung dafür, die Maßnahmen des Umwelt- und Arbeitsschutzes sowie die Sicherheit und den Gesundheitsschutz aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu gewährleisten und stetig zu verbessern.

Hierbei bedienen wir uns des Arbeits- und Gesundheitschutzmanagementsystems, das an unseren deutschen Standorten nach BS OHSAS 18001 zertifiziert ist. Dieses System genügt auch schon den Anforderungen der ISO 45001:2018, nach der wir es 2018 zertifizieren lassen.

Themen- und fachspezifische Beauftragte unterstützen an den jeweiligen Standorten unsere Führungskräfte, um sicherzustellen, dass wir die Anforderungen unserer Anspruchsgruppen sowie die des Gesetzgebers zum Arbeits- und Gesundheitsschutz erfüllen. Zentrale Aufgaben haben dabei der Beauftragte für das Integrierte Managementsystem (IMB), die Fachkraft für Arbeitssicherheit (SiFa), die Fachkraft für Abfälle und Gefahrstoffe (FaAbf/Gef) sowie unsere Betriebsärzte (BetrA).

Für die Berliner Standorte und Wittenberge ist auch ein Brandschutz-Beauftragter (BrandSB) berufen. Lokal sind an unseren Standorten Sicherheits-Beauftragte (SiB) mit ergänzenden Aufgaben für die Informationssicherheit, Ersthelfer (ErstH), Evakuierungshelfer (EvaH) und Brandschutzhelfer (BrandSH) tätig. Ergänzend gibt es je nach Gefahrenbewertung der Standorte weitere Beauftragte – etwa einen Laserschutz-Beauftragten (LaserSB) am Standort Wittenberge –, die an den Brandschutz-Beauftragten oder direkt an den Vorstand berichten.

Insgesamt engagieren sich an allen 22 deutschen Standorten 27 % aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (entspricht 172 Personen) im Bereich des Arbeits-, Umwelt- und

Gesundheitsmanagements (GRI G4-LA5). Zudem unterstützen unsere Betriebsärzte (BetrA) alle Mitarbeiter mit Sprechstundenangeboten sowie mit Untersuchungsangeboten, die über die Grundbetreuung hinausgehen. Auch die Gripeschutzimpfung ist ein wichtiger Aspekt in unserem Leistungsangebot für unsere Mitarbeiter.

Besucher, Gäste und betriebsfremde Personen müssen in unsere Hausordnung unterwiesen werden, um mögliche Risiken zu minimieren. Für den Fall, dass Fremdfirmen Arbeiten in unseren Räumen durchführen, wird eine entsprechende Sicherheitseinweisung mit der Fremdfirma durchgeführt und schriftlich von beiden Parteien bestätigt. Diese Bestätigung wird archiviert. Dort ist auch geregelt, wie mit Gefahrstoffen, Arbeiten an elektrischen Anlagen und Schweißarbeiten umzugehen ist.

An allen Standorten sind insgesamt 37 Mitarbeiter im Arbeitssicherheits- und Umweltschutz-Ausschuss (AUSA) vertreten. In dessen regelmäßigen Sitzungen werden die Themen der Grundbetreuung und der betriebsspezifischen Betreuung nach DGUV, Vorschrift 2, sowie ergänzende Themen zum Umwelt- und Energiemanagement besprochen und eventuelle Maßnahmen mit dem Arbeitgebervertreter abgestimmt. Termine für die Angebotsuntersuchungen werden jährlich abgestimmt und alle Mitarbeiter informiert.

Zudem legen wir besonderen Wert auf die Analyse des Unfallgeschehens im Betrieb und auf die Beratung über Maßnahmen und Einrichtungen, um Unfall- und Gesundheitsgefahren zu begegnen und den gemeinsamen Erfahrungsaustausch zu umgesetzten Maßnahmen und die Erarbeitung eines Arbeitsschutz- oder Aktionsprogramms zu fördern.

Arbeitsplätze werden nach ergonomischen Gesichtspunkten geplant und eingerichtet. Wie setzen zunehmend auch höhenverstellbare Schreibtische in unseren Büros ein, um unseren Mitarbeitern eine wechselnde Arbeitshaltung zu ermöglichen.

Arbeits- und Wegeunfälle	2013	2014	2015	2016	2017
Summe im Jahr	9	0	7	5	2
meldepflichtige Arbeitsunfälle (AU)	4	0	6	2	1
meldepflichtige Wegeunfälle (WU)	5	0	1	3	1

Tabelle 8: Arbeits- und Wegeunfälle im Vergleich

An den Standorten in Berlin, Wittenberge, Achim und Langenfeld gab es im Jahr 2017 einen meldepflichtigen Arbeitsunfall und einen meldepflichtigen Wegeunfall (GRI G4-LA6).

Im Rahmen der Gesundheitsförderung bieten wir beispielsweise in Berlin regelmäßige Massageterminale an, stellen an vereinzelt Standorten Obstkörbe und Getränke zur Verfügung und bieten diverse Möglichkeiten zur sportlichen Betätigung an. In Zusammenarbeit mit den Krankenkassen planen wir weitere Angebote für unsere Mitarbeiter.

Um auf Notfallsituationen geeignet reagieren zu können, werden vorbeugend regelmäßig an allen Standorten Notfallübungen durchgeführt. Die Terminierungen erfolgen im Arbeitssicherheits- und Umweltschutz-Ausschuss (AUSA) und werden für Notfallübungen von der Fachkraft für Arbeitssicherheit und bei Evakuierungsübungen vom Brandschutz-Beauftragten entsprechend vorbereitet und begleitend durchgeführt. Alle Notfallübungen werden gemäß den standortbezogenen Brandschutzordnungen durchgeführt. Nach jeder Übung wertet das begleitende Team die Ergebnisse in einer Gefährdungsbeurteilung aus, wobei aus möglichen Feststellungen Maßnahmen zu Verbesserungen abgeleitet werden.

2018 wird eine Strategie zum Betrieblichen Gesundheitsmanagement erarbeitet (GRI G4-LA8).

## 5.7 Vereinbarkeit von Beruf und Familie (TK 23)

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind Experten, die sich ihrer Verantwortung bewusst sind, und darum zählt das Arbeitsergebnis. In allen Bereichen, in denen es die Aufgaben zulassen, haben die Mitarbeiter auch die Flexibilität, Aufgaben in Mobilarbeit zu erledigen.

An den deutschen Standorten (ausgenommen die **FP Produktionsgesellschaft**) können insgesamt 60 % unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ihre Arbeitszeiten flexibel gestalten. Insgesamt haben wir für 191 Mitarbeiter an den deutschen Standorten (ausgenommen die **FP Produktionsgesellschaft**) die Möglichkeit eines flexiblen Arbeitsorts, um Aufgaben auch außerhalb der regelmäßigen Arbeitsstätte erledigen zu können.

Auch das ehrenamtliche Engagement unserer Mitarbeiter ermöglichen und fördern wir durch unkomplizierte Freistellung – bezahlt oder unbezahlt. Die Möglichkeit, auch in Teilzeit an der Umsetzung unserer strategischen Ziele mitzuwirken, wird von unseren Mitarbeitern vielfältig genutzt (GRI G4-10). Betriebliche Leistungen, die nur Vollzeitbeschäftigten gewährt werden, nicht aber Mitarbeitern mit Befristung oder in Teilzeit, gibt es nicht (GRI G4-LA2).

	Mitarbeiter	Verhältnis
unbefristet	460	87 %
befristet	55	10 %
Ausbildungsvertrag	9	2 %
Werkstudenten	7	1 %

<sup>1</sup> betrachtete Mitarbeiter: 531

Tabelle 9: Beschäftigungsart der Mitarbeiter in Deutschland<sup>1</sup>

Unsere jungen Eltern kehren auch nach Inanspruchnahme der Elternzeit an ihren Arbeitsplatz zurück, was den Erfolg der Bemühungen bestätigt (GRI G4-LA3). Auch finanziell beteiligt sich **FP** in verschiedener Form, wie etwa durch Zuschüsse für Kinderbetreuungskosten, bezahlte Freistellung für die Betreuung erkrankter Kinder oder Zusatzurlaub für familiäre Ereignisse.

Für die Zeit nach dem Ausscheiden aus dem Erwerbsleben beteiligen wir uns an der Absicherung unserer Mitarbeiter. Für die private Altersvorsorge zahlen wir Zuschüsse und über regelmäßige Mitarbeiterveranstaltungen erhöhen wir das Bewusstsein für die Bedeutung des Themas (GRI G4-EC3).

## 6. Energie- und Umweltmanagement und der Schutz von Ressourcen

Die Umwelt zu schützen und mit unseren Energiequellen ressourcenschonend umzugehen, gehört zu unseren Grundsätzen. Dazu zählt auch, dass wir unsere flexible Produktion ausschließlich in Deutschland durchführen und weit überwiegend Lieferanten in Deutschland und Europa nutzen. Wie wirksam diese internen Grundsätze umgesetzt werden, wird regelmäßig kontrolliert. **FP** sorgt permanent dafür, Abfälle und Emissionen zu minimieren und wenn möglich zu vermeiden. Neben dem Bestreben, unsere Umwelt zu schützen, sorgen wir für Sicherheit und Gesundheit unserer Mitarbeiter am Arbeitsplatz. Umwelt-, Arbeits- und Gesundheitsschutz sind wichtige Führungsaufgaben und gehören zur Unternehmenspolitik und -strategie.

## 6.1 Umwelt- und Energiemanagement im täglichen Unternehmensablauf (TK 24)

Seit 2010 erscheint jährlich ein Umweltschutz- und Arbeitssicherheitsbericht, der im Jahr 2015 um das Thema Energiemanagement erweitert wurde und ergänzend in den Nachhaltigkeitsbericht integriert wird.

Bei jedem Produkt, das neu konzipiert wird, und bei jedem Verfahren, das neu eingesetzt wird, prüfen wir die Umweltverträglichkeit und den effizienten Energieeinsatz und erschließen Möglichkeiten, beides weiter zu verbessern. Engagierte und überzeugte Mitarbeiter sind eine zentrale Voraussetzung für den Erfolg dieser Strategie.

Wir schulen unsere Mitarbeiter, um ihr Umwelt- und Sicherheitsbewusstsein zu schärfen und sie zu entsprechendem Arbeiten und Handeln zu verpflichten. Wir wollen über die Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben hinaus kontinuierliche Verbesserungen realisieren. Deshalb führen wir mit Mitarbeitern, Behörden, Kunden und Lieferanten sowie der Öffentlichkeit einen offenen und vertrauensvollen Dialog in allen Fragen des Energie- und Umweltmanagements sowie zum Schutz unserer Ressourcen.

### Unser Energie- und Umweltmanagementsystem

Die Normreihen ISO 14001, ISO 50001 und ISO 45001 bieten den Rahmen, um ein integriertes Umwelt-, Energie- und Arbeitsschutzmanagement einzuführen und damit Wege in Richtung Eigenverantwortung und Selbstverpflichtung zu beschreiten. In diesem Sinne sind bei **FP** die Themen des Arbeits- und Gesundheitsschutzes mit den Themen des Umweltschutzes direkt verbunden, was auch Vorteile für das Nachhaltigkeits-, Reporting-, Risiko- und Prozessmanagement mit sich bringt.

### Umwelt- und Energiemanagementsystem ISO 14001 und ISO 50001

Wie bereits im Kapitel Qualitätsmanagementsystem beschrieben, beruhen alle Normanforderungen auf der »Plan Do Check Act«-Methode (Planen, Ausführen, Überprüfen, Verbessern).

Wir verpflichten uns zu einem verantwortungsvollen Energiemanagement. Wo immer es auch kosteneffizient ist, setzen wir Energieeffizienzmaßnahmen an unseren Standorten um. Wir managen unseren Energieverbrauch, um die Wirtschaftlichkeit, die Produktivität und die Arbeitsbedingungen zu verbessern, die Umwelt zu schützen und die Verfügbarkeit fossiler Energieträger für nützliche Zwecke zu verlängern. In diesem Zusammenhang implementieren wir kontinuierliche Verbesserungen im Energiemanagement.

Hierzu haben wir unser Umwelt- und Energiemanagementsystem im Bereich des Energiemanagements bereits den Zertifizierungsanforderungen der ISO 50003:2016 (beispielsweise Benennung des energiewirksamen Personals) angepasst. Zur Unterstützung der risikogestützten Denkweise werden auch Ansätze aus der ISO 31000 (Risikomanagement) genutzt und umgesetzt.

Um den Anforderungen des Umweltschutzes und des Energiemanagements gerecht zu werden, wurde der gesetzlich geforderte ASA (Arbeitssicherheitsausschuss) frühzeitig in einen Arbeitssicherheits- und Umweltschutz-Ausschuss (AUSA) überführt. Neben den Themen des Arbeits- und Gesundheitsschutzes werden dort Themen zum Umwelt- und Energiemanagement (Compliance, Abfälle, Gefahrstoffe, Energien, Ressourcen etc.) beurteilt sowie Maßnahmen zur Verbesserung definiert. Im Detail gehören dazu:

- Energiemanagement, Energieeinsparungen und Energieversorgung am jeweiligen Standort
- Erwirtschaftung, Einsparung, Auswahl und Transport von Rohstoffen, Wasserbewirtschaftung und -einsparung
- Vermeidung, Recycling, Wiederverwendung, Transport und Endlagerung von Abfällen
- Bewertung, Kontrolle und Verringerung der Lärmbelastung innerhalb und außerhalb des Standorts
- Umweltrelevante Änderungen bestehender Produktionsverfahren sowie von Verpackung, Transport, Verwendung und Endlagerung
- Betrieblicher Umweltschutz
- Umweltschutz-Praktiken bei Auftragnehmern und Lieferanten
- Aktuelle Rechtssituation, neue gesetzliche oder auch interne Anforderungen und gegebenenfalls Rückmeldungen interessierter Parteien, Verbesserungen, Korrekturen

Bußgelder oder Strafen für die Nichteinhaltung von Umweltgesetzen und -vorschriften wurden nicht verhängt (GRI G4-EN29). Weiterhin gab es in dem Berichtsjahr keinerlei Beschwerden hinsichtlich ökologischer Aspekte, die in einem Beschwerdeverfahren eingereicht, bearbeitet oder hätten gelöst werden müssen (GRI G4-EN34).

## 6.2 Ressourceneffizienz und Ressourcenschutz (TK 25)

Abgeleitet aus den strategischen Zielen und dem Dialog mit unseren Stakeholdern haben wir im Jahr 2017 die operativen Ziele des Integrierten Managementsystems überarbeitet und neu definiert. Das Energiemanagement aller unserer deutschen Standorte wurde erfolgreich zertifiziert. In diesem Zusammenhang wurde der Zertifizierungsbereich für den Standort Langenfeld um das

Umwelt- und Arbeitsschutzmanagementsystem erweitert. Die Effizienz der Strom- und Wärmeverbräuche an den deutschen Standorten konnten wir gegenüber dem Vorjahresniveau weiter verbessern.

Folgende Maßnahmen wurden hierzu erfolgreich umgesetzt:

- Effizienz der Strom- und Wärmeverbräuche der deutschen Standorte oberhalb der energetischen Basis halten und ihre Effizienz steigern
- Kosten unserer Abfallmengen an den fünf deutschen Kernstandorten (Berlin-Pankow, Berlin-Adlershof, Wittenberge, Achim, Langenfeld) nachhaltig unter 60.000 Euro halten (2017: 56.232,31 Euro)
- Effizienz des Wasserverbrauchs an den Standorten oberhalb der energetischen Basis halten
- Emissionsverbrauch der **FP**-Autoflotte unter 72.500 kg CO<sub>2</sub> p.m. (2017: 66.974 kg CO<sub>2</sub> p.m.) halten
- Gefährdungsbeurteilungen und Betriebsanweisungen im Rahmen der GHS-VO am Standort Langenfeld aktualisieren
- DGUV-V3-Prüfungen für alle Geräte aktualisieren bzw. erneuern
- Aktualisierung der energetischen Ausgangsbasis bei Veränderungen

Zudem haben wir im Jahr 2017 folgende Maßnahmen weitergeführt, eingeleitet und umgesetzt:

- Pflege unserer Gefahrstoff-, Abfall-, Energie- und Rechtsquellenkataster
- Stetige Überprüfung der integrierten Systemaspekte
- Prozess- und Richtlinienergänzungen im Mitarbeiter-Handbuch
- Informationen und Schulungen
- Aktualisierung der Gefährdungsbeurteilungen an allen Standorten
- Regelmäßige Betriebsbegehungen an unseren Standorten Berlin-Pankow, Berlin-Adlershof, Langenfeld, Wittenberge und Achim mit Schwerpunkten zur Arbeitssicherheit
- Messungen und Detailanalysen zum Energieverbrauch an den deutschen Standorten

### **Aufwendungen für den Umweltschutz**

Im Jahr 2017 fielen an den deutschen Standorten für unsere Managementsysteme Umwelt und Energie Investitionskosten in Höhe von ca. 50.000 Euro an (die Investitionen beinhalten Umbau-, Umrüstungs- und Sanierungskosten). Neben Personalkosten wurden für ergänzende Projekte und Zertifizierungen knapp 150.000 Euro investiert. Die Entsorgungskosten beliefen sich auf knapp 60.000 Euro an allen deutschen Standorten (GRI G4-EN31).

### **Energie- und Verbrauchsdaten**

Grundsätzlich nutzen wir an den deutschen Standorten als Energiequellen die Ressourcen Strom, Wärme (Heizöl, Erdgas, Fernwärme, Diesel) und Wasser. Die Daten werden quartalsweise im zentralen Energiekataster erfasst und analysiert, um die beobachteten Trends dafür zu nutzen, zukünftig weitere Einsparungen zu erzielen und unsere ökologischen Ressourcen umweltschonender einzusetzen. Basis unserer Berechnungen war eine energetische Ausgangsbasis des Jahres 2015 für alle 22 deutschen Standorte. Unsere energetische Ausgangsbasis wird jährlich überprüft und nach definierten Kriterien für jeden Standort angepasst. Da wir auch eine größere Autoflotte betreiben, werden die Dieserverbräuche von den Wärmeverbräuchen getrennt betrachtet. Unsere jährlich überprüfte energetische Ausgangsbasis bildet gleichzeitig die Kennzahl des jeweiligen Standorts für das laufende Jahr.

An allen deutschen Standorten wurden im Jahr 2017 insgesamt 1.317 MWh Strom, 2.516 MWh Wärme (Heizöl, Erdgas, Fernwärme) und 2.578 MWh Diesel verbraucht. Der Gesamtenergieverbrauch für alle 22 Standorte (ohne Autoflotte) lag bei insgesamt 3.833 MWh (GRI G4-EN3). Der gesamte Erfassungsumfang bezieht sich zurzeit auf die deutschen Standorte, die ausländischen Gesellschaften werden noch nicht erfasst.

Kernziel unserer Energiepolitik ist es, die Effizienz der Energieverbräuche stetig zu steigern. Die absoluten Verbrauchswerte sind also nicht unbedeutend, müssen aber um die Betrachtung der Dynamik der Unternehmensentwicklung (neue bzw. erweiterte Standorte, neue Mitarbeiter, veränderte Rahmenbedingungen etc.) ergänzt werden.

Für jeden deutschen Standort werden jährlich eigene Energiekennzahlen (EnPI's für Strom und Wärme) im Verhältnis Nutzen/Aufwand geplant und überwacht. Der Nutzen wird in Gebäuden mit Bürotätigkeiten überwiegend anhand der Nutzungszeiten der Mitarbeiter errechnet, in Produktionen legen wir das Produktionsvolumen zugrunde. Welche Messgrößen dabei jeweils genutzt werden, wurde für jeden Standort durch geeignete Korrelationen ermittelt. Der Wärmeverbrauch pro Fläche wird daneben auch mit den energetischen Gebäudevorgaben (Energieausweise) verglichen und optimiert. Da uns noch nicht alle Energieausweise der Vermieter vorlagen, konnten wir im Jahr 2017 nur den spezifischen Wärmeverbrauch pro Fläche ins Verhältnis zu standardisierten Gebäudevorgaben setzen.

Im Rahmen der Erstanalysen des Stromverbrauchs zeigte sich, dass ca. 26 % des Verbrauchs durch unsere bislang genutzten Beleuchtungsträger verursacht wurden. Server (mit 20 %), Produktionsgeräte (mit 17 %) und Rechnerarbeitsplätze (mit 11 %) folgten noch vor Kompressoren und Klimageräten. Daher wurde im Jahr 2017 beschlossen, die

Beleuchtung an den Standorten schrittweise auf LED-Beleuchtung umzustellen.

Am Produktionsstandort der IAB haben wir schon 2016 in die Umstellung von 200 Beleuchtungsträgern rund 15.000 Euro investiert. 2017 konnte dadurch der Stromverbrauch der Beleuchtungsträger gegenüber dem Vorjahr um über 60 % gesenkt werden. Die Investition floss zu knapp 50 % zurück. Nicht unerheblich ist auch die dadurch erzielte Reduzierung der CO<sub>2</sub>-Emissionen um ca. 17.000 kg CO<sub>2</sub> p.a. In der Unternehmenszentrale in Berlin-Pankow investierten wir rund 2.500 Euro in die Umstellung auf LED. Dadurch konnte der Stromverbrauch der Flurbeleuchtung um über 60 % gesenkt werden und die Investition ist bereits vollständig im Jahr 2017 zurückgeflossen. Die CO<sub>2</sub>-Emissionen konnten dort um 5.000 kg CO<sub>2</sub> p.a. gesenkt werden.

Bereits durch diese und weitere kleinere Maßnahmen ist es gelungen, den Stromverbrauch an den deutschen Standorten um rund 40.000 kWh zu senken. Die für 2018 und die kommenden Jahre noch geplante LED-Umrüstung wird zu einer Ersparnis von rund 130.000 kWh und damit zu einer Verbesserung der Klimabilanz um rund 120.000 kg CO<sub>2</sub> p.a. führen (GRI G4-EN19). Die hierzu noch zu investierenden 70.000 Euro haben einen ROI von 40 % und amortisieren sich also bereits nach 2,5 Jahren (GRI G4-EN6).

Diese Investitionen führen auch zu einer Verschiebung in der Verteilung des Stromverbrauchs. Der Anteil der Beleuchtung am Strommix sank beträchtlich. In der Produktion der IAB in Berlin-Adlershof ist der Anteil der Verbrauchergruppe »Beleuchtung Halle« von 22,8 % auf 10,8 % gesunken, was erheblich zur Steigerung der Energieeffizienz beiträgt. Die Druckleistung (in Stück und pro verbrauchte Kilowattstunde) verbesserte sich bei der IAB von 395 Stück/kWh im Jahr 2016 auf 428 Stück/kWh im Jahr 2017 (entspricht 8 %).

Im Wärmebereich haben wir in der Produktion von Frankiersystemen am Standort Wittenberge die Schaltzyklen der Erdgasversorgung optimiert. Dadurch konnte die Effizienz (Nutzen dividiert durch den Verbrauch) von 149 /W auf 168 /W erhöht werden (entspricht 13 %) (GRI G4-EN5).

### CO<sub>2</sub>-Emissionen

Unsere Transporter in Deutschland beförderten 2017 über 196 Millionen Briefsendungen, unsere Pkws waren 186.818 Nutzungsstunden im Einsatz. Für die Fahrzeugflotte des Unternehmens wird ein eigenes CO<sub>2</sub>-Flottenkataster (getrennt nach Pkws und Transportern) gepflegt. Werden neue Leasing-Fahrzeuge (oder im Austausch für bisherige Modelle) bestellt, dann müssen sie grundsätzlich einen geringeren Energieverbrauch vorweisen. Liegen die Zielgrößen für die gesamte Fahrzeugflotte noch vor

wenigen Jahren bei 80.000 kg CO<sub>2</sub> pro Monat, so konnten sie im Jahr 2017 bereits auf 72.500 kg CO<sub>2</sub> pro Monat reduziert werden. Die erreichten Mittelwerte lagen 2017 unter der Zielgröße bei 66.974 kg CO<sub>2</sub> pro Monat. Im Gesamtjahr 2017 fielen 803.688 kg CO<sub>2</sub> für durchschnittlich 137 Fahrzeuge (109 Pkws und 28 Transporter) an.

Bei der Nutzung von insgesamt 2.516 MWh Wärme (Heizöl, Erdgas, Fernwärme) sind 2.214 t CO<sub>2</sub> entstanden, die unter den Scope 1 (»direkte Emissionen«) fallen, der die direkten Emissionen aus stationären sowie mobilen Energiequellen bezeichnet. Somit ergibt sich aus der Nutzung von Wärme und dem CO<sub>2</sub>-Flottenkataster (804 t CO<sub>2</sub>) ein Gesamtwert von 3.018 t CO<sub>2</sub> (GRI G4-EN15).

Bei der Nutzung von 1.317 MWh Strom (Scope 2, »indirekte Emissionen«) fielen insgesamt 790 Tonnen CO<sub>2</sub> an; hierbei werden nur die Emissionen aus der Erzeugung von Strom betrachtet (GRI G4-EN16).

CO<sub>2</sub>-Emissionen, die in der nachgelagerten Wertschöpfungskette entstehen und in einem indirekten Zusammenhang mit unserer Unternehmensaktivität stehen, lassen sich derzeit nicht im Detail ableiten (GRI G4-EN17). Über ozonabbauende Stoffe sowie Stick- und Schwefeloxide kann nicht berichtet werden (GRI G4-EN20, GRI 4-EN21).

Insgesamt verursachen wir durch die Nutzung von Wärme und Strom sowie durch unseren Fuhrpark 3.808 t CO<sub>2</sub>, dies entspricht 18,46 t CO<sub>2</sub> pro Million Euro Umsatz oder 0,28 t CO<sub>2</sub> pro Mitarbeiter im Jahr (GRI G4-EN18).

Bei der Errechnung der CO<sub>2</sub>-Emissionen bedienen wir uns der Empfehlungen des Umweltbundesamtes und runden zudem die angegebene Gramm-Anzahl auf ([www.umweltbundesamt.de](http://www.umweltbundesamt.de)).

### Abfallbilanz und Abfallarten

Wir gehen nachhaltig und verantwortungsvoll mit dem Thema Abfall um – oberste Grundsätze sind daher:

- Vermeidung
- Vorbereitung zur Wiederverwertung
- Recycling
- Sonstige Verwertung, insbesondere energetische Verwertung und Verfüllung
- Sachgemäße Beseitigung

Wir wollen die natürlichen Ressourcen schonen und den Schutz von Mensch und Umwelt bei der Erzeugung und Bewirtschaftung von Abfällen sicherstellen. Abfälle werden daher getrennt gehalten und behandelt, um sie in die Kreislaufwirtschaft zurückführen zu können.

Für unsere Abfälle erstellen wir jährlich Mengenbilanzvergleiche mit Abfallbilanzen und ermitteln die Verhältnisse der Abfallarten. Relevant ist hierbei die Reduzierung

des Abfalls gefährlicher Stoffe, der im Jahr 2017 einen Anteil von nur noch 0,11 % hatte. Im Jahr 2017 konnten wir die vorhandenen Kostensteigerungen bei den Abfällen wieder unter dem Zielwert von 60.000 Euro halten (56.232,31 Euro im Jahr 2016). An unseren deutschen Standorten fielen 265,2 t (davon 0,3 t gefährliche) Abfälle an (GRI G4-EN1). Der Anteil der gefährlichen Abfälle konnte im Vergleich zum Vorjahr um 0,1 t gesenkt werden (GRI G4-EN23).

## Wasser

Wasser spielt in unserem Produktionsablauf keine wesentliche Rolle. An den deutschen Standorten wird Frischwasser genutzt (GRI G4-EN8). Eine Beeinträchtigung der verwendeten Wasserquellen liegt nicht vor (GRI G4-EN9). Eine Rückführung über Produktionskreisläufe oder gesonderte Systeme findet daher nicht statt (GRI G4-EN10). Eine Wiederaufbereitung ermöglichen wir durch die reguläre Abwasserentsorgung.

Der Wasserverbrauch an den Standorten Achim (287 m<sup>3</sup>), Langenfeld und den weiteren fünf Konsolidierungszentren (1.158 m<sup>3</sup>), Wittenberge (651 m<sup>3</sup>) und Adlershof (360 m<sup>3</sup>) sowie am Hauptstandort in Berlin (1.665 m<sup>3</sup>) liegt bei insgesamt 4.121 m<sup>3</sup>. Gemessen an den Nutzungsstunden beträgt der Wasserverbrauch 4,66 Liter pro Nutzungsstunde. Ziel soll es sein, den Wasserverbrauch weiterhin so gering zu halten.

Nur zu einem geringen Anteil arbeiten wir mit wassergefährdenden Stoffen der Gefährdungsklassen 2 und 3 (beispielsweise vereinzelte Kleber und Reinigungsmittel in Kleinstmengen). Unsere eingesetzten Tinten entsprechen nur der Wassergefährdungsklasse 1.

Im Hinblick auf wassergefährdende Stoffe wird ein besonderer Fokus auf die entsprechende Kennzeichnung gelegt. Diese Stoffe werden grundsätzlich in besonderen Behältnissen gelagert. Besondere Vorkehrungen verhindern, dass sie in das Abwasser gelangen können, und Abfüllplätze sind so beschaffen, dass diese Stoffe nicht in das Abwasser gelangen. Alle Zuleitungen, Rohre oder Behälter sind dicht und tropfsicher, entsprechende Bindemittel stehen jederzeit bereit und die Entsorgung erfolgt ausnahmslos über die jeweiligen Abfallschlüssel und entspricht den gesetzlichen Anforderungen.

WGK <sup>1)</sup>	0	1	2	3	Gesamt
Anzahl Stoffe <sup>2)</sup>	12	80	28	1	121

<sup>1)</sup> WGK = Wassergefährdungsklasse nach WHG (Wasserhaushaltsgesetz),

<sup>2)</sup> zentrales Gefahrstoffverzeichnis

Tabelle 10: Übersicht der wassergefährdenden Stoffe

In unserem Gefahrstoffverzeichnis werden alle verwendeten Stoffe nach Wassergefährdungsklassen eingeteilt. Nach dem aktuellen Wasserhaushaltsgesetz (§ 62 Abs. 4

S. 1 WHG) werden potenziell wassergefährdende Stoffe nur noch in drei Klassen unterschieden. Stoffe, die keiner Wassergefährdung unterliegen, ordnen wir der Klasse 0 zu.

## Gefahrstoffe

An unseren Standorten werden zurzeit 134 Gefahrstoffe (davon 86 ohne Gefährlichkeitsmerkmale, entspricht 64 %) genutzt, wovon sechs Gefahrstoffe an zwei oder allen Standorten im Einsatz sind. Im Vergleich zum Vorjahr werden weitere 28 Gefahrstoffe mit Gefährlichkeitsmerkmalen nicht mehr verwendet.

Lagerort	ohne Gefährlichkeitsmerkmale	mit Gefährlichkeitsmerkmalen
Standort Berlin-Pankow	45	13
Standort Berlin-Adlershof	14	12
Standort Wittenberge	15	11
Standort Achim	9	11
Standort Langenfeld	3	1
nicht mehr verwendet	0	28
Summen Jahresende	86	48

Tabelle 11: Übersicht der Gefahrstoffe

Der größte Anteil der genutzten Stoffe (58 Stoffe) wird am Standort Berlin-Pankow nur in Kleinstmengen gelagert bzw. in der Entwicklung genutzt. An den produzierenden Standorten Berlin-Adlershof und Wittenberge werden jeweils 26 Stoffe genutzt.

Gelistet wurden alle Stoffe, für die Sicherheitsdatenblätter erforderlich sind. Hierzu zählen beispielsweise auch unsere Tinten, da diese zwar der Wassergefährdungsklasse 1 unterliegen, aber keine Gefahren- (GHS H) oder Sicherheitshinweise (GHS P) benötigen. Kontaktsprays, Caramba oder Raster Clean sind Stoffe, für die es entsprechende zu beachtende Gefahren- und Sicherheitshinweise gibt – auch wenn sie nur in Kleinstmengen zum Einsatz kommen.

Bevor ein potenzieller Gefahrstoff bei uns zur Anwendung kommt oder eine weitere Verwendung findet, werden zuvor alle davon ausgehenden Gefährdungen für die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeiter und unserer Kunden sowie die Umweltauswirkungen unter bestimmten Gesichtspunkten beurteilt und geprüft (GRI G4-EN24).

## 7. Gesellschaftliches und soziales Engagement (TK 26 und TK 27)

Management und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der **FP** sind sich ihrer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst und handeln in diesem Sinne.

Unter anderem unterstützen wir Mitmenschen mit Beeinträchtigungen. Die **FP**-Tochter **freesort** achtet seit ihrer Gründung auf Barrierefreiheit und Behindertenfreundlichkeit. Das Unternehmen beschäftigt zahlreiche Taubstumme und Gehörlose und wurde dafür wiederholt ausgezeichnet. Auch die **FP Produktionsgesellschaft** im brandenburgischen Wittenberge ist für Mitmenschen mit Beeinträchtigungen aktiv. Das Unternehmen unterstützt insbesondere die Lebenshilfe Prignitz e. V. Der Verein setzt sich in der Region Wittenberge für Menschen mit Behinderungen und deren Familien ein.

### Lokal und Regional

Auch unsere ausländischen Tochtergesellschaften engagieren sich über die betrieblichen Grenzen hinaus. Die englische Tochtergesellschaft spendet regelmäßig für karitative Zwecke. Jedes Quartal bestimmen unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter selbst, welche Projekte oder Vereinigungen gefördert werden. Unter anderem unterstützten die englischen Kolleginnen und Kollegen vor Kurzem die gemeinnützige Organisation CancerHasNoColours und mit einem Kostümwettbewerb an Halloween bei dem für an Parkinson erkrankte Menschen gesammelt werden konnte.

In den USA unterstützen wir seit mehreren Jahren die National Breast Cancer Foundation (NBCF). Die NBCF konzentriert sich auf Aufklärung und Vorsorgeuntersuchungen zum Thema Brustkrebs.

Auch in Italien engagieren wir uns im Kampf gegen den Krebs und haben eine Partnerschaft mit der »Lega Italiana Lotta ai Tumori« (LILT, Italian Association Against Cancer) geschlossen. Für jede verkaufte LILT-PostBase spendet **FP** eine bestimmte Summe an die LILT.

In Österreich haben sich einige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für das Bundesinstitut für Gehörlosenbildung engagiert, um dort hörbeeinträchtigten, gehörlosen und hörenden Schülern eines Schulzentrums neues Bastelmaterial zur Verfügung zu stellen.

Die schwedische Tochtergesellschaft unterstützt den Verein »Ärzte ohne Grenzen«. So können Kunden festlegen, dass ein Teil der Mietkosten für Frankiersysteme dieser Organisation gespendet wird.

Die Tochtergesellschaft in den Niederlanden spendet der internationalen Kinderhilfsorganisation »Plan« Geldbeträge. Zudem unterstützt sie in Zusammenarbeit mit der niederländischen Post ein Windkraftprojekt in Indien. Hierbei werden die durch das anfallende Briefvolumen entstehenden CO<sub>2</sub>-Emissionen kompensiert (GRI G4-SO<sub>1</sub>, G4-SO<sub>2</sub>).

### Helfen ist einfach!

Im Jahr 2017 starteten wir weltweit eine besondere Aktion: Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter waren aufgefordert, an der Gestaltung unserer **One FP** Christmas Card teilzunehmen. (GRI G4-SO<sub>1</sub>, GRI G4-SO<sub>2</sub>).

Insgesamt 31 kreative Köpfe aus Frankreich, Österreich, den USA und Deutschland reichten 24 verschiedene Vorschläge ein. Unser Gewinner Max Schultz hat sich entschlossen, den gewonnenen Geldbetrag in Höhe von 500,00 Euro nicht für sich selbst in Anspruch zu nehmen, sondern komplett der Berliner Obdachlosenhilfe e. V. zu spenden.

### Impulsgeber für gesellschaftliche Gespräche

Mit ACT treiben wir die Transformation von **FP** voran. Diese Transformation hat interne und externe Dimensionen. Hierbei bedienen wir uns agiler Innovations- und Arbeitsmethoden, die zugleich Impulse für gesellschaftliche Gespräche im Bereich der digitalen Transformation setzen.



Abbildung 5: Die PostBase Pink Special Edition zu Gunsten der National Breast Cancer Foundation



Abbildung 6: Der Halloween Kostümwettbewerb der Organisation Parkinson's UK



Abbildung 7: Helfen ist einfach!



Abbildung 8: Mitglieder des Projektes »Internationalisierungsstrategie für FP Sign«

## Heute schon an morgen denken – Zukunft gestalten. Unsere Kooperationen mit wissenschaftlichen Einrichtungen

Hier arbeiten zwei Bereiche miteinander: Forschung & Entwicklung sowie das Business Development. Hauptaufgabe des Bereichs Business Development ist das Validieren neuer Ideen mit Blick auf die Bedürfnisse unserer Kunden, um neue Umsatzpotenziale in den digitalen Märkten zu erschließen. Dabei sind Markt- und Wettbewerbsanalysen sowie das Trendreporting von großer Bedeutung.

Als Beispiel seien hier einige der Hochschulprojekte genannt, mit denen wir den Transfer zwischen Wissenschaft und Unternehmen fördern. Bei allen Hochschulprojekten steht neben der inhaltlichen Ausrichtung auch die Nachwuchsförderung im Fokus.

Mit der Hochschule Pforzheim gab es bereits zwei Projekte, die zugleich Impulse für weitere gesellschaftliche Gespräche geben.

Im ersten Projekt ging es um die Digitalisierung des Posteingangs bei kleinen und mittleren Unternehmen. Im Rahmen des Projekts wurden mit Design-Thinking-Ansätzen Kundenanforderungen ermittelt und Lösungsansätze bis hin zu einem Prototyp (Minimum Viable Product) entwickelt. Dadurch konnten wir mögliche Lösungsansätze und Geschäftsmodelle evaluieren. Eine der beteiligten Studentinnen hat in der Folge begonnen, ihre Masterarbeit zum Thema **FP Sign** und digitale Archivierung zu schreiben, und unterstützt uns weiterhin als Werkstudentin.

In dem zweiten Projekt mit der Hochschule Pforzheim haben drei Studenten des Masterstudiengangs »International Management« eine Analyse zum Thema »Internationalisierungsstrategie für **FP Sign**« erarbeitet. Sie erhielten so die Möglichkeit, ihr neu erworbenes Wissen direkt anzuwenden und in der Praxis zu erproben. Prof. Frauke Sander, die das Projekt wissenschaftlich betreute, bestätigte: »Dank des Fokus auf Digitalisierung, innovative Lösungen und spannende Märkte ist die Zusammenarbeit mit **FP** eine echte Bereicherung für unsere Hochschule.«

Mit der Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin wurde bei einem Projekt im Rahmen des Masterstudiengangs »International Strategic Management« die Internationalisierung ausgewählter digitaler Lösungen der **FP**-Gruppe untersucht. Dabei wurden neben einer Markt- und Wettbewerbsanalyse auch Markteintrittsoptionen und Vertriebsstrategien analysiert.

An einer Studie des Alexander von Humboldt Instituts für Internet und Gesellschaft in Kooperation mit Spielfeld Digital Hubs hat sich unser Business Development Team aktiv beteiligt: Untersucht wurden Möglichkeiten für Kooperationen zwischen Start-ups und etablierten Unternehmen.

## Impressum und Anhang

Francotyp-Postalia Holding AG  
Investor Relations  
Prenzlauer Promenade 28  
13089 Berlin  
Deutschland

Ansprechpartner: Dr. Joachim Fleing  
Telefon: +49 (0)30 220 660 410  
Telefax: +49 (0)30 220 660 425  
E-Mail: [nachhaltigkeit@francotyp.com](mailto:nachhaltigkeit@francotyp.com)  
Internet: [www.fp-francotyp.com](http://www.fp-francotyp.com)

Vorsitzender des Aufsichtsrats: Klaus Röhrig  
Vorstand: Rüdiger Andreas Günther (Vorsitzender),  
Thomas Grethe, Sven Meise  
Sitz der Gesellschaft: Berlin  
Registergericht: AG Charlottenburg, HRB 169096 B  
USt.-IdNr. DE 247883577

Gestaltung: Groothuis. Gesellschaft der Ideen und  
Passionen, Hamburg; [www.groothuis.de](http://www.groothuis.de)

Dem Bericht ist der Nachhaltigkeitsindex der  
Francotyp-Postalia Holding AG beigelegt (GRI G4-32).

Er steht als separates Dokument unter  
[www.fp-francotyp.com/nachhaltigkeitsbericht](http://www.fp-francotyp.com/nachhaltigkeitsbericht)  
zum Download bereit.

**»Man kann nicht in die Zukunft  
schauen, aber man kann  
den Grund für etwas Zukünf-  
tiges legen, denn Zukunft  
kann man bauen.«**

**Antoine de Saint-Exupéry**