

Transformation heißt Verantwortung.

Willkommen
im dritten Nachhaltigkeitsbericht

der Francotyp-Postalia
Holding AG,
zum 31. Dezember 2019

Inhalt

1.	Einleitung	4	2.	ACT TO GROW	22	3.	ACT TO ACCOMPANY	32	4.	ACT TOGETHER	66
1.1	Nachhaltigkeit und Transformation – Hand in Hand	5	2.1	Nachhaltiges Wachstum im sicheren Mail-Business und in sicheren digitalen Kommunikationsprozessen	22	3.1	Forschung, Entwicklung, Innovation	33	4.1	Stärkung nachhaltiger Unternehmensführung und nachhaltiger Unternehmenskultur	66
1.2	Wir, die Francotyp-Postalia Ein Unternehmen in Bewegung	6	2.1.1	Nachhaltige Unternehmenswertsteigerung	22	3.2	F&E im Bereich Sicheres Mail-Business	38	4.2	Personalentwicklung	67
1.3	Unsere Strategie ACT	8	2.1.2	Marktanteile	23	3.2.1	Produktfamilie PostBase	39	4.3	Diversity und Frauenquote	73
1.4	Klare Ziele für ein dynamisches Wachstum	9	2.2	Compliance	27	3.2.2	Umweltfreundliche und energieeffiziente Produkte	45	4.4	Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz	75
1.5	Konzernstruktur und Unternehmensführung	12	2.2.1	Informationssicherheit und dessen Management	29	3.3	F&E im Bereich Sichere digitale Kommunikationsprozesse	46	4.5	Vereinbarkeit von Beruf und Familie	77
1.6	ACT SUSTAINABLY – Nachhaltigkeitsstrategie und dessen Management	15	2.2.2	Datenschutz, EU-Datenschutz-Grundverordnung und Datensicherheit	29	3.3.1	FP Secure Gateway	48	4.6	Gesellschaftliches und soziales Engagement	78
1.7	Stakeholder-Management	18	2.3	Risiko- und Chancenmanagement	29	3.3.2	FP Sign	51	5.	ACT TO PROTECT	82
1.8	Über unseren dritten Nachhaltigkeitsbericht	19	2.3.1	Risiken für FP	31	3.3.3	discoverFP	52	5.1	Integriertes Managementsystem	82
1.8.1	Berichtsstandards und Berichterstattungsprinzipien	20	2.3.2	Chancen für FP	32	3.3.4	FP Parcel Shipping	53	5.2	Ressourcenschutz und Steigerung der Ressourceneffizienz	83
1.8.2	Wesentlichkeit der Themen und Bestimmung der Berichtsinhalte	21				3.3.5	FP TransACTmail	53	5.2.1	Energie- und Verbrauchsdaten	83
1.8.3	Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung	22				3.4	Produktqualität, Produkteffizienz und Produktsicherheit	54	5.2.2	Verringerung des Energieverbrauchs	84
						3.4.1	Qualitätsmanagementsystem	56	5.2.3	Energieintensität	84
						3.4.2	Kundenservice bei FP	60	5.2.4	CO ₂ -Emissionen	84
						3.5	Nachhaltigkeit in der Lieferkette	64	5.2.5	Abfallbilanz und Abfallarten	85
									5.2.6	Gefahrstoffe	85
									5.2.7	Wasser	86

1. Einleitung

Liebe Leserin, lieber Leser,

während ich dieses Vorwort zu unserem neuen, nunmehr dritten Nachhaltigkeitsbericht formulierte, taumelt die Welt in einer uns völlig ungewohnten Weise: Das Corona-Virus ist für uns – als Menschen, als Gesellschaft, als Unternehmen – eine neue existenzielle Erfahrung, eine Erfahrung, die wir nicht vergessen werden.

Eines ist dabei deutlich: Wie groß, wie wichtig für die Bewältigung nicht nur dieses Virus das ist, was wir im Allgemeinen »Verantwortung« nennen, und viele von uns gern im Munde führen, wenn es darum geht, Verantwortung anderen zuzuschreiben.

Verantwortung ist die andere Seite jener Medaille, die Freiheit heißt. Die Freiheit zu denken und zu handeln, die Freiheit zu gestalten. **FP** schützt diese Freiheit – ohne Sicherheit keine Freiheit. Hackerattacken und Datenmissbrauch bedrohen beispielsweise Produktionsprozesse und die Energieversorgung, sie stiften Verwirrung und Irritation nicht nur in US-amerikanischen Wahlkämpfen. Sicherheit, digitale Sicherheit, digitale *Hochsicherheit* ist somit auch ein gesellschaftlicher Wert. Dieser Wert ist es, der unserer Arbeit Sinn verleiht.

Der Vorstand der Francotyp-Postalia hat Verantwortung schon immer *umfassend* verstanden – und sieht sich deshalb in letzter Zeit zum Teil massiver Kritik ausgesetzt. **Jedoch: Wir haben 2019 gute Zahlen geliefert, auch dank des weltweiten Einsatzes unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.**

Erlauben Sie mir deshalb einige Worte, in welchem *nachhaltigen* Sinn wir Verantwortung verstehen.



FP ist ein Unternehmen in der Transformation. Transformation fordert Nachhaltigkeit. Transformation heißt Verantwortung.

Verantwortung in vielen Facetten, Verantwortung

- für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, für die Menschen, die mittelbar und unmittelbar für und mit **FP** arbeiten, wir tragen Verantwortung für diese Menschen und ihre Familien sowie für unsere Kunden und insgesamt unsere Stakeholder – gerade auch in diesen »Corona-Zeiten« ist uns ihre Gesundheit oberstes Gebot. Diese Fürsorge ist Teil unseres Selbstverständnisses,
- für das einmalige Know-how dieses Unternehmens, für all das Wissen, das hier in fast 100 Jahren angesammelt wurde und Grundlage für das nächste Neue ist,
- für die Geschichte des Champions, und die Fortführung unseres »Traditionskonzerns«, wie uns das manager magazin anerkennend titulierte,
- für den Wert der Aktie, mittel- und langfristig,
- für ein Kostenmanagement, das einer erfolgreichen Perspektive verpflichtet ist: Wir investieren in das Unternehmen, was notwendig ist, damit es sich entwickeln kann; denn Erfolg entsteht durch die richtigen Ausgaben an den richtigen Stellen, dort, wo Zukunft wächst.

Wir jagen also nicht nur den kurzfristigen Ertrag, sondern streiten in umfassender Verantwortung und mit klarer Haltung für eine nachhaltige Zukunft der **FP** – das bestimmt die Werte unseres Handelns. Bleiben Sie gesund.

Ihr

Rüdiger Andreas Günther (GRI 102-14)

1.1 Nachhaltigkeit und Transformation – Hand in Hand

FP: Seit 97 Jahren schreiben wir Zukunft – in drei Jahren werden wir unseren 100. Geburtstag feiern.

Denn: Unsere Zukunft ist vorn, dort, wo noch niemand war. Wir können also nicht wissen, was sein wird – aber wir können sagen, was wir wie erreichen wollen. Dafür stehen wir insbesondere mit unseren Ideen, unserer Mission und vor allem mit unserer Vision ein. Wir wissen, wie wir unseren Platz insbesondere nachhaltig in den Märkten dieser Welt finden und besetzen wollen.

Unsere Vision ist ein erreichbares Ziel ist, es gibt uns Motivation – und erfolgreiche Motivation gibt die Kräfte, die es braucht, um nachhaltig zu wachsen und insbesondere ebenso zu handeln.

Nachhaltigkeit verankert in unserer Vision

Wir machen unseren Kunden mit unseren innovativen, effizienten Produkten und Dienstleistungen das Leben leichter und schenken ihnen Zeit und damit Freude in ihrem Alltag. Wir werden bis 2023 weltweit die erste Marke sein, die Kunden bei sicherem Mail-Business und sicheren digitalen Kommunikationsprozessen einfällt und der sie vertrauen.

Wir sind FP.

Ausgehend von den Herausforderungen, die unsere **ACT-Strategie** an – **FP** stellt und den Zielen, die wir mit **ACT** verfolgen, haben wir uns 2018 mit unserer Vision, unseren Werten und einem weltweit verbindlichen sowie einheitlichen Markenclaim neu ausgerichtet. In Zusammenarbeit mit über 1.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in zehn Ländern und in sechs Sprachen haben wir mit unserem **Stärkenkompass** und der Auswertung von 134 Marktforschungsstudien Hinweise gesammelt und konnten so die Erfahrungen und die Erkenntnisse zu unserem neuen Claim und unserem Nutzenversprechen verdichten.



»German Mailgeneering«

Es ist unser Selbstverständnis und unser Versprechen all unseren Stakeholdern gegenüber. Unser Claim fasst die rasche Entwicklung zusammen, die wir in den letzten Jahren und auch zukünftig weiter durchlaufen:

»GENEERING« meint die genetische Entwicklung und Veränderung einer DNA, auch einer unternehmerischen, um ihr einen neuen Charakter zu eben. ENGINEERING ist unser Fachgebiet, die Ingenieurskunst.

GERMAN MAILGENEERING impliziert die Anerkennung dieser deutschen Ingenieurskunst: *Zuverlässigkeit, Nachhaltigkeit, Vertrauen und Sicherheit*. Das ist Qualität »made in Germany«, wie die Welt sie schätzt. Das »Mail« im Begriff »Mailgeneering« ist Hinweis auf unsere langjährige Erfahrung im Kerngeschäft des sicheren Mail Business. Es liefert damit die Begründung für unser spezielles und einzigartiges technisches Know-how und unsere besondere digitale Kompetenz für sichere Kommunikation. Mit anderen Worten: »Zukunft durch Herkunft«, oder »Das Alte ist das Neue«!

Um diesem Anspruch gerecht zu werden, erfinden wir uns ständig neu und werden zu einem relevanten Dienstleister in der digitalen Welt der Kommunikation. Unsere Werte geben uns eine Richtung für unser tägliches Handeln und für unser Ziel des nachhaltigen Wachstums:

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 intensive Zusammenarbeit. Darauf bauen wir auch in unserer Wachstumsstrategie **ACT**:

Wir gewinnen Marktanteile in unserem Kerngeschäft – auch 2019 verbesserte sich der globale Marktanteil von **FP** seit Anfang 2016 von knapp 10 % auf mehr als 12 %. Wir begleiten unsere Kunden von der analogen in die digitale Welt – wir wandeln uns zu einem dynamischen Wachstumsunternehmen.

Kein Wandel ohne Werte: Werte die uns als Maxime im täglichen Handeln dienen

Für den Wandel und unsere Vision bedarf es Werte, die uns auf unserem Weg unterstützen.

Wir sind **standhaft**, denn wir stehen zu unseren Ideen, zu unseren Zielen, zu **ACT**. Unsere **Haltung** prägt unser Denken und Handeln. Mit **ACT** haben wir **FP** eine viel beachtete Strategie gegeben, die das Unternehmen fit macht – fit für eine Zukunft, die viele Chancen bereithält. Klar, dass der Weg nicht einfach geradeaus führt. Unser **Spirit** schweißt uns zusammen und stärkt unseren Willen. Wir stellen unsere Organisation neu auf, wir werden schneller, effizienter und effektiver.

Wissen – unsere Basis für unseren Erfolg. Unsere **Vision** und unsere **Kreativität** treiben uns an – wir haben klare

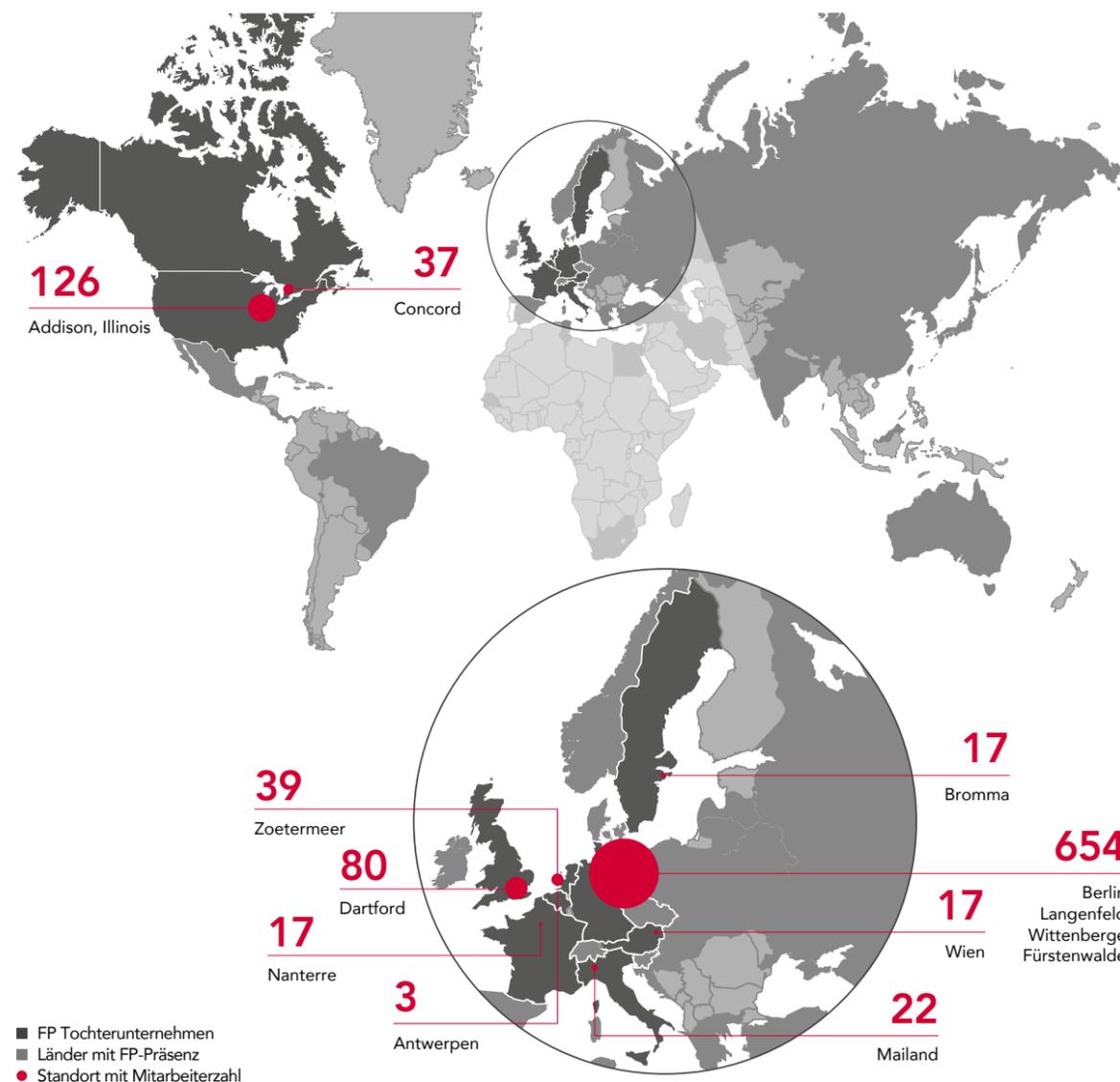
Ziele für unser 100-jähriges Jubiläum. **Qualität made in Germany** – darauf sind wir stolz. Wir liefern Qualität und lieben technischen Innovationen. Wir entwickeln innovative Ideen und Initiativen, basierend auf unserer DNA, mit unseren Kernkompetenzen und unseren Fähigkeiten.

Unsere Vision und unsere Werte im Kontext der Nachhaltigkeit sind die Basis für unsere nachhaltige Strategie und dem daraus resultierenden Handeln: **ACT SUSTAINABLY**. Dies ist unsere Nachhaltigkeitsstrategie, die wir im letzten Nachhaltigkeitsbericht 2018 vorgestellt haben.

1.2 Wir, die Francotyp-Postalia Ein Unternehmen in Bewegung

Als international agierender, börsennotierter Konzern mit Hauptsitz in Berlin blicken wir, die Francotyp-Postalia Holding AG (im Folgenden **FP**), auf eine mehr als 97jährige Geschichte zurück und auf neue Wege digitaler Kommunikation voraus (GRI 102-1, 102-3, GRI 102-5). Mehr als 1.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter setzen sich weltweit für unsere Kunden ein (GRI 102-7, GRI 102-8).

UNSERE STANDORTE WELTWEIT



Sicheres Mail-Business – Sichere digitale Kommunikationsprozesse

Der Schwerpunkt unserer Geschäftstätigkeit liegt auf Produkten und Dienstleistungen zur effizienten Postverarbeitung (**Frankier- und Kuvertiersysteme**), der Konsolidierung von Geschäftspost (**Mail Services**) und einzigartigen hochsicheren digitalen Lösungen (**Hard- und Softwarelösungen, wie unsere Signaturlösung FP Sign**) sowie Anwendungen, Produkte und Consulting im Bereich des »Internet of Things« (IoT) für Unternehmen und Behörden (GRI 102-2).

In Deutschland unterhalten wir insgesamt 21 Standorte (Vorjahr: 19). Der weltweite Vertrieb unserer Frankier- und Kuvertiersysteme erfolgt über eigene deutsche sowie Tochtergesellschaften in Großbritannien, Frankreich, den Niederlanden, Belgien, Österreich, Italien, Schweden, Kanada und den USA, dazu über ein dichtes Händlernetzwerk in rund 40 Ländern weltweit (GRI 102-4, GRI 102-6).

Unsere Frankiersysteme stellen wir in Deutschland in einer modernen, **flexiblen Produktionsstätte in Wittenberge** (Brandenburg) her, die vor zwei Jahren um die Zentralwerkstatt für Deutschland sowie unser Service Parts Center für den Versand von Verbrauchsmaterialien und Ersatzteilen erweitert wurde, um deren schnelle und zügige Lieferung noch effektiver zu gewährleisten, erweitert wurde.

Wir haben erfolgreich unser Shared Service Center (SSC) im Berliner Umland (Hennigsdorf) eröffnet, welches die verschiedenen gruppenweiten administrativen und prozessorientierten Funktionen übernimmt. Damit erreichen wir einen weiteren Meilenstein bei der Umsetzung unseres Transformationsprogramms **JUMP**, das sich **FP** auferlegt hat, um Kosteneinsparungen zu realisieren und sich effizient für die Zukunft aufzustellen.

In unserem SSC werden Prozesse optimiert und die Qualität gesteigert. Inländische **FP**-Gesellschaften sowie Tochtergesellschaften aus anderen europäischen Ländern werden die Dienstleistungen des SSC zukünftig immer stärker in Anspruch nehmen. Die mehrsprachigen Mitarbeiter dort übernehmen zentrale so wichtige Aufgaben wie den Kundendienst per Telefon und E-Mail, optimieren Verwaltungsprozesse wie Auftragsverarbeitung und Buchhaltung und steigern damit die Servicequalität.

Produktbereiche

FP, mit ihren Tochtergesellschaften in verschiedenen Industrieländern und einem dichten Händlernetzwerk, unterteilt ihre Geschäftstätigkeit in drei Produktbereiche:

- Frankieren und Kuvertieren,
- Mail Services sowie
- Software/Digital.

Frankier- und Kuvertiersysteme – Made in Germany

FP entwickelt und fertigt Systeme zur automatischen Frankierung von Briefpost. Diese verkaufen und vermieten wir, ebenso wie unsere Kuvertiersysteme, welche ausgedruckte Briefe automatisiert in Briefumschläge einlegen. Darüber hinaus bieten wir unseren Kunden ein umfassendes Dienstleistungs- und Serviceangebot. Diese können mit den Frankiersystemen ihre Post in kurzer Zeit automatisiert frankieren, dadurch ihren Büroalltag vereinfachen und Portokosten reduzieren. Ein wichtiger Umsatzträger ist das After-Sales-Geschäft: Es umfasst den Verkauf von Verbrauchsmaterialien wie Farbbandkassetten und Tintenkartuschen sowie Servicedienstleistungen, Softwarelösungen für die Kostenstellenverwaltung und das Teleporto.

Mail Services

Für Kunden mit größerem Briefvolumen übernehmen wir die Frankierung und postgerechte Anlieferung. Die **FP**-Tochter freesort bietet für Kunden zum einen den Frankierservice – die Abholung unfrankierter Ausgangspost und zum anderen die Konsolidierung der Geschäftspost. Dies umfasst die Sortierung nach Postleitzahlen und die Einlieferung bei den Briefzentren der Deutschen Post AG oder alternativen Postzustellern. Mit acht Sortierzentren im Bundesgebiet ist **FP** einer der führenden Konsolidierer von Geschäftspost in Deutschland. Das größte **FP**-Zentrum für Konsolidierungen ist in Langenfeld bei Düsseldorf – es wird unterstützt durch sieben weitere, kleinere Zentren in Leipzig, München, Hamburg, Frankfurt, Hannover, Stuttgart und Berlin.

Software/Digital

Der Produktbereich Software/Digital umfasst das Geschäft mit **Hybrid-Mail Services** sowie Lösungen rund um die sichere digitale Kommunikation. Bei den **Hybrid-Mail Services** bieten wir mit der **FP IAB** unseren Kunden universelle Komplettlösungen zur Posteingangs- und Postausgangsverarbeitung – denn seit über 20 Jahren ist die **FP IAB** führender Spezialist. Unsere **Hybrid-Mail Services** verwandeln Daten in versandfertige Briefe- und umgekehrt: Mit **FP Inputmanagement** übernehmen wir die strukturierte Posteingangsverarbeitung der gesamten eingehenden Post inklusive digitaler Ablage der eingescannten Dokumente; bei **FP Outputmanagement** übernehmen wir von den Kunden Datenströme und kümmern uns um den gesamten Herstellungsprozess von der Aufbereitung der Daten, Drucken, Kuvertieren, Frankieren und der Übergabe der Briefe an den Zustelldienst oder alternativ der digitalen Zustellung. Für unser Geschäft mit **Hybrid-Mail Services** verfügen wir über ein eigenes Druck- und Scanzentrum in Berlin. Rund 23 Mio. Postsendungen jährlich drucken, kuvertieren und verschicken wir im Auftrag unserer Kunden.

Zur sicheren vollen digitalen Kommunikation bieten wir Produkte zur Langzeitspeicherung sowie zur Absicherung elektronischer Dokumente durch Verschlüsselungs- und Signatursoftware wie beispielsweise **FP Sign** unserer Tochter, der Mentana Claimsoft. **FP Sign** ist eine cloudbasierte Lösung für den rechtssicheren digitalen Abschluss und Austausch von Verträgen und Dokumenten, zum Beispiel für mittelständische Unternehmen, die wir auch durch Vertriebspartnerschaften mit Anbietern von Unternehmenssoftware erreichen. Speziell für unsere Kunden aus dem Mittelstand bieten wir weltweit neue digitale Produkte und Dienstleistungen mithilfe des Kundenportals **discoverFP**. Hierzu zählen eine online nutzbare Lösung für den Paketversand, d.h. Multicarrier-Auswahl, Frankierung, Nachverfolgung (**FP Parcel Shipping**, beginnend in den USA), Webshop-Angebote oder die Möglichkeit, unsere **Hybrid-Mail Services** zu nutzen.

Internet of Things

Bislang wenig bekannt ist, dass **FP** zu Deutschlands IoT-Pionieren gehört – entwickelt durch die **FP Inovolabs**. Tatsächlich haben wir schon früh für unsere Frankiermaschinen hochsichere Hardwaresicherheitsmodule (HSM) und Public Key Infrastrukturen (PKI) entwickelt, heute eine der Schlüsselkomponenten des Internet of Things. Der Produktbereich Software/Digital umfasst ebenso das Angebot an hochsicheren Produkten und Lösungen für das Internet of Things (IoT) und das Industrial Internet of Things (IIoT). Wir bieten unseren Kunden heute maßgeschneiderte Cloud-basierte End-to-End-Lösungen für die sichere Übertragung, Steuerung und Auswertung von Daten im Bereich des IoT. Im vergangenen Jahr haben wir durch die Integration des Berliner IoT-Spezialisten Tixi.com diese Kompetenz erweitert und den Vertrieb ausgebaut. Kunden nutzen die Gateways zur sicheren Übertragung von Daten ihrer verteilten Geräte und Maschinen auf eigene oder Cloud-Server zur zentralen Auswertung und Steuerung.

1.3 Unsere Strategie ACT

Um zu verstehen, woher **FP** seine heutige Dynamik nimmt, erläutern wir nachfolgend **ACT** etwas genauer: Der Begriff **ACT** steht für **Attack**, **Customer Journey** und **Transformation**. Das Ziel: Wachstum – beim Umsatz wie beim Profit. **ACT** umfasst Maßnahmen zur Steigerung der Effizienz in allen Bereichen, mit Schwerpunkten bei Finanzen, Personal, Vertrieb und Digitalisierung.

Attack: Wir greifen in den Märkten entschieden an und durchdringen sie tiefer als bislang.

Ist die Frankiermaschine in Zeiten der digitalen Kommunikation ein alter Hut? Keineswegs! Allerdings setzen

immer mehr Geschäftskunden auf Systeme für kleinere Briefvolumen. Mit der innovativen **PostBase Familie** nutzt **FP** in diesem Segment ihre Chance. Mit einer umfassenden Marktentwicklungsstrategie steigern wir unseren Anteil am Kuchen im Kerngeschäft und werden unsere Kundenbasis weiter ausbauen. Im Rahmen unseres **ACT-Projekts JUMP** haben wir den Grundstein gelegt und unseren internationalen Vertrieb transformiert, der in **drei großen Vertriebsregionen unter einheitlicher Leitung zusammengefasst wurde**. Wir entwickeln innovative Produkte und Services – unsere neue PostBase Vision, bei der **Ingenieurskunst und Nachhaltigkeit ein Credo ist**, wurde in den Märkten in den USA, in Deutschland und in Frankreich sowie Großbritannien mit positivem Kundenfeedback eingeführt.

Customer Journey: Der Kunde ist der Mittelpunkt unseres gesamten Handelns, wir sind der Begleiter auf seiner Reise in die Digitalisierung, mit neuen Lösungen und Angeboten.

FP wird zum Begleiter der Digitalisierung von Prozessen rund um die ein- und ausgehende Geschäftskommunikation. Speziell für unsere Kunden aus dem Mittelstand bieten wir weltweit neue digitale Produkte und Dienstleistungen mithilfe des Kundenportals **discoverFP**. Hierzu zählen eine online nutzbare Lösung für den Paketversand, d.h. Multicarrier-Auswahl, Frankierung, Nachverfolgung (**FP Parcel Shipping in den USA**), Webshop-Angebote oder die Möglichkeit, unsere **Hybrid-Mail Services** und unsere Signaturlösung (**FP Sign**) zu nutzen.

Mit **FP Sign** erobern wir weiterhin das Terrain der rechtssicheren digitalen Signatur. Mit dieser neuen Lösung für den sicheren, vertraulichen und rechtsverbindlichen digitalen Abschluss und Austausch von Verträgen und Dokumenten adressiert **FP** den Wachstumsmarkt für elektronische Signaturen (Global E-Signature Market), der bis 2023 um 30-35% pro Jahr zulegen soll (PS Market Research).

Transformation: Auch wir sind auf dem Weg der digitalen Transformation, FP selbst verändert sich zu einem digitalen Dienstleister erster Güte.

FP verändert sich derzeit beinahe täglich – insbesondere durch die Entwicklung und Vermarktung neuer digitaler Geschäftsmodelle jenseits der traditionellen Kundenbasis. Die Kompetenz dafür haben wir über Jahrzehnte durch die Entwicklung hochsicherer Verfahren zur digitalen Abrechnung von Portobeträgen aufgebaut: Mehr als 200.000 Frankiermaschinen sind über die **FP-Server** in Berlin vernetzt. Von hier aus können nicht nur Daten hochsicher ausgelesen werden, sondern es wird eine bidirektionale Kommunikation nach höchsten Sicherheitsstandards ermöglicht. Damit gehören wir zu den Pionierunternehmen im viel beschworenen Internet of Things

(IoT) und betreiben eines der modernsten und sichersten IoT-Netzwerke. Der bewährte und zertifizierte Technologiestack aus dem Frankierbereich eignet sich insbesondere auch hervorragend für IoT-Gateways mit dezentraler Datenverarbeitung und dessen Funktionalitäten. Wir erreichen neue Absatzmärkte und Kundenkreise mit unseren neuen **FP** IoT-Gateways. Mit seinen zahlreichen Schnittstellen schließt das IoT-Gateway von **FP**, als Experten für sichere Kommunikation, auch ältere Maschinen und Anlagen an das Internet an. Zusätzlich lassen sich weitere Module wie Messgeräte, Kleinststeuerungen oder Energiezähler problemlos ankoppeln. Dadurch verlängert sich die Nutzungsdauer der Anlagen. Zudem fallen die Investitionskosten in die Modernisierung wesentlich niedriger aus, als wenn neue Geräte und Anlagen angeschafft würden. Die **FP** IoT-Gateways sind echte Alleskönner im Bereich Factory Automation und lassen neue Geschäftsfelder entstehen, wie zum Beispiel intelligente Müllcontainer. Durch ihre Vielseitigkeit sind die **FP** IoT-Gateways nahezu überall einsetzbar. Sie stehen immer für Zuverlässigkeit, hohe Sicherheitsstandards und Flexibilität. **FP** ist mit seinen Hochleistungsmodulen auf der SPS-Messe in Nürnberg vom 26. bis 28. November 2019 vertreten. Dort erfahren Interessenten mehr über die IoT-Gateways und darüber, welche Möglichkeiten sie für ihr Business bereithalten. Drei Beispiele zur Verwendung stellen wir im Kapitel **FP Secure Gateway** vor.

1.4 Klare Ziele für ein dynamisches Wachstum JUMP – unser Sprung in die Zukunft

JUMP ist das Herzstück unserer Transformation. Die Umsetzung und der Erfolg von **JUMP** haben für uns höchste Priorität und bilden die Grundlage für unseren zukünftigen profitablen Wachstumspfad, für eine verbesserte Prozessstruktur und für eine klare vertriebliche Ausrichtung unserer regionalen Tochtergesellschaften.

Wir konzentrieren uns auf unsere Stärken: Das, was uns bisher erfolgreich gemacht hat – und das, was uns in Zukunft erfolgreicher machen wird. Wir heben Effizienzen in den Bereichen Sales/Marketing/Service, sowie im Backoffice in unseren Tochterländern. Wir stärken das strategische Vorausdenken und unsere digitale Aufstellung. Für einen noch besseren Service für unsere Kunden und weitere 100 erfolgreiche Jahre!

Unsere Wachstumshebel:

- Effizienz, Geschwindigkeit und Qualität.
- Spezialisierung unserer Unternehmenszentrale am Standort Berlin.

- Konzentration der Regionalorganisationen auf Marketing, Sales & Service.
- Shared Service Center (SSC) für administrativ-transaktionale Aufgaben.
- Neue, einheitliche Prozesse, Systeme und Verantwortlichkeiten.

Um die globale Schlagkraft der **FP**-Gruppe zu verstärken, optimieren wir unsere Struktur und Organisation nach einem neu festgelegten Target Operating Model (Zielbetriebsmodell), welches uns als **Brücke zwischen Strategie und Umsetzung** dient.

Die wichtigsten Maßnahmen sind:

- die Einführung weltweit einheitlicher End-to-End-Prozesse samt eines einheitlichen **ERP/CRM-Systems** im gesamten Unternehmen,
- der Aufbau von Kompetenz-Centern, unter anderem in den Bereichen Finanzen, Strategie, Marketing und Service,
- die Einrichtung von zwei **Shared Service Centern**, je eins für Nordamerika und Europa, wo repetitive und automatisierbare Tätigkeiten standardisiert bearbeitet werden.

Wie wir im August 2019 mitteilten, haben wir die verfügbaren Ressourcen neu priorisiert und unseren Zeitplan für die ERP/CRM-Einführung geprüft, um negative Auswirkungen der Systemumstellung auf unsere Kunden und auf unser operatives Geschäft möglichst gering zu halten.

Mit dem neuen ERP/CRM-Timing arbeiten wir mit vollem Tempo an **JUMP** und können folgende Updates geben:

- Wir haben erfolgreich unser Shared Service Center (SSC) im Berliner Umland eröffnet, welches die verschiedenen gruppenweiten administrativen und prozessorientierten Funktionen übernimmt.
- Die Zentrallogistik an unserem Produktionsstandort in Wittenberge (Zentrallager und zentrale Reparaturwerkstatt) für unser europäisches Geschäft wird in Q2/2020 in Betrieb genommen (hinsichtlich UK warten wir etwaige Brexit-Auswirkungen ab).
- Im Hinblick auf die Implementierung unseres neuen ERP/CRM-Systems ist die konzernweite Einführung nach derzeitiger Planung bis Ende 2021 abgeschlossen.

Die Führungsebene im internationalen Vertrieb wurde gestrafft und die bisher dezentrale Organisation der Vertriebsgesellschaften durch drei große Vertriebsregionen ersetzt: **North America, Central Region (Deutschland, Österreich und die Schweiz), Middle Europe (übriges Europa und internationale Händler)**. Die **Francotyp Postalia Holding AG** wird durch den Ausbau wichtiger strategischer unterstützender Funktionen gestärkt, konzernweit werden Synergien gehoben und Effizienzvorteile erzielt.

Vision, Mission und Werte –

(GRI 102-16)

1. Markt und Wettbewerb

Wir sind mit unseren Geschäftsfeldern sicheres Mail-Business und sichere digitale Kommunikationsprozesse aktiv. Im Markt für Frankiermaschinen sind wir Marktführer in Deutschland, Österreich und Italien. Mit unseren neuen Lösungen zu sicheren digitalen Kommunikationsprozessen bewegen wir uns in den Märkten für elektronische Signaturen und sicheren IoT. In allen Marktbereichen wollen wir wachsen und Marktanteile gewinnen. Dieses Ziel erreichen wir durch organisches Wachstum, Akquisitionen, regionale Expansion und ingenöse Kreativität.

2. Kunden

Unsere Kunden stehen im Mittelpunkt unserer Leistungen. Wir bieten ihnen umfassende Lösungen rund um den Brief und die sichere Datenkommunikation. Wir erbringen unsere Leistungen mit dem Anspruch höchster Professionalität, insbesondere bezüglich Qualität, Sicherheit, Service und Zuverlässigkeit. Unsere Preise sind fair und angemessen. Unsere Kunden vertrauen uns.

3. Profitabilität

Mit dem Durchschnitt wollen wir uns weder messen noch uns daran orientieren. Wir wollen die Benchmarks setzen und als Marke die Nr. 1 im relevanten Markt Set unserer Kunden bei sicherem Mail-Business und sicheren digitalen Kommunikationsprozessen sein sowie das Wachstum mit einer angemessenen Profitabilität in Einklang bringen.

4. Sichere Arbeitsplätze

Wachstum und Profitabilität sind kein Selbstzweck. Sie dienen insbesondere der Sicherung bestehender und der Schaffung neuer Arbeitsplätze und Aufstiegsmöglichkeiten.

5. Mitarbeiter

Unsere Ziele erreichen wir auf der Basis hoch motivierter und qualifizierter Mitarbeiter. Wir fordern ein hohes Leistungsniveau und fördern unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dabei, es zu erreichen. Spitzenleistungen lohnen sich und es macht Spaß, bei uns zu arbeiten. Führungskräfte leben unsere Vision, unsere Mission und unsere Werte vor. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind unser wichtigstes Gut.

unsere Führungsgrundsätze bei FP

6. Innovation und Prozesse

Unsere entscheidenden Hebel für ein überdurchschnittliches Wachstum bei hoher Profitabilität sind Innovationen und effiziente, zuverlässige Geschäftsprozesse. Mit unseren Innovationen im klassischen Produkt- und Lösungsgeschäft sowie bei sicheren digitalen Kommunikationsprozessen sind wir unseren Wettbewerbern immer einen Schritt voraus. Die Effizienz und Zuverlässigkeit unserer Geschäftsprozesse erreichen wir, indem wir uns ständig verbessern. Gut zu sein, reicht uns nicht.

7. Transparenz

Wir haben klare Ziele, übersetzen diese in detaillierte Maßnahmen und setzen sie konsequent um. Da man nur verbessern kann, was man auch misst, sorgen wir durch eine Vielzahl von Kennzahlen für hohe Transparenz bis ins Detail. Eine umfassende interne Kommunikation über alle Ebenen stellt einen möglichst einheitlichen Informationsstand sicher. Unsere Kommunikation nach innen und außen ist vorbildlich.

8. Umgang

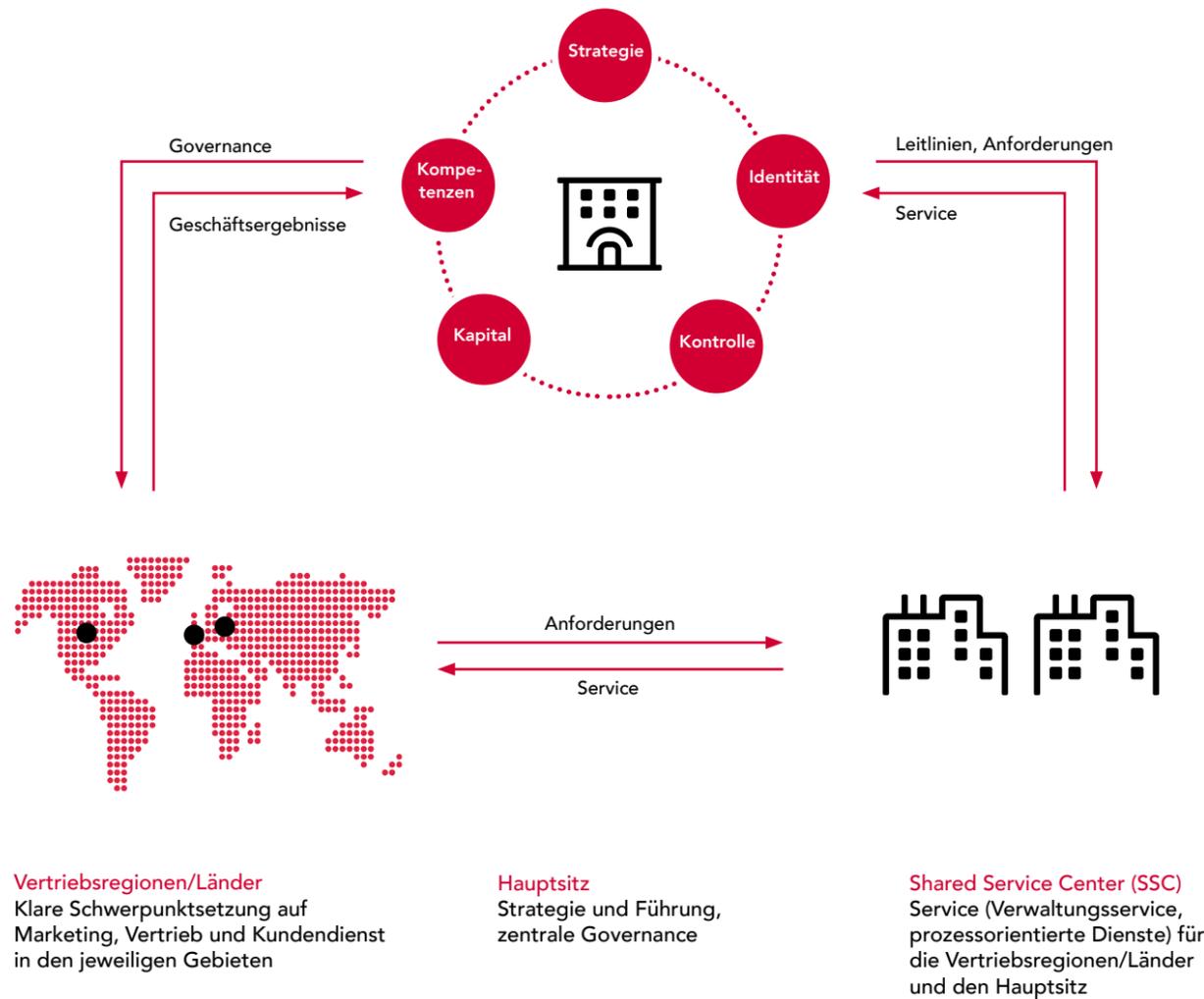
Wir gehen offen und ehrlich miteinander um, respektieren den anderen und seine Meinung und treten nicht nach. Wir kehren Fehler und Schwächen nicht unter den Tisch. Wir tolerieren Fehler und wollen daraus lernen und besser werden. Konstruktive Kritik hilft uns, destruktive lehnen wir ab.

9. Geschäftspartner

In der Zusammenarbeit mit unseren Geschäftspartnern sind wir in hohem Maße verlässlich und fair. Dabei stellen wir einen hohen Leistungsanspruch an unsere Partner und sind umgekehrt auch bereit, uns hohen Ansprüchen zu stellen.

10. Gesellschaft und Umwelt

Wir sind uns unserer Verantwortung gegenüber Umwelt und Gesellschaft bewusst und richten unsere Maßnahmen daran aus, dieser Verantwortung gerecht zu werden. Nachhaltiges Handeln ist ein Thema für jeden von uns – jeden Tag.



1.5 Konzernstruktur und Unternehmensführung – Gut aufgestellt

FP unterliegt als deutsche Aktiengesellschaft dem deutschen Aktienrecht. Wir verfügen daher über die Organe Vorstand, Aufsichtsrat und Hauptversammlung. Die Unternehmensführung basiert auf einer engen und vertrauensvollen Zusammenarbeit dieser Organe sowie einem regen und stetigen Informationsfluss zwischen ihnen. Aktionäre können insbesondere auf der Hauptversammlung Fragen an das Management stellen und ihr Stimmrecht ausüben.

Aufsichtsrat

Wie in der Satzung festgelegt, besteht der Aufsichtsrat der Francotyp-Postalia Holding AG aus drei Mitgliedern, die

von der Hauptversammlung gewählt werden. 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 unter einem nachhaltigen Fokus – mit einheitlichen Plänen und Richtlinien geregelt. Vor der Nominierung zur Wahl eines Aufsichtsratsmitglieds werden mögliche Interessenkonflikte abgefragt (GRI 102-25). Für eine detaillierte Übersicht der Vergütungen der Aufsichtsratsmitglieder sowie der Vorstände verweisen wir auf den Konzernlagebericht (GRI 102-35, GRI 102-36, GRI 102-37, GRI 102-38, GRI 102-39).

UNSERE ORGANISATION DER VERANTWORTUNGSBEREICHE



Rüdiger Andreas Günther
CEO und CFO
seit Januar 2016 bei der FP



Patricius de Gruyter
CSO
seit Juni 2018 bei der FP



Sven Meise
CDO, COO
seit Februar 2015 bei der FP



Der dreiköpfige Aufsichtsrat überwacht die Tätigkeit des Vorstands und berät diesen. Innerhalb des Aufsichtsrats kam es im Geschäftsjahr 2019 zu einer Veränderung. Das langjährige Mitglied des Aufsichtsrats, Robert Feldmeier, legte sein Aufsichtsratsmandat mit Wirkung zum 20. Oktober 2019 auf eigenen Wunsch und aus persönlichen Gründen nieder. Vor diesem Hintergrund beantragte der Vorstand beim zuständigen Amtsgericht Charlottenburg die Bestellung von Dr. Mathias Schindl als neues Aufsichtsratsmitglied. Zum 31. Dezember 2019 gehörten unserem Aufsichtsrat folgenden Mitglieder an: Klaus Röhrig (Vorsitzender), Botho Oppermann (stellvertretender Vorsitzender) und Dr. Mathias Schindl.

Vorstand

Der Vorstand trägt gemeinsam die Verantwortung für die gesamte Geschäftsführung des Konzerns und besteht zurzeit aus einem Vorstandsvorsitzenden und zwei Vorstandsmitgliedern (GRI 102-23). 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 102-19, GRI 102-22, GRI 102-24, GRI 102-26). Im Rahmen der Gesamtverantwortung für die Geschäftsführung arbeiten die drei Vorstände in ihrem jeweils zugewiesenen Aufgabenbereich kollegial und vertrauensvoll zum Wohle des Unternehmens zusammen.

Der Strategie

Rüdiger Andreas Günther, Vorstandsvorsitzender (CEO) und Finanzvorstand (CFO) der FP, verantwortet die konzernweite strategische Geschäftsentwicklung, Corporate Communications, Brand Management, Investor Relations, Public Relations, Finanzen, Rechnungswesen, Accounting, Controlling, Steuern, Treasury, Human Resources, Recht, Corporate Governance/Risk & Compliance/QM/Internal Audit sowie Merger & Acquisition.

Der Vermarkter

Patricius de Gruyter verantwortet als Vorstand (CSO) die Vertriebsstrategie/Sales Transformation, den Vertrieb national / international für alle Produktbereiche (außer IoT) in den neuen Vertriebsregionen, Service Center of Excellence, das Product- und Business Development (außer IoT) sowie das globale Marketing.

Der Wegbereiter

Sven Meise verantwortet als Vorstand (CDO und COO) die Geschäftsfelder Informationstechnik, Forschung & Entwicklung, Qualität, Produktion, Logistik, Einkauf, Shared Service Center und Facility-Management, sowie den Vertrieb IoT. Er ist zugleich Board Sponsor des JUMP-Projekts.

Aufgaben

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 Chancen- und Risikomanagement eingerichtet, das durch ein laufendes Controlling überwacht wird, 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

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 die Umwelt und die Gesellschaft. Dabei pflegen wir einen offenen Umgang und befinden uns in einem kontinuierlichen Dialog mit unseren Stakeholdern.

Das Executive Committee

Die Vorstände arbeiten eng mit einem Team von nationalen und internationalen Führungskräften der FP zusammen. Diese Zusammenarbeit wurde im Geschäftsjahr 2019 durch die Einrichtung eines festen, regelmäßig tagenden Executive Committee unter Einbeziehung des Vorstands noch intensiver und effizienter gestaltet.

Wesentliche Kennzahlen

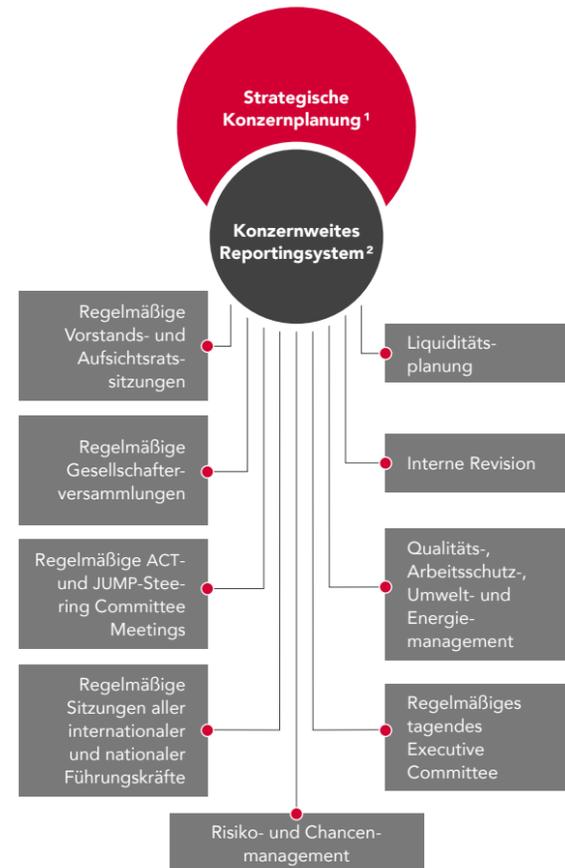
Nach vorläufigen, noch nicht testierten Zahlen steigerte der FP-Konzern im Geschäftsjahr 2019 seinen Umsatz leicht auf 209 Mio. Euro (2018: 204,2 Mio. Euro). Das EBITDA erreichte 32 Mio. Euro nach 17,1 Mio. Euro im Vorjahr.

Ausführliche weitergehende Erläuterungen zu den finanziellen Kennzahlen des Unternehmens ebenso wie zu den wichtigen Veränderungen während des Berichtszeitraums bezüglich der Größe, aller Entitäten, die in den Konzernabschlüssen genannt werden (GRI 102-45), 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 102-10).

Nachhaltigkeitsziele für den Vorstand

Ausführliche Details zur Corporate Governance sowie zu den für die Vorstände individuell geregelten Nachhaltig-

STEUERUNGSSYSTEM



¹ Umfasst 3 Jahre, wird jährlich im Budgetprozess angepasst, ggf. auch unterjährig.

² Monatlich über Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

keitszielen (GRI 102-28) finden sich im Konzernlagebericht und in den weiteren Berichten, unter anderem im Bericht des Aufsichtsrats, in der Konzernerklärung zur Unternehmensführung und im Chancen- und Risikobericht.

ARUG II (Gesetz zur Umsetzung der zweiten Aktionärsrechterichtlinie) greift ab 2020

Nach § 87a Abs. 1 Nr. 3 AktG i.d.F. ARUG II hat der Aufsichtsrat ein klares und verständliches System zur Vorstandsvergütung zu beschließen, in dem u.a. neben finanziellen auch nichtfinanzielle Leistungskriterien für die Gewährung variabler Vergütungsbestandteile zu erläutern sind. Ausweislich der Begründung zum Gesetzentwurf gehören zu diesen nichtfinanziellen Leistungskriterien auch solche im Zusammenhang mit der sozialen Verantwortung von Unternehmen und wird entsprechend der Gesetzlage umgesetzt.

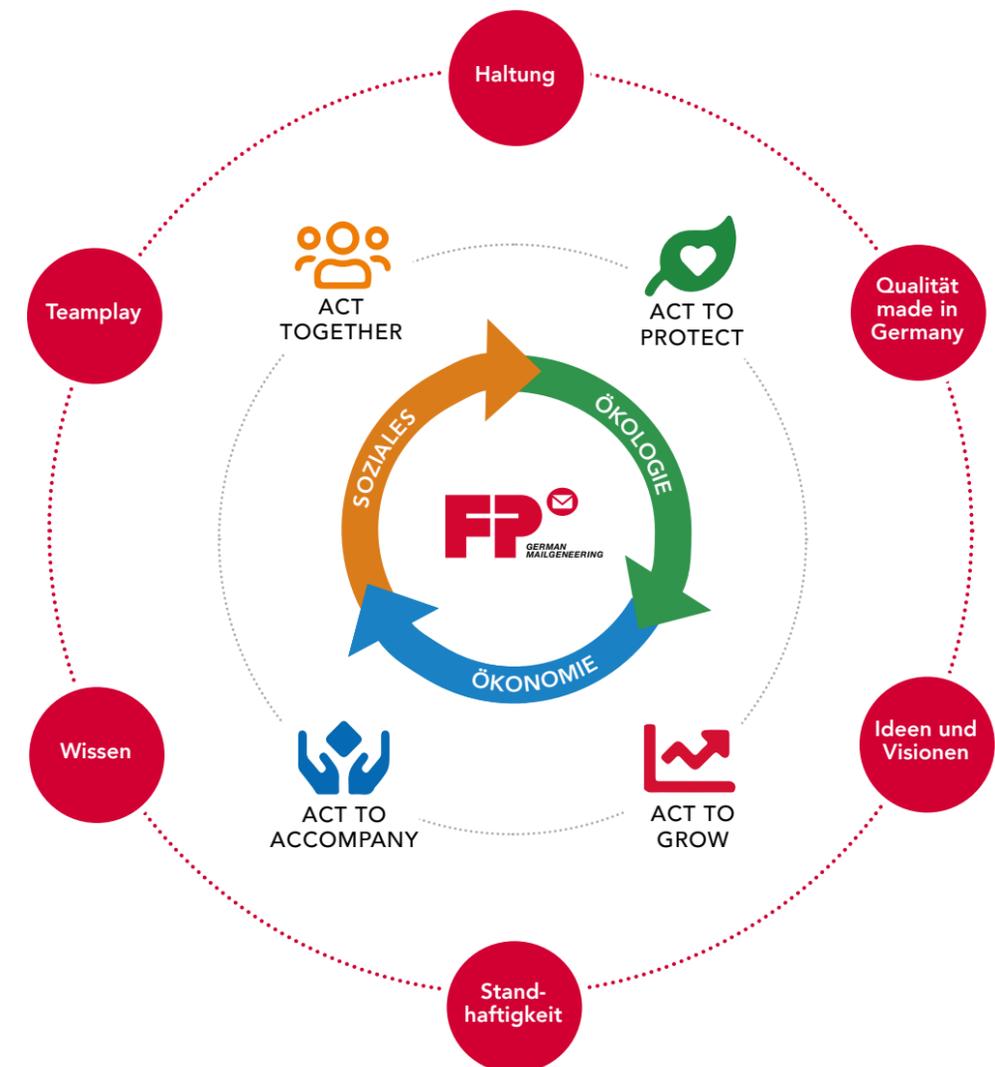
1.6 ACT SUSTAINABLY – Nachhaltigkeitsstrategie und dessen Management Organisation der Vernunft

(GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3)

Trotz der bereits vorhandenen, vorbildlichen Strukturen haben wir uns im Rahmen von ACT vorgenommen, die Nachhaltigkeit unseres Unternehmens intensiv weiter voranzutreiben. Die Schlüsselfrage lautet: Lassen sich unsere ehrgeizigen ökonomischen Wachstumsziele mit diesem Anspruch verbinden?

Unsere Gedanken und die Beantwortung der Fragen haben wir mit unserer Nachhaltigkeitsstrategie ACT SUSTAINABLY beantwortet, denn nachhaltiges Wirtschaften ist uns eine ethische, aber auch eine ökonomische Verpflichtung. Die Ressourcenverschwendung ist ein Thema, welches uns täglich beschäftigt. Damit wir ökonomischen Erfolg in Einklang mit Mensch und Natur erreichen können, haben wir uns zunächst eine neue Struktur geschaffen, in deren Rahmen wir Etappenziele definieren sowie Erreichtes überprüfen und veröffentlichen können.

UNSER WEGWEISER – UNSERE ERLÄUTERUNG: ACT SUSTAINABLY



Unsere Vision ist der Mittelpunkt: **FP** als nachhaltig gewachsenes Unternehmen in den nächsten Jahren. Die drei Dimensionen, die die Nachhaltigkeit für uns ausmachen: Ökonomie, Ökologie und Soziales.

Um diese Bewegung zu bewirken, haben wir **vier Leitziele** definiert. Sie beruhen jeweils auf unseren **sechs Kernwerten**. Die Leitziele gliedern unsere Anstrengungen und erleichtern die systematische Dokumentation unserer Etappensiege.

ACT TO GROW

Unser Leitziel 1 **ACT TO GROW** umfasst die Teilziele und Maßnahmen, die sich im ökonomischen Sektor verorten lassen: profitables nachhaltiges Wachstum durch Erhöhung der Marktanteile, Verstärkung der Digitalstrategie durch Begleitung unserer Kunden von der analogen in die digitale Welt, Umsetzung und Belebung von Markenstrategie und Markenwerten. Hinzu kamen konkrete Veränderungen im Management durch die **Neustrukturierung der jeweiligen Ressorts**. Unser integriertes und konformes Verhalten gegenüber unseren Partnern im Markt sichern wir durch ein Compliance-Management-System. Ein erweitertes Datenschutzmanagement sorgt für die Einhaltung der gesetzlichen Datenschutzvorgaben, z. B. der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO). Die Konsequenzen unseres Handelns überprüfen wir mit einem aktiven, effizienten Risiko- und Chancenmanagement. Last but not least halten wir durch regelmäßige Stakeholder-Dialoge alle betreffenden Gruppen über das Erreichte auf dem Laufenden.

Hierfür nutzen wir unsere Kernwerte **Standhaftigkeit** sowie **Ideen und Visionen**.

ACT TOGETHER

Unser Leitziel 2 **ACT TOGETHER** bündelt alle Maßnahmen, die wir zur nachhaltigen Stärkung unserer Unternehmenskultur ergreifen. Wir wollen die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter erhöhen und sie langfristig an uns binden. Wir werden noch mehr als bisher unseren Nachwuchs fördern, Vielfalt und Chancengleichheit beachten und generell unser Personal in jeder Beziehung weiterentwickeln, auch durch die aktive Unterstützung des Gemeinwohls und gemeinsames gesellschaftliches Engagement. Die interne Kommunikation soll weiterhin verstärkt werden, ergänzt um ein Ideenmanagement als Plattform für die Teilhabe der Mitarbeiter an der Unternehmensentwicklung. Insbesondere kümmern wir uns gemeinsam um Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz.

Dabei helfen uns unsere Kernwerte **Teamply und Haltung**.

ACT TO ACCOMPANY

Unser Leitziel 3 **ACT TO ACCOMPANY** nimmt Kunden, Produkte und Service in den Fokus. Wir setzen uns zum Ziel, Produktqualität und Produkteffizienz nachhaltig zu verbessern, was wir bereits in der Forschung & Entwicklung berücksichtigen. Ziel ist ein innovatives und , zukunftsicheres Produktportfolio, das etwaigen Vorgaben durch Gesetze und Normen möglichst stets voraus ist. Bei der Beschaffung und Lieferantenbewertung liegt für uns die Priorität auf den Nachhaltigkeitsaspekten.

Dabei bauen wir auf unsere Kernwerte **Wissen, Standhaftigkeit** sowie **Ideen und Visionen**.

ACT TO PROTECT

Unser Leitziel 4 **ACT TO PROTECT** umfasst alles, was dem Ressourcenschutz und der Steigerung der Ressourceneffizienz dient. Dafür steigern wir die Energieeffizienz unserer Werke und Büros, von der Auswahl des angekauften Stroms bis zur Bestimmung der Leuchtmittel. Hierzu etablieren wir ein weltweites Recycling- und Abfallmanagement, und wir optimieren unsere Managementsysteme in Deutschland unter ökologischen Gesichtspunkten (siehe Kapitel 5. ACT TO PROTECT).

Das erreichen wir dank unserer Kernwerte **Teamply und Haltung**.

Ein offenes System

ACT SUSTAINABLY ist kein Masterplan, der minuziös eingehalten werden muss, um unsere Ziele zu erreichen. Unsere Nachhaltigkeitsstrategie ist vielmehr offen und interaktiv ausgelegt: Anregungen von innen und außen nehmen wir jederzeit auf, arbeiten sie ein und passen den Kurs an. Wie **FP** im Ganzen, bleibt auch **ACT SUSTAINABLY** ständig in Bewegung.

Nachhaltigkeit – Leitung und Struktur

Nachhaltiges Denken und die Übernahme von Verantwortung für Mitarbeiter, Kunden und Partner wie auch für die Gesellschaft und die Umwelt sind seit Langem Grundlagen unseres Handelns. Unser Integriertes Managementsystem gewährleistet seit mittlerweile 15 Jahren eine fortlaufende Verbesserung der diesbezüglichen Leistungen.

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.

In den letzten Jahren, von 2004 bis 2019, haben wir die Integrierten Managementsysteme unserer deutschen Standorte zertifiziert und weiterentwickelt, welche unter

FP Green News

FP ist der **einzig**e Frankiermaschinenhersteller, der sein integriertes Managementsystem nach **5 aktuellen ISO-Normstandards** zertifiziert hat. Die Themen Qualität, Informationssicherheit, Umweltschutz, Energie und Arbeitsschutz werden groß geschrieben.

anderem die Aspekte Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit, Umwelt, Energie, Qualität und Informationssicherheit erfassen.

Zu deren wichtigen Faktoren zählen:

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

Unser zertifiziertes Integriertes Managementsystem (ISO 9001:2015, ISO 14001:2015, ISO 45001:2018, ISO 50001:2018, 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, Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit sowie Informationssicherheit. Die Verantwortung für die damit verbundenen Aufgaben liegt bei dem Beauftragten für das integrierte Managementsystem (IMB), der in diesem Kontext auch als Energiemanagement-Beauftragter (EMB) der Franco-typ-Postalia Holding AG für die deutschen Standorte berufen wurde. Ihm obliegt die Aufgabe, »First, Second und Third Party« Audits, Ergebnismeldungen und Feststellungen nach qualitativen, energetischen sowie umwelt-, arbeits- und informations-sicherheitsrelevanten Anforderungen zu überwachen.

Feststellungen des Controllings der Prozessdokumentationen, regelmäßige Betriebsbegehungen, Sitzungen des Arbeitssicherheits- und Umweltschutzausschusses (AUSA), relevante Informationssicherheitsmeldungen, Kunden-, Fertigungsstätten- und Zertifizierungsaudits sowie weitere Meldungen zum Umweltschutz und zur Arbeitssicherheit werden stetig überwacht sowie anhand von Erledigungs- und Wirksamkeitsnachweisen aktualisiert. Das Integrierte Managementsystem unterstützt zudem eine effiziente Kommunikation und fördert eine offene Informationspolitik gegenüber unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, unseren Kunden und unseren Lieferanten –

zusammenfassend allen interessierten Stakeholdern (interessierten Parteien).

Kontrolle von innen und außen

Das integrierte Managementsystem wird mit den ermittelten und relevanten internen und externen **Stakeholdern** zentral überwacht. Zu diesem Zweck wird eine Übersicht aller Anforderungsaspekte, der wesentlichen gesetzlichen Rechtsgebiete sowie der strategischen und jährlich aktualisierten operativen Ziele geführt. Ein fortlaufendes Controlling stellt sicher, dass fortlaufend 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.

Engagement der Mitarbeiter

Engagierte und überzeugte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter füllen das Thema Nachhaltigkeit mit Leben. Ihr Umwelt- und Sicherheitsbewusstsein schärfen wir fortlaufend durch entsprechende Informationen und Schulungen.

Auszeichnung für unseren zweiten Nachhaltigkeitsbericht

Der **FP** Nachhaltigkeitsbericht für das Jahr 2018 mit dem Titel »ACT SUSTAINABLY – Vision und Werte im Einklang« ist ausgezeichnet! Das befand auch die League of American Communications Professionals (LACP). Gleich in zwei Kategorien konnte unser Bericht die Jury überzeugen, so gewann der Bericht 2019 den Inspire Award Platinum für Excellence im Bereich Global Communications und den Spotlight Award Platinum im Bereich Corporate Publishing. Damit ist unser **FP** Nachhaltigkeitsbericht weltweit die Nummer zehn unter allen in jenem Jahr eingereichten Berichten. Bewertet wurden dabei Botschaften, Gesamteindruck, Gestaltung, Kreativität und Verständnis.

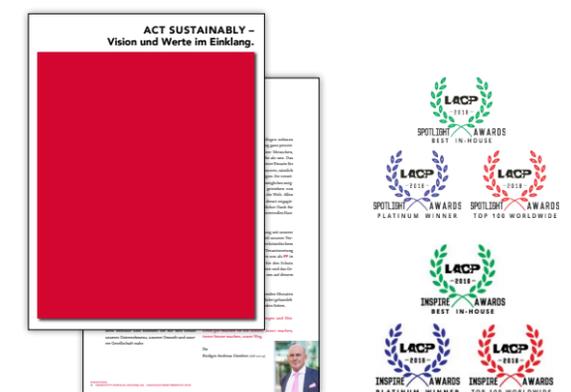


Abbildung 1: Die Auszeichnungen der LACP 2018

1.7 Stakeholder-Management Den Anspruchsgruppen gerecht werden

Mit unserer Wachstumsstrategie **ACT** haben wir die Bedürfnisse und Erwartungen unserer Stakeholder (interessierten Parteien) in den Fokus gerückt. Ihre genaue Kenntnis ist maßgebliche Voraussetzung unseres unternehmerischen Erfolgs – sie prägen nicht nur unsere Absatzmärkte, sondern bestimmen auch die regulatorischen Rahmenbedingungen und unsere Reputation als globaler Konzern. Deshalb suchen und pflegen wir den Dialog mit unseren Stakeholdern sowohl auf Konzernebene als auch vor Ort in den Regionen, in denen wir weltweit tätig sind.

Wer sind unsere Stakeholder? Im Wesentlichen lassen sie sich in sechs Gruppen gliedern: Mitarbeiter, Kunden, Aktionäre, Lieferanten, der Gesetzgeber und die Nichtregierungsorganisationen unserer Branche sowie ganz allgemein die Öffentlichkeit – ein Netzwerk an Beziehungen, das in gleichem Maße wie unsere Marktpräsenz wächst (GRI 102-40, GRI 102-42).

FP führt einen fortlaufenden Dialog mit diesen Anspruchsgruppen, um gute und enge Partnerschaften auf- und auszubauen. Darüber hinaus vernetzen sich Konzernbereiche und Tochtergesellschaften, sobald es um übergreifende Themen geht.

Unsere Mitarbeiter

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind die Triebfeder für das Wachstum und die Profitabilität unseres Unternehmens. Ein entsprechendes Augenmerk legen wir auf ihre Förderung. Dazu zählen Maßnahmen, denen sich unser Unternehmen gerade mit der Wachstumsstrategie **ACT** verschrieben hat: Regelmäßige Mitarbeiterbefragungen, angenehme Arbeitsbedingungen und aktive, offene und vertrauensvolle Kommunikation.

Unsere Kunden

Mit unserer Wachstumsstrategie **ACT** rücken unsere Kunden noch stärker in den Vordergrund. Erklärtes Ziel ist es, sie entlang ihrer Customer Journey nicht nur zu begleiten, sondern schon vorausblickend zu beraten. Insofern nutzen wir den regelmäßigen Austausch mit unseren Kunden entweder in agilen Entwicklungsprozessen oder auch über das klassische Medium der Kundenbefragung und der Marktvorbaustudien.

Unsere Aktionäre

Als börsennotiertes Unternehmen halten wir engen Kontakt zu unseren Aktionären und dem Kapitalmarkt und führen einen transparenten Dialog mit ihnen. In der jährlichen Hauptversammlung, nehmen die Aktionäre der **FP** ihre Stimm- und Kontrollrechte wahr. Sie wählen die Mitglieder des Aufsichtsrats, nehmen auf der Hauptversammlung den festgestellten Konzern- bzw. Jahresabschluss und die entsprechenden Lageberichte entgegen und beschließen gegebenenfalls über die Verwendung des Bilanzgewinns und über die Entlastung der Mitglieder des Aufsichtsrats und des Vorstands. Ebenfalls wählen die Teilnehmer der ordentlichen Hauptversammlung in jedem Geschäftsjahr den Abschlussprüfer.

Unsere Aktionäre haben die Möglichkeit, ihre Stimmrechte selbst auszuüben oder sie durch einen Bevollmächtigten ihrer Wahl – auch durch eine Vereinigung von Aktionären – ausüben zu lassen. Zudem wird den Aktionären die persönliche Wahrnehmung ihrer Rechte erleichtert, indem die Gesellschaft einen Stimmrechtsvertreter zur Verfügung stellt, der auch während der Hauptversammlung zu erreichen ist. Gemäß Satzung ist eine Briefwahl nicht vorgesehen. Wir veröffentlichen die für die Hauptversammlung verlangten Unterlagen zusammen mit der Tagesordnung für die Aktionäre direkt zugänglich auf unserer Internetseite. Im gleichen Zuge werden die Unterlagen den Aktionären durch ihre Banken direkt übermittelt.

Somit bietet die ordentliche Hauptversammlung einmal pro Jahr allen Eigentümern des **FP**-Konzerns die Gelegenheit für einen direkten Dialog mit dem Management des Konzerns. Bei der Hauptversammlung am 28. Mai 2019 in Berlin waren 40,96 % des stimmberechtigten Aktienkapitals vertreten.

Die Strategie der **FP** ist auf eine nachhaltige Steigerung des Unternehmenswertes ausgerichtet. Kontinuierlicher, offener und transparenter Dialog mit allen Kapitalmarktteilnehmern hat für das Unternehmen höchsten Stellenwert. Der Vorstand und das Investor Relations-Team nutzen Einzelgespräche, Investorenkonferenzen und Roadshows, um das Geschäftsmodell des Unternehmens zu erläutern und seine Potenziale aufzuzeigen. Im Geschäftsjahr 2019 hat der **FP**-Konzern seine IR-Aktivitäten weiter ausgebaut. So präsentierte der **FP**-Vorstand das Unternehmen auf zahlreichen Konferenzen und Veranstaltungen im Jahr 2019.

Der intensive Austausch mit Investoren genießt bei **FP** eine hohe Bedeutung. Im Rahmen zahlreicher intensiver Investorenkonferenzen oder Investorengespräche in Frankfurt, München, Hamburg, Warschau, Wien und Budapest konnten sich eine Vielzahl von interessierten Investoren ein Bild von **FP**, der **ACT**-Strategie und den daraus resultierenden Perspektiven machen. Im November 2019 schlossen der Vorstand und das IR-Team den Konferenzkalender auf dem regelmäßig im November stattfindenden Deutschen Eigenkapitalforum in Frankfurt, der europaweit wichtigsten Plattform für Eigenkapitalfinanzierungen mittelständischer Unternehmen, ab. Darüber hinaus fanden im Verlauf des Berichtsjahrs weitere Termine sowie zahlreiche persönliche und telefonische Einzelgespräche statt. Eine Vielzahl dieser Einzelgespräche mit Investoren, Analysten und Interessenten fand in der Berliner Konzernzentrale statt. Im Vergleich zum Vorjahr wurden die IR-Aktivitäten insgesamt weiter intensiviert, was zugleich zeigt, dass das Interesse an der **FP**-Aktie deutlich zunimmt.

Gesetzgeber und Organisationen

(GRI 102-12, GRI 102-13)

Nach wie vor ist der Markt, in dem wir uns bewegen, streng reguliert, und an diese Regeln halten wir uns. Hierzu tauschen wir uns regelmäßig mit den jeweiligen Behörden und Institutionen aus. Ebenso pflegen wir Beziehungen zu Branchenverbänden und anderen gesellschaftlichen Organisationen. Über den BITKOM e. V., den Bundesverband Briefdienste e. V. und den SIBB – Verband der Digitalwirtschaft Berlin-Brandenburg unterstützen wir wichtige Themen, die für unsere Geschäftstätigkeit relevant sind. Mit der Unterstützung des Stifterverbands

für die Deutsche Wissenschaft bis Ende 2019 nehmen wir unsere Verantwortung für Bildung und Wissenschaft wahr. Auf regionaler Ebene engagieren wir uns bei dem Allgemeinen Verband der Wirtschaft für Berlin und Brandenburg e. V. und bei Berlin Partner.

Seit 2017 ist **FP** Mitunterzeichner der Krypto-Charta des Digital-Gipfels der Bundesregierung. Die Unterzeichner der Krypto-Charta setzten sich für sichere Infrastrukturen und eine sichere Verschlüsselung ein, damit die Digitalisierung ihr volles Potenzial für die deutsche Gesellschaft und Wirtschaft entfalten kann.

Seit Ende 2018 engagiert sich **FP** bei der American Chamber of Commerce in Deutschland und unterstützt aktiv die Förderung der transatlantischen Beziehungen.

Unsere Lieferanten

Wir pflegen langfristige, von partnerschaftlichen Aspekten geprägte Beziehungen zu unseren Lieferanten und messen ihnen einen hohen Stellenwert in der täglichen Beschaffung bei. Damit sichern wir die nachhaltige Belieferung unserer Produktion mit den benötigten Materialien.

Öffentlichkeit

Als börsennotiertes Unternehmen pflegen wir intensiv die Beziehung zur Öffentlichkeit. Mit unserer Transparenz gehen wir weit über die durch Gesetz oder Börsenvorschriften vorgegebenen Anforderungen hinaus.

Austausch und Berichtswesen

Der Austausch zwischen all unseren 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 102-21).

1.8 Über unseren dritten Nachhaltigkeitsbericht

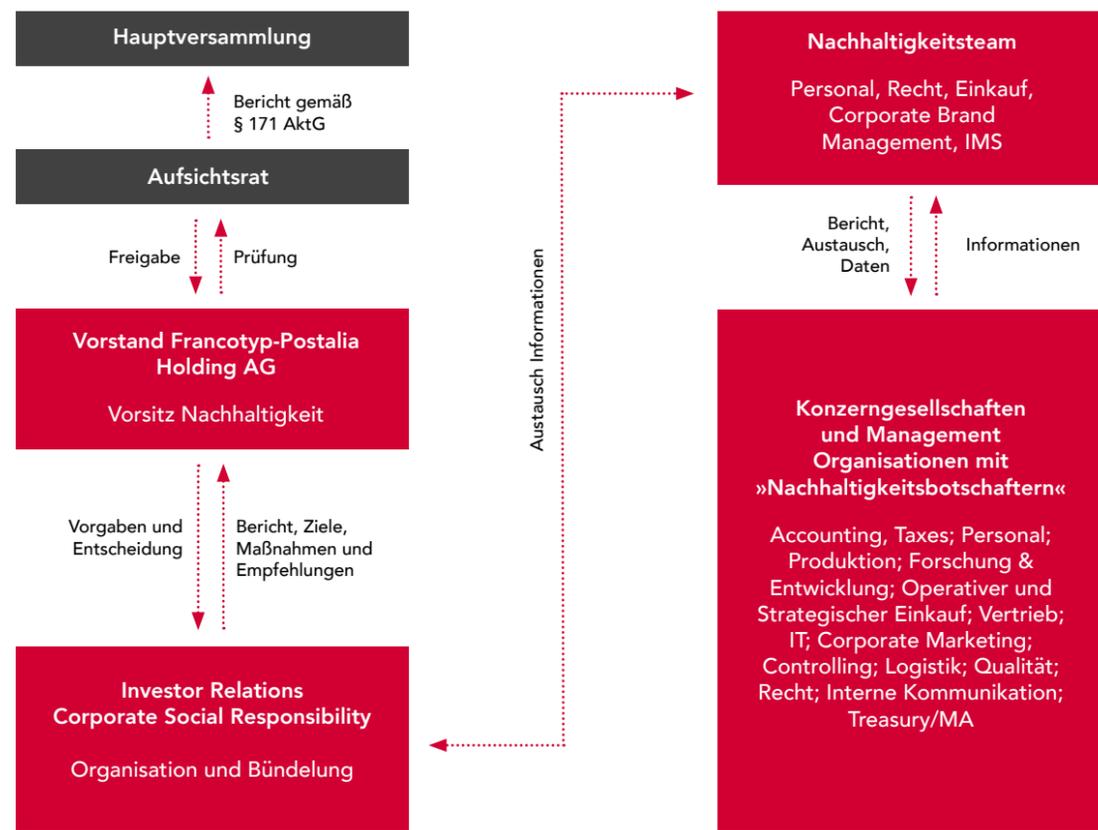
Erfolgreiche Transformation fordert Nachhaltigkeit – Transformation heißt Verantwortung. Dieser Verantwortung stellen wir uns mit unserem täglichen Handeln.

Bereits vor drei Jahren haben wir ein Nachhaltigkeitsteam gegründet, das sich seither intensiv um diesen Themenkreis kümmert und regelmäßig darüber berichtet. Die resultierenden Erkenntnisse und Fragestellungen werden in dafür eingerichteten Gremien sowie in den Vorstands- und Aufsichtsratssitzungen regelmäßig diskutiert (GRI 102-20, GRI 102-21, GRI 102-27, GRI 102-32, GRI 102-33).

UNSERE STAKEHOLDER-GRUPPEN



STRUKTURELLE ORDNUNG IN DER BERICHTSKETTE



1.8.1 Berichtsstandards und Berichterstattungsprinzipien – Alles streng nach GRI Sustainability Reporting Standards (SRS)

Um die Nachhaltigkeitsberichterstattung auf allen Ebenen vergleichbar und für die kommenden Jahre weiterhin verlässlich zu gestalten, richten wir uns (wie auch im vergangenen Jahr 2018) für den Berichtszeitraum vom 1. Januar 2019 bis 31. Dezember 2019 nach den gültigen Sustainability Reporting Standards (SRS) der Global Reporting Initiative (GRI). Unsere Berichterstattung erfolgt jährlich, begonnen haben wir 2017 mit unserem ersten Nachhaltigkeitsbericht, der zweite Nachhaltigkeitsbericht wurde 2018 veröffentlicht (GRI 102-50, 102-51, GRI 102-52).

Die Global Reporting Initiative hat einen umfassenden Rahmen für eine vergleichbare Nachhaltigkeitsberichterstattung erarbeitet, der weltweit Anwendung findet¹. Darauf verweisen die in Klammern gesetzten Anmerkungen in unserem Bericht hin.

Unser dritter Nachhaltigkeitsbericht wurde in Übereinstimmung mit den GRI-Standards: Option Kern erstellt (GRI 102-54). Eine externe Prüfung des Berichts durch eine Wirtschaftsprüfungsgesellschaft oder einer anderen Institution wurde – wie in den Vorjahren – nicht vorgenommen (GRI 102-56). Entsprechend § 171 Aktiengesetz wurde unser dritter Nachhaltigkeitsbericht (einschließlich der nichtfinanziellen Erklärung gemäß § 289b-e, §§ 315b, c HGB) durch den Aufsichtsrat geprüft. Ansprechpartnerin für den Bereich Nachhaltigkeit ist Anna Lehmann, Referentin für Nachhaltigkeit und Investor Relations (GRI 102-53).

Wichtige Änderungen im Umfang und in den Grenzen der Aspekte im Vergleich zum früheren Berichtszeitraum gab es, im Berichtsjahr 2019 nicht (GRI 102-48).

Unserem Nachhaltigkeitsbericht ist der GRI-Index beigelegt, welcher separat unter www.fp-francotyp.com/nachhaltigkeitsbericht abgerufen werden kann (GRI 102-55).

1.8.2 Wesentlichkeit der Themen und Bestimmung der Berichtsinhalte Wo liegen unsere Schwerpunkte?

Nach der Gründung unseres Nachhaltigkeitsteams im Jahr 2017 fanden zur Bestimmung der Wesentlichkeiten sowie der Berichtsinhalte verschiedene intensive Diskussionsrunden statt. Unter Berücksichtigung der Interessen unserer Stakeholder und unserer gesellschaftlichen Verantwortung analysierten wir wie im Vorjahr 2018 insgesamt 62 verschiedene Themen (2017: 54 Themen) aus den Bereichen Unternehmen, Kunden, Mitarbeiter, Produkte, Umwelt und Gesellschaft (GRI 102-46, GRI 102-47).

Hierbei betrachteten wir insbesondere die Aspekte der eigenen Geschäftstätigkeit, die wesentlich auf die Nachhaltigkeit einwirken. Dabei wurden ökonomische, ökologische und soziale Auswirkungen unseres Unternehmens auf die jeweiligen Aspekte ausführlich diskutiert und klas-

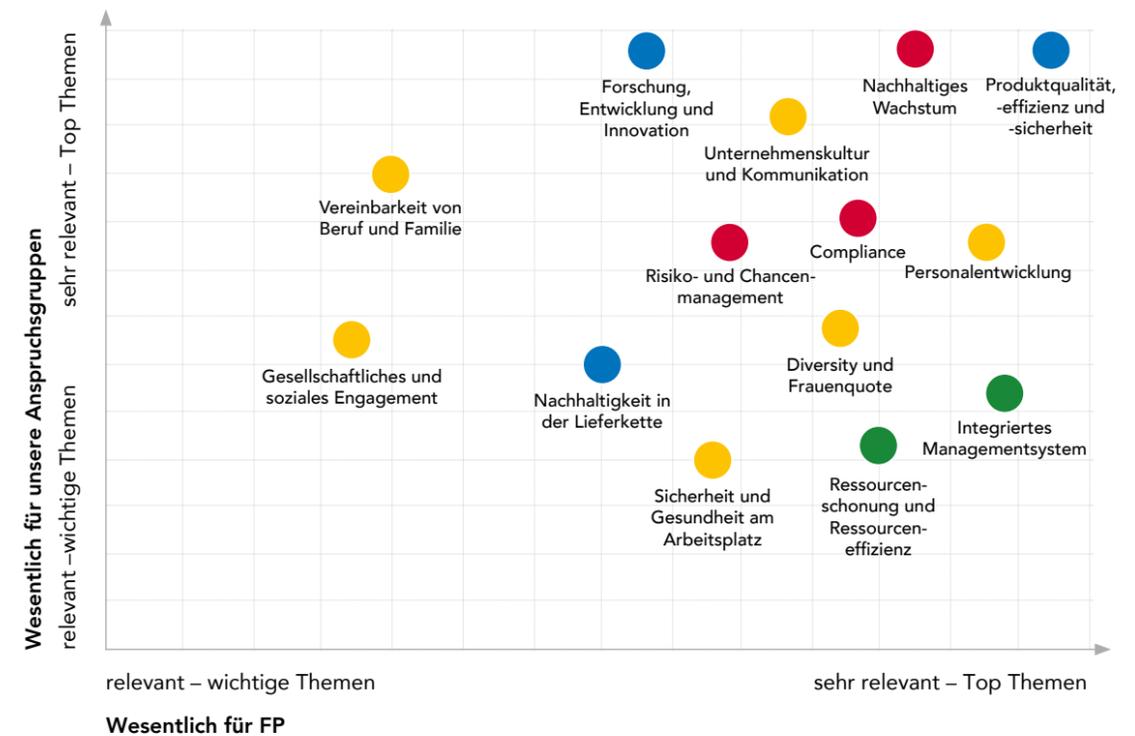
sifiziert. Signifikante Änderungen in unseren wesentlichen Themen und bei der Themenabgrenzung im Vergleich zum Vorjahr liegen nicht vor (GRI 102-49).

14 der vorliegenden Themen bewerteten wir als wesentlich und ordneten sie den vier Leitzielen unserer Nachhaltigkeitsstrategie **ACT SUSTAINABLY** zu. In unserer Matrix stellen wir die wesentlichen Themen sortiert nach Relevanz für unsere Anspruchsgruppen und für uns, als **FP**, dar. Über diese Themen werden wir in den folgenden Kapiteln umfassend berichten. Weiterhin geben sie die Struktur unseres Berichts vor (GRI 102-44).

Erklärung zur Definition nach §289c Abs. 2 HGB und DRS 20

Die vorgegebenen Themen und Aspekte in unserer Wesentlichkeitsmatrix und insbesondere die Vorgaben des CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes haben wir in unsere

FP WESENTLICHKEITSMATRIX



- ACT TO GROW Nachhaltiges Wachstum im Mailbusiness und in digitalen Kommunikationsprozesse
- ACT TOGETHER Stärkung nachhaltiger Unternehmensführung und nachhaltiger Unternehmenskultur
- ACT TO ACCOMPANY Weitere Verstärkung Fokus Kunde, Produkte und Service
- ACT TO PROTECT Verbesserung Ressourcenschutz und Steigerung Ressourceneffizienz

Betrachtung aufgenommen und um weitere für **FP** wesentliche Aspekte wie Innovation und Produktqualität erweitert. Alle wesentlichen Punkte unserer Wesentlichkeitsmatrix wurden dann wiederum zu Themenkomplexen zusammengefasst und den jeweiligen Leitzielen unserer Nachhaltigkeit zugeordnet.

Die Ableitung der Wesentlichkeiten sowie die Verwendung derartiger Aspekte ist ebenso eine Anforderung des Integrierten Managementsystems der **FP** (GRI 102-48). Im nächsten Schritt planen wir, zum Abgleich der Nachhaltigkeitsberichterstattung eine Befragung bei unseren ausgewählten Stakeholder-Gruppen durchzuführen und den gemeinsamen Dialog noch intensiver zu gestalten (GRI 102-43).

1.8.3 Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung gemäß § 289b-e, §§ 315b, c HGB

Mit dem Inkrafttreten des CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes (CSR-RUG) im April 2017 und den damit einhergehenden Berichterstattungspflichten ist die **Francotyp-Postalia Holding AG** verpflichtet, eine nichtfinanzielle Erklärung gemäß § 289b-e, §§ 315b, c HGB abzugeben.

In unserem Nachhaltigkeitsbericht für das Berichtsjahr 2019 ist die gesonderte und zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung, wie im Berichtsjahr 2018, mit allen hinreichenden Informationen der **Francotyp-Postalia Holding AG** und ihrer Tochtergesellschaften entsprechend dem CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz (CSR-RUG) sowie nach § 289b-, §§ 315b, c HGB integriert. Eine Unterscheidung zwischen den wesentlichen Informationen und Kennzahlen unserer Tochtergesellschaften und denen der Konzerngesellschaft nehmen wir nicht vor.

Unser Nachhaltigkeitsbericht enthält neben der Beschreibung unseres Geschäftsmodells alle Angaben, die für das Verständnis des Geschäftsverlaufs, des Geschäftsergebnisses, der Lage des Konzerns sowie der Auswirkungen auf die folgenden Aspekte erforderlich sind, ebenso alle wesentlichen Informationen zu Umweltbelangen, Arbeitnehmerbelangen, Sozialbelangen, der Achtung von Menschenrechten sowie der Bekämpfung von Korruption und Bestechung.

Den entsprechenden Index mit den jeweiligen Kapitelverweisen sowie den entsprechenden Informationen finden Sie im [Anhang](#).

Aufgrund der von den Rahmenwerken der Nachhaltigkeitsberichterstattung abweichenden Wesentlichkeitsdefinition des CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes hat die **Francotyp-Postalia Holding AG** bei der Erstellung der nichtfinanziellen Erklärung kein Rahmenwerk angewendet. Über die nichtfinanzielle Erklärung hinausgehende

Nachhaltigkeitsinformationen berichtet die **Francotyp-Postalia Holding AG** nach den gültigen Sustainability Reporting Standards (SRS) der [Global Reporting Initiative \(GRI\)](#).

2. ACT TO GROW

2.1 Nachhaltiges Wachstum im sicheren Mail-Business und in sicheren digitalen Kommunikationsprozessen (GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3)

Unsere Zukunft kommt aus unserer Geschichte. Der Geschichte eines nunmehr fast 100-jährigen Unternehmens, dessen Werden im Qualitätsversprechen Made in Germany fest verwurzelt ist, in der Neugier und dem Willen unserer Ingenieure, für unsere Kunden immer Neues zu schaffen.

Sicheres Mail-Business – Sichere digitale Kommunikationsprozesse

Dies bleibt ebenso Credo über all die Jahre: Kundenorientierter Fortschritt, der sich in erfolgreichen Angeboten und Produkten ausdrückt. In diesem immens angewachsenen Ingenieurwissen in den Entwicklungs- und Produktbereichen Sensorik, Aktorik, Kryptografie und Konnektivität liegt unser Potenzial, das Potenzial für neue Kunden in neuen Märkten. Auch für das Internet der Dinge, diesen bedeutenden Markt der globalen Zukunft, sind wir gerüstet: Denn unser Markenkern Sicherheit wird hierbei eine große Rolle spielen.

FP = sichere digitale Kommunikation

2.1.1 Nachhaltige Unternehmenswertsteigerung Aus Sicht der Investoren

Für unsere Anteilseigner stehen der übergreifende Unternehmenserfolg, der sich angemessen im Börsenkurs widerspiegeln soll, sowie die Dividendenpolitik im Vordergrund. Sie erwarten, dass sich ihre Investition rentiert, durch eine Steigerung des Börsenkurses ihrer Anteilscheine sowie begleitend durch die Ausschüttung von Anteilen am Unternehmensgewinn (Dividende).

Den Anteilseignern ist das ganze Unternehmen, wir die **FP**, maßgeblich verpflichtet. Täglich verfolgen wir die Entwicklung des Börsenkurses. Dieser ist allerdings auch von externen Faktoren abhängig, wie beispielsweise dem allgemeinen Kapitalmarktumfeld, die der Einflussnahme durch das Unternehmen entzogen sind.

Blick auf die Aktie – ein gutes Börsenjahr 2019

Auf ein enttäuschendes Börsenjahr 2018 folgte an den internationalen Aktienmärkten 2019 eine kräftige Erholung. Insgesamt verbuchten die weltweiten Börsen trotz geopolitischer Risiken und dem Handelsstreit zwischen den USA und China deutliche Zugewinne. Auch die **FP**-Aktie konnte sich im Jahr 2019 über eine gute Entwicklung freuen und das Börsenjahr 2019 mit einem deutlichen Plus abschließen. Nach einem durchwachsenen Start in das Geschäftsjahr 2019 startete **FP** im zweiten Halbjahr eine Aufholjagd. Mit Erfolg: Das Umsatzziel wurde doch noch erreicht.

Unsere Aktie startete mit einem Kurs von 3,00 Euro in das Börsenjahr 2019 und erfreute sich einer guten Nachfrage mit entsprechender positiver Kursentwicklung. Dabei stieg insbesondere auch das Interesse institutioneller Investoren weiter an. So meldete die Obotritia Capital KgaA (»Obotritia«) im Januar 2019 die Überschreitung der Anteilsschwelle an der **Francotyp-Postalia Holding AG** von zehn Prozent. Ihren Höchststand erreichte die Aktie Anfang März 2019 bei 3,78 Euro. Anschließend folgte eine volatile Phase, wonach sich die Aktie rasch wieder stabilisieren konnte, insbesondere da abermals eine vermehrte Nachfrage auf Seiten institutioneller Investoren zu verzeichnen war. Anfang September 2019 meldete die Obotritia in der Folge auch das Überschreiten der 15-Prozentschwelle und ist seitdem größter Einzelaktionär der **FP**. Im weiteren Jahresverlauf bewegte sich die **FP**-Aktie in einem engen Kurskorridor um 3,50 Euro. Die guten Zahlen des dritten Quartals konnten den Kurs kurz beflügeln, ehe sie in den folgenden Wochen wieder leicht nachgab und das Jahr bei 3,45 Euro beendete. Damit hat unsere **FP**-Aktie im Verlauf des Jahres 2019 deutlich an Wert zugelegt und schloss mit einem Plus von 15,0 % ab.

Mit dieser positiven Performance setzte sich **FP** deutlich gegen seine beiden börsennotierten Wettbewerber im Kerngeschäft durch, die auf Jahressicht Kursverluste in Höhe von 32 % bzw. neun Prozent verkraften mussten. Die Investoren unterstützen erneut im Jahr 2019 die **ACT**-Strategie und den damit nachhaltigen Transformationskurs der **FP**.

Im Vergleich zum Vorjahr reduzierte sich das Handelsvolumen auf täglich durchschnittlich 15.000 **FP**-Aktien auf der Xetra-Plattform. Investoren mit einem langfristigen Anlagehorizont haben somit verstärkt in **FP** investiert. Der Höchstwert wurde am 23.08.2019 mit mehr als 139.000 gehandelten Stück an einem Handelstag erreicht.

Die Aktienanalysten, die die **FP**-Aktie regelmäßig verfolgen, verfestigten im Jahresverlauf 2019 ihre Überzeugung in Bezug auf die **ACT**-Strategie. Ebenso wurde das verbun-

dene hohe Kurspotential der Aktie weiter bestätigt. Zwei Analysten erhöhten zum Jahresende ihr Kursziel und setzten die Empfehlung für **FP** auf »Kaufen«, nachdem im Halbjahr die Empfehlung »Halten« herausgegeben wurde. Insgesamt wird die **FP**-Aktie von den folgenden fünf Analysehäusern begleitet: Baader Bank, Warburg Research, LBBW, Dr. Kalliwoda Research und GSC Research. Alle Analysten empfehlen die Aktie zum Kauf mit einem durchschnittlichen Kursziel von 4,90 Euro.

Mit der Wachstumsstrategie **ACT** und tiefgreifenden Maßnahmen zur Steigerung der Profitabilität, die wir konsequent umsetzen, wird auch eine nachhaltige Steigerung des Unternehmenswerts erzielt. Wir entfalten eine zunehmende Dynamik. Mit **ACT** ist der Weg der Transformation eingeschlagen. Und mit dem grundlegenden Umbau im Rahmen von **JUMP** schaffen wir die Voraussetzungen für nachhaltiges, profitables Wachstum.

Enge Kooperation von Vorstand und Aufsichtsrat

Die nachhaltige Steigerung des Unternehmenswertes ist das gemeinsame Ziel der engen Zusammenarbeit von Vorstand und Aufsichtsrat. In regelmäßigen Abständen erörtern Vorstand und Aufsichtsrat den Stand der abgestimmten strategischen Ausrichtung des Unternehmens. Über alle für das Unternehmen relevanten Fragen der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Finanz- und Ertragslage, der Risikolage, des Risikomanagements, der internen Rechnungslegung und der Compliance informiert der Vorstand den Aufsichtsrat ebenfalls regelmäßig, zeitnah und umfassend. Der Vorstand berichtet über eventuelle Abweichungen des Geschäftsverlaufs von den aufgestellten Plänen und Zielen und begründet diese. Die Art und Weise, wie der Vorstand informieren und berichten muss, hat der Aufsichtsrat in der Geschäftsordnung für den Vorstand festgelegt. Entscheidungen oder Maßnahmen, die die Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage des Unternehmens grundlegend verändern, und Geschäfte von wesentlicher Bedeutung bedürfen gemäß Geschäftsordnung des Vorstands der Zustimmung des Aufsichtsrats.

Unsere **ACT**-Strategie und entsprechende operative Strukturen sind wesentliche Faktoren, 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.

2.1.2 Marktanteile – Wachstum, aber nachhaltig

ACT bedeutet, dass wir unsere Marktanteile insbesondere im Fränkiermaschinenmarkt dauerhaft vergrößern werden. Wir werden in den weltweit attraktivsten Märkten USA und Frankreich unsere Aktivitäten deutlich verstär-

Die Geschichte der FP

Zugegeben – von der ersten Barfreimachungsmaschine bis zum digitalen Brief haben wir fast 100 Jahre gebraucht. Dennoch: Wir waren meistens schneller als alle anderen. Entdecken Sie unsere bewegte Unternehmensgeschichte und erfahren Sie, wie die Tüftler der 20er Jahre mit wegweisender Ingenieurskunst den Grundstein für die heutige **FP** gelegt haben.

Auch in Zukunft sind wir von **FP** ein verlässlicher und innovativer Partner für sicheres Mail-Business und sichere digitale Kommunikationsprozesse – für Sie und all die Menschen in Büros weltweit.

Hyperinfation
Postbeamten müssen stündlich wechselnde Werte per Hand auf Briefmarken schreiben.

Innovative Konstrukteure verwandeln eine Registrierkasse in die weltweit erste Frankiermaschine mit verstellbarem Portowert. Die Postfreistempler GmbH, Bielefeld, die spätere Francotyp GmbH, wird gegründet.

Das Modell A bringt mit Untergestell ganze 100 kg auf die Waage.

Die Francotyp A und das Nachfolgemodell Francotyp B versehen pro Stunde bis zu 4.000 Sendungen mit Freistempeln.

1920er

1930er

Erich Komusin
Der Konstrukteur meldet mit seiner Frau Hilbur bereits in den 20er Jahren mehrere Patente im In- und Ausland an. Die von ihm 1938 gegründete Freistempler GmbH, die spätere Postalia GmbH, ist bis zur Fusionierung 1983 der größte Konkurrent der Francotyp in Deutschland.

KOMUSINA Freistempler
Der Absenderfreistempler Komusina wird bis Anfang der 30er etwa 1.500 Mal produziert. Er kostet 635 Reichsmark.

Francotyp C
Die kleinste Francotyp-Maschine. Modell C ist für 1.070 Reichsmark zu haben.

1940er

Aus dem „Bügeleisen“ wird 1947 die D2. Von der Konkurrenz ironisch „Bügeleisen“ genannt, wird die Postalia in den Kriegsjahren 1940 bis 1945 rund 400 Mal in Frankreich produziert. Auf den Trümmern von Frankfurt beginnt das Unternehmen 1947 mit der Produktion der Postalia D2.

Kleinste Frankiermaschine der Welt

Francotyp nimmt 1946 die Produktion auf
Während die Postalia GmbH kurz nach dem Krieg Aufträge annimmt, ohne zu wissen, wann eine Lieferung möglich ist, stoppt Francotyp die Auftragsannahme. Die Produktionsstätten in Bielefeld sind teilweise zerstört. 1946 wird die Produktion in der Berliner Pankstraße eingeschränkt aufgenommen.

1983
Die Dachgesellschaft Francotyp-Postalia GmbH wird gegründet.

1980er

Erste vollautomatische Frankiermaschine der Welt

Modell EFS

Aus Feind wird Freund
Postalia wird 1969 erfolgreich an die Francotyp-Muttergesellschaft Anker Werke AG, Bielefeld verkauft. Erst einmal wird lediglich die Entwicklungskapazität beider Firmen zusammengefasst.

POSTALIA

Die neue Produktreihe Okafold ermöglicht das Falten, Kuvertieren, Verschließen und Frankieren in einer Poststraße.

1970er

Das neue Modell Francotyp A 9000 setzt mit 9.000 Sendungen pro Stunde neue Maßstäbe.

1960er

Großauftrag aus West-Berlin
1967 rüstet Francotyp 1.100 Lotto- und Totannahmestellen mit Sicherheitsstempelmaschinen des Typs Tempograph aus.

Postalia stellt weltweit auf Messen aus und beliefert unter anderem die japanische, türkische, holländische und österreichische Post mit Frankiermaschinen. Als erster nichtamerikanischer Hersteller erhält das Unternehmen 1960 eine US-Zulassung.

300.000 Mal verkauft

Francotyp und Postalia erobern die Welt
Die Postalia erhält 1949 ihre erste Auslandszulassung, bis 1963 ist sie in fast 50 Ländern vertreten.

1950er

Betriebsversuch am Postamt Berlin W 15
Der neuartige Straßenpostautomat wird von den Berlinern schnell „Beamtentod“ getauft.

1950 – Postalia D2 jetzt auch mit elektrischem Antrieb

Der ebenfalls elektrische Taxograph von Francotyp macht gleichzeitig Auslands-karriere – von Italien bis Kanada.

Mit diesen beiden handlichen Modellen beginnt die Verbreitung der Frankiermaschine in den kleinen Betrieben.

1991 kommt die T1000 auf den Markt, die später unter dem Namen Optimal zahlreiche Innovations- und Publikumspreise erhält.

1990er

Erste Thermotransfer-Frankiermaschine der Welt

Weltweit größte Durchlassstärke – 20mm

1997 wird Jetmail eingeführt. Vom Wiegen über den Brieftransport bis zum Drucken macht die Tintenstrahl-Frankiermaschine (fast) alles allein.

Von 1994 bis 2014 residiert Francotyp-Postalia in Birkenwerder bei Berlin.

Erster Anbieter von Frankiermaschinen

Börsengang
2006 geht FP erfolgreich an die Börse und übernimmt zwei Postdienstleister. Damit stärkt FP seine Position als Dienstleister für professionelle Postbearbeitung.

Übrigens:
2005 hat FP einen weltweiten Marktanteil von 10 Prozent, in Europa sind es 22 Prozent, in Deutschland sogar 50 Prozent.

2000er

Frankierungen müssen ab 2004 den FRANKIT-Anforderungen der Deutschen Post entsprechen und unter anderem maschinenlesbar sein.

Optimal 30
Der T1000-Nachfolger erhält ein innovatives User-Interface und einen neuen Thermodruckkopf für eine höhere Auflösung.

Aus der Produktionsstätte in Birkenwerder wird in 86 Länder geliefert.

2010er

FP Sign
Gemeinsam mit der Bundesdruckerei bietet FP sichere digitale Signatur- und Siegelösungen für Unternehmen an.

Hybridmail
2010 präsentiert FP auf der CeBIT Hybridmail, einen Online-Brief, der per Mausklick zur Post geht.

Die FP-Tochter Mentana-Claimssoft wird erster DE-Mail-Anbieter

Zurück nach Berlin
2014 beziehen mehr als 200 FP-Mitarbeiter ihre neuen Büros in der Prenzlauer Promenade 28.

PostBase
Mit PostBase macht FP den nächsten Schritt in Richtung Briefkommunikation 2.0.

Erster Frankiermaschinen-Anbieter mit Energy Star 2.0

German Mailgeneering

Digital? Oh ja. Für Millionen Menschen, die auf der ganzen Welt arbeiten, sind wir von FP ein verlässlicher und smarter Partner für schnelle und sichere Kommunikation.

Effizienz und Sicherheit
Innovationen rund um digitale Kommunikation und Geschäftsverkehr sind Teil unserer DNA und stehen im Mittelpunkt unserer Forschung.

2.500 Patente und es werden mehr.
Seit unseren Anfängen vor fast 100 Jahren sind wir von FP von Erfindergeist geprägt. Heute wie damals gehen wir mit großen Schritten in die Zukunft.

Schon gewusst?
Wir waren schon 1983 voll digital. Die EFS war das erste volllastungssteuerte Frankiersystem der Welt.

Made in Germany
Alles begann in Berlin. Wir besinnen uns auf unsere Wurzeln und setzen auch im 21. Jahrhundert auf technische Qualität – German Mailgeneering eben.

ken. Wir bieten eine Vielzahl innovativer Produkte, die für Unternehmen und Behörden gleichermaßen interessant sind. Unser Produktportfolio deckt die Bedürfnisse unserer Kunden umfassend ab.

Mit insgesamt rund 216.000 installierten Frankiersystemen verbesserte sich unser globaler Marktanteil seit Anfang 2016 von knapp 10 % auf mehr als 12 %; damit ist **FP** weltweit weiterhin der drittgrößte Anbieter. In Deutschland und Österreich sind wir mit einem Marktanteil von rund 43 % bzw. 53 % Marktführer.

Der weltweite Vertrieb erfolgt über Tochtergesellschaften in Deutschland, den USA, Kanada, Großbritannien, den Niederlanden, Belgien, Frankreich, Österreich, Italien und Schweden sowie über ein dichtes Händlernetzwerk in rund 40 Ländern weltweit.

Im Rahmen des **ACT**-Projekts **JUMP** wurde die Vertriebsstruktur neu aufgestellt. So erfolgt der weltweite Vertrieb in drei Regionen:

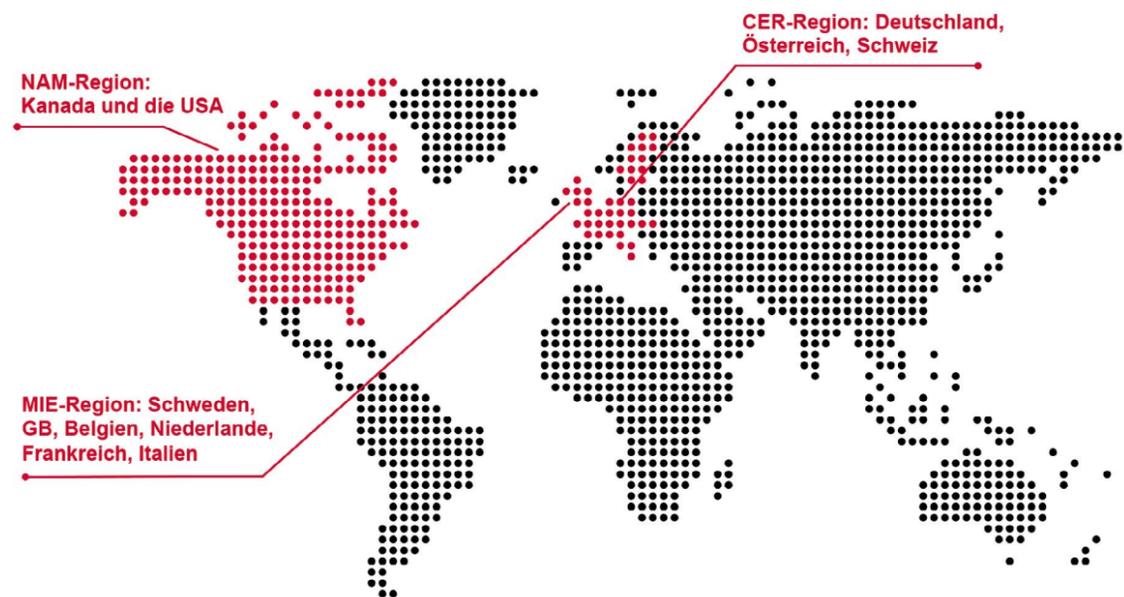
- NAM – North America (USA und Kanada)
- CER – Central Region (Deutschland, Österreich und die Schweiz) sowie
- MER – Middle Europe (übrige europäische Länder und Händlernetzwerk).

Der Trend ist weiterhin auf unserer Seite

In vielen Märkten profitierte **FP** auch im Geschäftsjahr 2019 von dem anhaltenden Trend hin zu kleineren Frankiersystemen. Wir konzentrieren uns traditionell auf das A- sowie das B-Segment für Frankiersysteme und verfügen mit der PostBase-Familie über innovative Frankiersysteme für kleinere und mittlere Briefaufkommen. Mit der Markteinführung unserer neuen Produktgeneration der *PostBase Vision* im Jahr 2019 haben wir unsere Technologieführerschaft bei kleinen und mittleren Frankiersystemen weiter gefestigt.

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. Die Ausweitung der Kundenbasis hat auf diese Weise positive Effekte auch für andere wesentliche Faktoren, wie etwa die Kundenzufriedenheit und die Sicherung der Arbeitsplätze bei **FP**.

AUS ZEHN LÄNDERN WURDEN DREI REGIONEN



2.2 Compliance – Wir spielen nach den Regeln (GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3)

Die von Vorstand und Aufsichtsrat definierten Vorgaben zu Compliance und zu unserem Verhaltenskodex sind für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der **FP** – unter Berücksichtigung der Mitbestimmungsrechte der zuständigen Mitarbeitervertretungen – bei ihrem Handeln für das Unternehmen zu beachten und gelten weltweit. Unsere Compliance-Leitlinie definiert unseren Anspruch an die Einhaltung von rechtlichen sowie internen Vorgaben, um den Unternehmenserfolg zu fördern und Schaden vom Unternehmen abzuwenden.

Der Vorstand sorgt für die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen und der unternehmensinternen Richtlinien 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.

Unser Compliance-Management organisiert das Aufnehmen, Analysieren, Behandeln und Dokumentieren und Überprüfen betreffender Anforderungen. Unsere Unternehmenskultur ist von Vertrauen und gegenseitigem Respekt sowie dem Willen zur strikten Befolgung von Gesetzen geprägt und verbindlicher Maßstab für unser aller Verhalten. Dies ist nicht nur eine selbstverständliche Verpflichtung, sondern entspricht auch den Erwartungen sämtlicher Stakeholder.

Von zentraler Bedeutung ist die Beachtung rechtlicher und ethischer Regeln und Grundsätze. Regeln und Grundsätze sind, wie auch der verantwortungsbewusste Umgang mit Insider-Informationen, in der Compliance-Richtlinie festgeschrieben (GRI 205-2).

Unsere Grundsätze auf einen Blick

1. Wir sind weltweit unter Berücksichtigung anerkannter Standards tätig. Für uns zutreffende Gesetze und Regelungen – in Deutschland und an unseren ausländischen Standorten – sind strikt zu befolgen.
2. Wir übernehmen Verantwortung für unsere Mitarbeiter. Keinem Mitarbeiter darf aus der Einhaltung der Compliance-Vorgaben ein Nachteil erwachsen.
3. Führungskräfte haben Vorbildfunktion und sollen ihre Mitarbeiter dabei fördern, die Compliance-Vorgaben einzuhalten.
4. Wir beweisen bei unseren geschäftlichen Aktivitäten Aufrichtigkeit und Fairness sowohl unseren Geschäftspartnern gegenüber als auch in unserer internen Zusammenarbeit.

5. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden fortlaufend informiert und geschult, um diesen Verhaltenskodex im Geschäftsverkehr sowie im beruflichen Kontext zu beachten und umzusetzen.
6. Wir wollen in dem, was wir tun, ständig besser werden.
7. Verstöße sowie erhebliche potenzielle Interessenkonflikte sind dem jeweiligen Vorgesetzten oder dem Compliance Officer umgehend zu melden.

Der Vorstand der **Francotyp Postalia Holding AG** hat die Compliance Officer damit beauftragt, weltweit die Einhaltung dieses Verhaltenskodex zu fördern und zu überwachen. Alle Mitarbeiter der **FP** sind ihnen zu umfassender Auskunft über alle betreffenden Angelegenheiten verpflichtet.

Als Nachweise der Einhaltung von Vorgaben werden Aufzeichnungen geführt. Die Nichteinhaltung oder bewusste Verletzung unserer Compliance-Leitlinien sowie untergeordneter Dokumente (Prozesse, Richtlinien, Anweisungen) kann zu arbeitsrechtlichen Maßnahmen sowie straf- oder zivilrechtlichen Verfahren führen.

Wir verpflichten uns dazu, Situationen, in denen persönliche oder finanzielle Interessen von Mitarbeitern mit den Interessen von **FP** in Konflikt geraten oder die Gefahr einer Interessenkollision besteht, zu vermeiden. Dies betrifft insbesondere die wirtschaftliche Verbindung von Mitarbeitern zu Kunden, Lieferanten und Konkurrenten von **FP** sowie die Aufnahme von privaten Geschäftsbeziehungen zu ihnen (z. B. Beratungsverträge).

Unfairness? Wir verzichten ...

- ... auf die Annahme oder Gewährung von direkten oder indirekten Vorteilen, insbesondere von Rückvergütungen (»Kick-backs«), aber auch von persönlichen Geschenken und Einladungen von denen angenommen werden muss, dass sie geschäftliche Entscheidungen oder Transaktionen beeinflussen können.
- ... auf jegliche Handlungen, die geeignet sind, Beamten und sonstigen Mitarbeitern der öffentlichen Hand direkte oder indirekte Vorteile zu verschaffen,
- ... im Umgang mit Geschäftspartnern auf jegliche Handlungen, die geeignet sind, Entscheidungen des Empfängers unzulässig zu beeinflussen.
- ... auf die Einschaltung Dritter (z. B. Berater, Makler, Sponsoren, Vertreter oder andere Vermittler) zur Umgehung der oben genannten Regelung.
- ... auf die Gewährung von direkten oder indirekten Spenden an politische Organisationen, Parteien und einzelne Politiker ohne vorherige Genehmigung (2019: keine direkte oder indirekte Spende, GRI 415-1).

Dennoch sind Rechtsverstöße durch individuelles Fehlverhalten nie ganz auszuschließen. Mitarbeiter und Dritte haben die Möglichkeit, Fehlverhalten im Unternehmen zu melden.

FP unterliegt mit allen Tochtergesellschaften und ihren Prozessen im Rahmen unseres Risikomanagementsystems der regelmäßigen Risikobewertung auch hinsichtlich aller Compliance-Risiken. Diese regelmäßigen Abfragen decken das Korruptionsrisiko ab (GRI 205-1).

Ja zum Wettbewerb

Wir verpflichten uns zu fairem und offenem Wettbewerb auf den Märkten der Welt und nehmen daher strikt Abstand von:

- wettbewerbs- oder kartellrechtswidrigen Praktiken zwischen Wettbewerbern, Lieferanten und sonstigen Unternehmen, zum Beispiel gesetzeswidrigen Angebotsabsprachen, die den Wettbewerb ausschließen, beschränken oder verzerren
- dem Austausch von Wettbewerbsinformationen
- dem Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung
- Verstößen gegen die Vorschriften der kartellrechtlichen Fusionskontrolle

Im Berichtszeitraum gab es bei **FP** kein bekanntes Rechtsverfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Kartell- und Monopolbildung (GRI 206-1).

Kriterien für Lieferanten und Kunden

Bei Lieferanten und Kunden verpflichten wir uns, Kauf- und Verkaufsentscheidungen insbesondere aufgrund folgender Kriterien zu treffen: Kosten, Lieferzeit, Qualität, Technologie, Reaktion, Einhaltung der Liefertermine, finanzielle Stabilität des Lieferanten/Kunden, Umwelt- und Informationssicherheitsaspekte, Einhaltung von Anti-Terror-Gesetzen sowie Einhaltung von Menschen- und Arbeitnehmerrechten.

Wir sind bei der Erbringung unserer Dienstleistungen und dem Vertrieb unserer Produkte ein weltweit handelndes Unternehmen und verpflichten uns, nationale und internationale Vereinbarungen (insbesondere Exportkontrollvorschriften, Embargo- und Handelskontrollbestimmungen) einzuhalten.

Pro Menschen- und Arbeitnehmerrechte

Wir respektieren die international anerkannten Menschenrechte und unterstützen ihre Einhaltung. Wir lehnen jegliche Form der Zwangs- und Kinderarbeit strikt ab (GRI 408-1, GRI 409-1). Wir erkennen das Recht aller Mitarbeiter an, Gewerkschaften und Arbeitnehmervertretun-

gen auf demokratischer Basis im Rahmen innerstaatlicher Regelungen zu bilden (GRI 407-1). Das Recht auf eine angemessene Vergütung wird für alle Beschäftigten anerkannt. Die Entlohnung und die sonstigen Leistungen entsprechen mindestens den jeweiligen nationalen und lokalen gesetzlichen Normen bzw. dem Niveau der nationalen Wirtschaftsbereiche/ Branchen und Regionen. Wir überprüfen die Einhaltung der Menschenrechte an unseren deutschen und internationalen Standorten nicht zusätzlich, da an diesen Standorten vergleichbar hohe Standards vorausgesetzt werden können und die Achtung der Menschen- und Arbeitnehmerrechte für **FP** ein Selbstverständnis ist (GRI 412-1). Wir pflegen zu all unseren Stakeholdern eine gute Beziehung, arbeiten nach unseren Führungsgrundsätzen und haben uns unserer Unternehmenspolitik verschrieben (GRI 412-2).

Es gab keine erheblichen Investitionsvereinbarungen und -verträge, die Menschenrechtsklauseln enthalten haben oder auf Menschenrechtsaspekte geprüft wurden, ebenso sind wir nicht in Risikoländern tätig oder investieren in diese (GRI 412-3).

Contra Terror und Geldwäsche

Wir verpflichten uns dazu, keinerlei Geschäftsbeziehungen zu Personen, Gruppen, Lieferanten oder Organisationen einzugehen, für die aufgrund einer Sanktion ein umfassendes Verfügungsverbot besteht. Wir verlassen uns darauf, dass Banken im Rechtsgebiet der EU entsprechend den europäischen und nationalen Anti-Terror-Gesetzen ihre Geschäftskontakte überprüfen und dementsprechend nur gesetzeskonforme Geschäftsbeziehungen pflegen. Vor diesem Hintergrund verpflichten wir uns – bezogen auf unsere europäischen Unternehmensteile – Geschäftsbeziehungen ausschließlich zu Partnern zu unterhalten, die ein Geschäftskonto bei einer europäischen Bank führen.

Wir nehmen Abstand von Geschäften, bei denen wir den Verdacht haben, sie könnten dem Umtausch oder Transfer von Geldern oder der Einschleusung von sonstigen Vermögensgegenständen in den legalen Wirtschaftskreislauf dienen, die unmittelbar oder mittelbar aus vorangegangenen Straftaten stammen und beachten die nationalen und internationalen Geldwäschevorschriften.

Kontinuierliche Überprüfung

Umfang und Intensität unserer Compliance-Aktivitäten ergeben sich aus einer konzernweiten Risikoanalyse, die halbjährlich durchgeführt wird, sowie aus eventuell auftretenden aktuellen Ereignissen. Das Risiko individueller Rechtsverstöße wird durch fortlaufende Information und Schulung minimiert. Aufgedecktes Fehlverhalten wird unverzüglich und konsequent verfolgt. Die unternehmen-

sinterne Compliance-Richtlinie dient allen Mitarbeitern und an allen unseren Standorten zur Orientierung für ein integriertes Verhalten im Geschäftsverkehr (GRI 205-1). Führungskräfte und Mitarbeiter werden regelmäßig und verpflichtend zur Compliance-Richtlinie geschult (GRI 205-2).

Gemeinsam mit externen Dienstleistern finden Audits hinsichtlich der Einhaltung weiterer rechtlicher Vorgaben statt. Im Berichtsjahr 2019 gab es unserer Kenntnis nach keinen Korruptionsfall (GRI 205-3).

2.2.1 Informationssicherheit und dessen Management

Wir wissen seit mehr als 97 Jahren, dass Datensicherheit für unser Geschäft unverzichtbar ist und handeln danach. Unser Integriertes Managementsystem ist in Bezug auf Informationssicherheit für unsere relevanten Unternehmensteile entsprechend zertifiziert. Alle Unternehmens- und Compliance-Leitlinien für den Datenschutz gelten weltweit.

Der Beauftragte des Managements (BdM), der Chief Information Security Officer (CISO), gewährleistet ein hohes Sicherheitsniveau mit Unterstützung des Notfallbeauftragten (NoB), der an den Berliner Standorten verantwortlichen Information Security Officer (ISO) und der dort tätigen Sicherheitsbeauftragten. An den Berliner Standorten sind außerdem lokale Notfallbeauftragte (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 Cyber-Angriffe bewusst und übernimmt auch bei diesem Thema Führung und Verantwortung, so wie es im IT-Sicherheitsgesetz verlangt wird. In diesem Kontext wurden Maßnahmen umgesetzt, die dafür sorgen, dass bei Sicherheitsvorfällen unverzüglich das Management eingeschaltet wird.

Vorhandene Zertifikate

In Zusammenarbeit mit dem Beauftragten für das Integrierte Managementsystem des Unternehmens (IMB) konnte das Zertifikat zum Informationssicherheits-Managementsystem (ISO/IEC 27001) der **FP**-Tochter IAB am Standort Berlin-Adlershof im Jahr 2019 um weitere drei Jahre verlängert werden. Unser Informationssicherheits-Managementsystem ist deutschlandweit vernetzt und wird in den kommenden Jahren fortlaufend im Sinne unserer Anspruchsgruppen weiterentwickelt. Zudem hat die **FP-Tochter Mentana-Claimsoft** das IT-Sicherheitszertifikat TR-RESISCAN des Bundesamts für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) für das rechtssichere ersetzende Scannenden Betrieb ihrer De-Mail-Infrastruktur.

2.2.2 Datenschutz, EU-Datenschutz-Grundverordnung und Datensicherheit

Wir treffen umfassende Vorkehrungen zum Schutz personenbezogener Kunden- und Mitarbeiterdaten. Hierzu haben wir im Sinne unserer Compliance-Leitlinie Prozesse und Regeln festgelegt, die sicherstellen, dass der Umgang mit diesen Daten den Anforderungen der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) bzw. dem Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) genügt. Dies dokumentieren wir in unserem Integrierten Managementsystem. Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden durch Datenschutzbeauftragte regelmäßig zum Thema 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. Dessen Experten prüfen dann unverzüglich die Fakten und Auswirkungen und leiten entsprechende Maßnahmen ein. Sicherheitsvorfälle teilt das ISO-Team in drei Kategorien ein: gering, normal, kritisch. Etwaige Vorfälle werden im quartalsweisen IMS-Report aufgeführt. Die Kategorien werden entsprechend gewichtet, sodass in den laufenden Jahren ein Referenzwert von 15 gilt. Im Jahr 2019 lag der Istwert bei 7,6 und damit gegenüber dem Vorjahr (11,0) deutlich verbessert.

Um der Meldepflicht nach § 33 DSGVO bei der Verarbeitung personenbezogener Daten zu genügen, stimmt sich die Fachabteilung vor der Erfassung mit dem Datenschutzbeauftragten ab. Bei Bedarf werden von der IT die Verfahrensverzeichnisse aktualisiert und dem Datenschutzbeauftragten zur Verfügung gestellt. Die Verfahrensverzeichnisse werden für behördliche Prüfungen archiviert.

Im Jahr 2019 sahen wir uns in den USA einem Angriff ausgesetzt. Unserer Kenntnis nach gab es im Jahr 2019 keine begründeten Beschwerden in Bezug auf die Verletzung des Schutzes von Kundendaten. Datenlecks, Datendiebstahl oder Datenverlust im Zusammenhang mit Kundendaten wurden im Jahr 2019 ebenfalls nicht bekannt (GRI 418-1).

2.3 Risiko- und Chancenmanagement: Wachsam in jeder Hinsicht

Chancen und Risiken frühzeitig zu erkennen und zu bewerten hilft uns, den Bestand unseres Unternehmens nachhaltig zu sichern und die Wettbewerbsfähigkeit kontinuierlich zu verbessern. Dementsprechend ist das Risiko- und Chancenmanagement integraler Bestandteil

unserer Strukturen. Der detaillierte Bericht zu diesem Thema findet sich im [Konzernlagebericht](#).

Organisation der Früherkennung

Das Risiko- und Chancenmanagement ist in die Steuerung und die bestehenden Strukturen der **FP** eingebunden, um mögliche Signale frühzeitig zu erkennen und zu bewerten und ist aus den strategischen Zielen abgeleitet. Der Chan- cenerkennung dienen hierbei unter anderem detaillierte Markt- und Wettbewerbsanalysen und Prognoseszena- rien sowie die intensive Auseinandersetzung mit relevan- ten Wert- und Kostentreibern. Für die Risiken ist ein Überwachungssystem nach § 91 Abs. 2 AktG eingerichtet. Dieses System dient auch der Früherkennung potentiell bestandsgefährdender Risiken. **FP** versteht das Risikoma- nagement als kontinuierlichen und durchgängigen Pro- zess.

Auch unterjährig neu identifizierte große Risiken werden unverzüglich an den Vorstand weiter-geleitet (Ad-hoc- Kommunikation). Das Risiko- und Chancenfrüherkennungs- system wird im Rahmen der Abschlussprüfung vom Ab- schlussprüfer evaluiert, um sicherzustellen, dass das System geeignet ist, mit hinreichender Wahr- scheinlichkeit alle potenziell den Bestand des Unterneh- mens gefährdenden Risiken rechtzeitig zu erfassen, zu bewerten und zu kommunizieren (GRI 102-29).

Für die Beobachtung, Bewertung und Meldung der Chan- cen und Risiken sind Berichtsverantwortliche benannt, die aus dem folgenden Personenkreis bestehen: Ge- schäftsführer der in- und ausländischen Gesellschaften, Bereichsleiter und Beauftragte innerhalb der implemen- tierten Managementsysteme (Qualitätsmanagement, Da- tenschutz etc.).

Die Berichtsverantwortlichen erheben für ihr Themenfeld die Chancen und Risiken und sind für die Realisierung der Chancen und Vermeidung der Risiken zuständig. Hierfür erhalten sie durch den Vice President Governance, Risk & Compliance halbjährlich eine Aufforderung zur Meldung ihrer Chancen und Risiken. Die Berichtsverantwortlichen entwickeln für ihr Themenfeld die zur Behandlung der erhobenen Risiken geeigneten Maßnahmenoptionen.

Hierbei überwacht der Vice President Governance Risk & Compliance die Implementierung einer einheitlichen Risi- kostrategie und Methodik der Identifikation, Analyse und Bewertung von Chancen und Risiken sowie die anschlie- ßende Chancenrealisierung und Risikobehandlung. Er wird dabei von einem sechsköpfigen Risikokomitee un- terstützt, das sich in regelmäßigen Abständen über die Iden- tifikation, Analyse und Bewertung von Chancen und Risi- ken abstimmt. Die Mitglieder evaluieren dabei alle von den Berichtsverantwortlichen gemeldeten Informationen,

wobei folgende Verantwortungsbereiche, unterteilt nach Risikoarten, definiert sind:

- I Marktbezogene Risiken
- II Operationelle Risiken
- III Finanzrisiken
- IV Regulierungs-, Rechts-Regulierung, Rechts- und Com- pliancerisiken
- V Reputations- und Markenrisiken
- VI Umwelt- und Nachhaltigkeitsrisiken

Die Gesamtverantwortung für das Risiko- und Chancen- managementsystem der **FP** liegt beim Vorstand. Der Vor- stand wird durch den Vice President Governance, Risk & Compliance über die aktuelle Risikosituation und die erarbeiteten Vorschläge informiert und ordnet gegeb- enfalls weitere Maßnahmen an. Nachdem der Vorstand den Konzernrisikobericht verabschiedet hat, wird er im zweiten Schritt an den Aufsichtsrat kommuniziert (GRI 102-33).

Bewertung

Der Ampel-Logik folgend erhalten rote und orange Risi- ken eine besonders hohe Aufmerksamkeit im Risikoma- nagement; sie werden als wesentlich betrachtet, rote gar als bestandsgefährdend. Auch gelbe und grüne Risiken werden aktiv weiter reduziert, wo dies wirtschaftlich sinn- voll ist, d. h. dass die Kosten der weiteren Risikoreduktion

die Absenkung des Schadenserwartungswerts voraus- sichtlich nicht übersteigen.

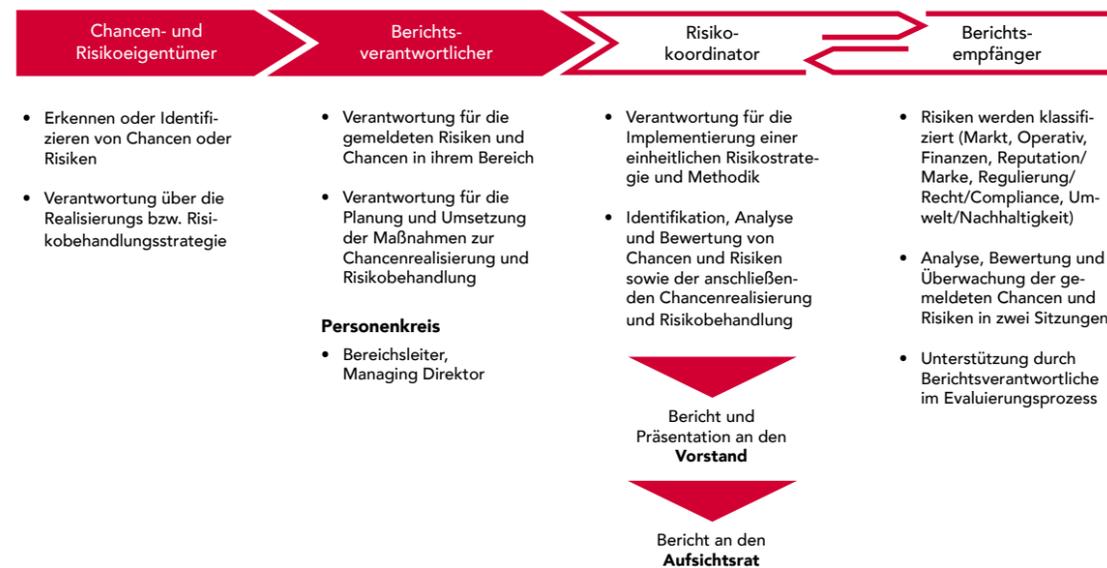
2.3.1 Risiken für FP

Zweimal im Jahr werden alle marktbezogenen Risiken, operationellen Risiken und Finanzrisiken sowie Regulie- rungs-, Rechts- und Compliance-, Reputations- und Mar- kenrisiken einschließlich der Umwelt- und Nachhaltig- keitsrisiken in der **FP** inventarisiert (GRI 102-31).

Die erfassten Risiken werden nach Maßgabe der mögli- chen Schadenshöhe und der Eintrittswahrscheinlichkeit danach beurteilt, ob sie wesentlich und gegebenenfalls bestandsgefährdend sind. Diese Risiken werden geson- dert festgehalten und weiter beobachtet. Um Aussage- kraft darüber zu erhalten, welche Risiken wesentlich sein können, werden alle Risiken gemäß ihrer Eintrittswahr- scheinlichkeit und der Höhe des möglichen Schadens in fünf verschiedene Klassen (1 bis 5) eingeteilt.

Mögliche weitere Risiken, die durch unsere Geschäftstät- tigkeit, unsere Produkte und Dienstleistungen sowie un- sere Zusammenarbeit mit Geschäftspartnern und Liefe- ranten im Hinblick auf die Nachhaltigkeit entstehen könnten, sind nicht erkennbar (GRI 102-11). Auch unsere [14 als wesentlich betrachteten Themen](#) besitzen keinerlei ökonomische, soziale oder Nachhaltigkeitsrisiken, die den Fortbestand der **FP** gefährden oder als wesentlich in un-

RISIKOMANAGEMENT BEI FP



ÜBERBLICK ÜBER DIE RISIKEN DES FP-KONZERNS

	Schadenshöhe	Eintrittswahrscheinlichkeit	Risikogruppe	Entwicklung ¹
Marktbezogene Risiken				
Änderungen des Kundenbedarfs aufgrund der digitalen Transformation	5	2	A	↘
Operationelle Risiken				
Erfolgreiche Umsetzung strategischer und operativer Projekte und Maßnahmen	4	3	A	↘
Motivations-, Burn-out- und Austrittsrisiko	4	3	A	↗ ²
Personalanpassungsrisiko	4	3	A	↘
Personalengpassrisiko	3	4	A	↘
Finanzrisiken				
Potenzielle Auswirkungen des Brexit auf die künftige Vermögens-, Finanz- und Ertragslage	3	4	A	↘
Übergreifendes Risiko				
Risiken aus der SARS-Cov2-Pandemie	5	2	A	neu

¹ Entwicklung Risikokennzahl im Vergleich zum Vorjahr 2019.

² Das Motivations-, Burn-out- und Austrittsrisiko wird in diesem Jahr erstmalig separat ausgewiesen. Zuvor war es Teil des Personalanpassungs- und des Personalengpassrisikos. Wäre es bereits im Vorjahr separat bewertet worden, hätte es sich 2019 erhöht.

↗ Erhöhtes/neues Risiko
 → Unverändertes Risiko
 ↘ Verringertes Risiko

serem Risikomanagementsystem angesehen werden. Eine detaillierte Beschreibung der einzelnen Risiken der **FP** findet sich im [Konzernlagebericht](#).

2.3.2 Chancen für **FP** Wachstum als digitaler Begleiter

Mit der **ACT**-Strategie hat der **FP**-Konzern bereits in 2016 seine Chancen in einem sich wandelnden Markt grundsätzlich überprüft und neu bewertet. Unsere Chancen für das Geschäftsjahr 2019 wurden primär qualitativ ermittelt und zusätzlich indikativ quantifiziert.

2019 haben wir die in 2016 getroffenen Annahmen über das Markt- und Trendumfeld noch einmal verifiziert und gleichzeitig die Erfolge bei der Umsetzung der einzelnen Strategiebausteine analysiert. Diese Analyse bestärkte uns nochmals in der Weiterverfolgung der Strategie **ACT**. Die sich im Rahmen der weiteren Strategieumsetzung bietenden Chancen werden daher im kommenden Geschäftsjahr mit noch größerem Fokus verfolgt werden. Insoweit knüpfen die Zukunftschancen 2020 unmittelbar an die im Vorjahr dargestellten Chancen an.

Im Rahmen der Strategie werden wir unsere bestehende Kundenbasis von rund 200.000 überwiegend kleinen und mittelständischen Unternehmen weiter ausbauen. Zugleich ergibt sich pro bestehendem Kunden und mit jedem neuen Kunden die Chance, diesen auf dem Weg der Digitalisierung zu begleiten und ihm über die klassische Sendungsverarbeitung hinaus Produkte rund um die sichere digitale Kommunikation anzubieten. Insgesamt führt dies zu einer stärkeren, nachhaltigen Kundenbindung und einem höheren, nachhaltig profitablen Wachstum pro Kunde.

Die **ACT**-Strategie berücksichtigt diese Chancen. Sie umfasst die drei Bestandteile **Attack**, **Customer Journey** und **Transformation**. Unsere Transformation beinhaltet auch die grundlegende Modernisierung und Neugestaltung von Aufbau- und Ablauforganisation zur Steigerung von Effizienz, Qualität und Geschwindigkeit. Sie wird nach nunmehr sorgfältiger Planung und Vorbereitung seit November 2018 im **ACT**-Projekt **JUMP** umgesetzt.

Um den Erwartungen der Stakeholder an die **FP** gerecht zu werden, wollen wir das kontinuierliche nachhaltige Wachstum des Unternehmens weiter vorantreiben und den mit **ACT** verbundenen eigenen Wandel noch schneller umsetzen, indem wir neue Chancen frühzeitig erkennen und erfolgreich nutzen. Eine detaillierte Beschreibung der einzelnen Chancen der **FP** findet sich im [Konzernlagebericht](#).

3. ACT TO ACCOMPANY Der Kunde im Fokus

(GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3)

Unser zweites Leitziel **ACT TO ACCOMPANY** gibt vor, dass wir eine langfristige und erfolgreiche Geschäftsentwicklung anstreben und zugleich einen positiven Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung leisten werden. Mehr als 200.000 Kunden bedeuten eine Vielzahl von Aufgaben und Herausforderungen, denen wir uns jeden Tag im Rahmen der unternehmerischen Nachhaltigkeit stellen. Hier setzt **ACT TO ACCOMPANY** an: Wir stellen unsere Kunden noch mehr in den Mittelpunkt unseres Handelns. Dafür entwickeln wir neue Produkte und Services entlang der Customer Journey.

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

Jeden Tag arbeiten wir daran, bestehende Kunden zu begeistern und neue Kunden für uns zu gewinnen. Wir entwickeln uns zum Begleiter bei der schrittweisen Digitalisierung von Prozessen rund um die ein- und ausgehende Geschäftskommunikation in Unternehmen und Behörden, bei IoT und in der Industrie 4.0 sowie z.B. bei der Gewinnung, Konsolidierung, Übermittlung, Verschlüsselung, Steuerung, Überwachung und Auswertung digitaler Daten und Prozesse. Denn: Wir sind mit unseren Produkten und unserem Service hervorragend aufgestellt, um die Digitalisierung aktiv mitzugestalten.

Ein Beispiel aus dem Mail Business: 81 % der Unternehmen nutzen für vertrauliche und wichtige Kommunikation nach wie vor den Geschäftsbrief, denn bei vielen Unternehmen herrscht Verunsicherung hinsichtlich der Vertraulichkeit, Sicherheit und Verbindlichkeit von digitalen Lösungen. Hier schlummert ein gigantischer Bedarf: 53 % der Unternehmen nutzen das Potenzial digitaler Alternativen noch nicht, jedoch sehen 66 % der Unternehmen ihre Optimierungsmöglichkeiten bei der Digitalisierung der Eingangspost. Diese Chance gilt es zu nutzen (www.fp-francotyp.com/Effizienzreport).

Portfolio im Überblick

Wichtigstes Produkt im Bereich sicheres Mail-Business ist unsere **PostBase Familie**: Das Sortiment reicht vom kleinen System für Einsteiger, unserer PostBase Mini, über die PostBase Classic und die PostBase 100 bis zum Profi-Frankiersystem, unserer PostBase One und seit 2019 unsere **PostBase Vision**. Mit diesem umfassenden Portfolio haben wir für jede Anforderung die passende Lösung. Zukünftig bieten wir unseren Kunden zusätzlich eine flexible und wirtschaftliche Alternative mit **FP Finance**:

FP Finance bietet verschiedenste Möglichkeiten für die Nutzung von Produkten – von der All-Inclusive-Miete bis zum Leasing hat der Kunde eine Vielzahl von Optionen. Im Vordergrund stehen auf den Kunden zugeschnittene Finanzierungslösungen von Frankier- und Kuvertiermaschinen, sowie elektronischen Lösungen. Kunden haben den Vorteil, statt großer Einmal-Investitionen in, überschaubaren Raten zahlen zu können und schaffen sich somit einen finanziellen Spielraum. Gleichzeitig erhalten Kunden mit individuellen Service- und Wartungsverträgen ein »Rund-um-Sorglos-Paket«. Am Ende der Vertragslaufzeit können Produkte gekauft, erneut gemietet oder zurückgegeben werden. Je nach den Bedürfnissen kann für jeden Kunden die optimale Lösung gefunden werden!

Im Bereich der sicheren volldigitalen Kommunikationsprozesse haben wir mit **FP Sign** eine cloudbasierte Software-Lösung für den sicheren, vertraulichen und rechtsverbindlichen digitalen Abschluss und Austausch von Verträgen und Dokumenten entwickelt.

Speziell für unsere Kunden aus dem Mittelstand bieten wir weltweit unsere digitalen Produkte und Dienstleistungen über unser Kundenportals **discoverFP** an. Mit dem cloudbasierten Angebot **FP Parcel Shipping** können die Kunden von **FP** beim Versand von Paketen schnell und einfach die Tarife verschiedener Anbieter vergleichen, den besten Paketversender auswählen und dann online ein Paketlabel erzeugen. Diese Lösung wird auch über das Kundenportal **discoverFP** angeboten. Weiterhin bieten wir unseren Kunden Webshop-Angebote oder die Möglichkeit an, mit unseren **Hybrid-Mail Services** wie dem **TransACTmail** digitale Dokumente auf Papier zu drucken, zu frankieren und zu versenden, an. Durch unsere **FP Secure Gateways** bieten wir unseren Kunden zudem eine passgenaue Lösung für die Sicherheitsanforderungen im IoT-Umfeld an.

Alle diese Initiativen fußen auf der **FP**-eigenen DNA (**Kryptografie**, **Sensorik**, **Aktorik**, **Konnektivität**). Sie eröffnen uns weitergehende strategische Optionen für die Transformation und die Begleitung unserer Kunden auf dem Weg zu sicheren digitalen Kommunikationsprozessen.

3.1 Forschung, Entwicklung, Innovation Zukunft in Eigenregie

FP GERMAN MAILGENEERING: Unser Claim steht für technische Entwicklung und Innovation, das Digitale, den Erfindergeist und die Stärke unserer Ingenieure, wobei Begeisterung und Leidenschaft zugleich im täglichen Handeln Maxime sind.

Das zentrale Ziel der Forschung und Entwicklung ist die Unterstützung wesentlicher strategischer Maßnahmen der **ACT**-Strategie durch die Entwicklung innovativer Produkte und die Überarbeitung bestehender Produkte im Sinne der Markt- und Technologieevaluierung. Dies gilt insbesondere in den digitalen Geschäftsfeldern. Daraus ergeben sich die Schwerpunkte:

- Sicherung und Ausbau des Kerngeschäftes
- Stärkung der digitalen Produkte
- Aufbau des Geschäftsfeldes IoT
- stetige Anpassung der Organisation
- Kooperation mit Hochschulen und Startups.

Unsere DNA:

Aus einer mehr als 97-jährigen Unternehmensgeschichte heraus verfügen wir über eine einzigartige Unternehmens-DNA in den Bereichen Kryptografie, Aktorik, Sensorik und Konnektivität. Auf dieser Basis dringen wir tief in die Themen Industrie 4.0 und Internet of Things (IoT) ein und erforschen neue kundengerechte Lösungen.

Kryptografie ...

Kryptografische Verfahren ver- und entschlüsseln Daten bei der Übertragung, um Informationssysteme vor Manipulation und Spionage von außen zu schützen. Seit mehr als 15 Jahren wenden wir solche Verfahren an und entwickeln sie permanent weiter, denn das Beherrschen dieser Techniken ist unverzichtbar für unsere Frankiersysteme: Kryptografie gewährleistet die hochsichere Übertragung geldwerter Daten – immerhin transferieren wir jährlich über 1,2 Milliarden Euro an Portokosten von der **FP** Infrastruktur in die Sicherheitsmodule unserer Frankiermaschinen. Auf dieser Erfahrung aufbauend, sichern wir in unserem Geschäftsfeld der sicheren digitalen Kommunikationsprozesse.

... Aktorik, Sensorik ...

Die in Frankiersystemen eingesetzten Sensoren erkennen äußere und innere Betriebszustände und erfassen Temperatur, Geschwindigkeit oder Helligkeit. Diese Informationen werden mittels spezieller Softwareprogramme in der Steuerung von Antriebselementen, sogenannten Aktoren, umgesetzt. So kann sichergestellt werden, dass der Transport, der Druck und der Schutz der Systeme auf einem hohen Qualitätsniveau erfolgen.

Die zugekaufte, vielfach bewährte **FP-Tixi.com**-Schnittstellentechnologie ermöglicht es, Daten aus nahezu allen Quellen, wie Industriesteuerungen, Energiezählern, analogen und digitalen Sensoren jeder Art, zu akquirieren und für die Auswertung und die Nutzung in digitalen Services bereitzustellen. Die mit dieser Technologie in 2019 realisierten Anwendungen sind äußerst vielfältig. Sie rei-

chen vom Gebäudemanagement über die Steuerung von Photovoltaikanlagen, virtuelle Kraftwerke, Energiemanagement in Flughäfen bis zu Industrieanlagen, wie Spritzgussmaschinen, Schiffe oder Härtereianlagen sowie transportablen Müllpressen. In 2019 wurde mit der Realisierung weiterer neuer Schnittstellen für Mehrwertdienste bei unseren Smart Meter Gateways gestartet.

SICHERER DATENTRANSFER MIT DEN FP-TIXI-GATEWAYS AM BEISPIEL EINER MASCHINE

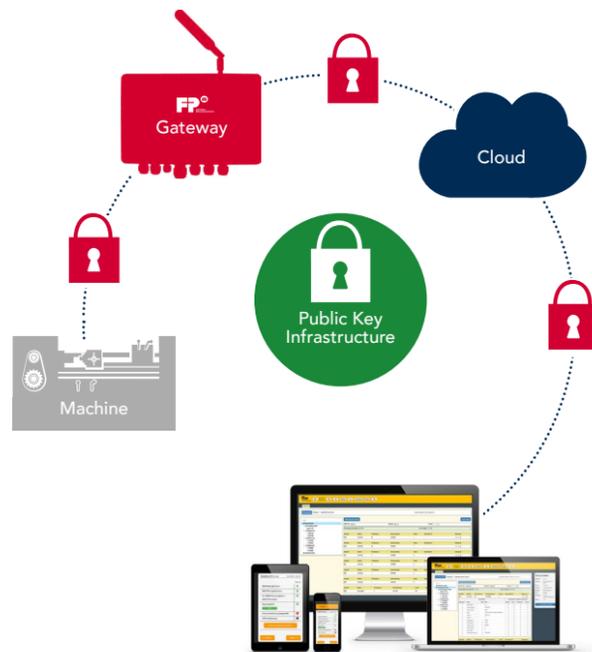


Abbildung 2: sicherer Datentransfer mit den FP-Tixi-Gateways am Beispiel einer Maschine

... und Konnektivität

Jedes Produkt und jeder Service von FP steht mit anderen Systemen in einer eng verzahnten Verbindung. Wir verfügen über eine wachsende installierte Basis von mehr als 162.000 PostBase, PostBase Vision, PostBase One und PostBase Mini-Systemen, die alle mit dem sogenannten FP Repository verbunden sind. Hierüber erfolgt die Zustandsüberwachung der Frankiersysteme und es können eine Vielzahl an Services angeboten oder ausgeführt werden.

Sämtliche Produkte und Services sind heute eng verzahnt. Wir als FP verfügen über eine wachsende installierte Basis von mehr als 200.000 Frankiersystemen, die alle mit dem sogenannten FP Repository kommunizieren. Dazu kom-

men mehr als 30.000 IoT Gateways, die mit Infrastrukturen von Kunden oder FP verbunden sind. Über das FP Repository erfolgt die Zustandsüberwachung der angeschlossenen Systeme. Es kann eine Vielzahl an Services angeboten oder ausgeführt werden. Jedes Produkt oder jeder Service stellt eine komplexe Lösung dar, die mit anderen Lösungen in Verbindung steht und kommuniziert. Das Portal discoverFP vereint die verschiedenen Services und stellt eine Verbindung zu hybriden oder vollelektronischen Versandsystemen her. Über Cloudsysteme können Paketdienste wie FP Parcel Shipping abgerufen bzw. Verträge und Dokumente auch mobil rechtsverbindlich, sicher und vertraulich ausgetauscht oder unterzeichnet werden. Die Lösung dazu heißt FP Sign.

Software von entscheidender Bedeutung

Software ist von entscheidender Bedeutung für den Erfolg der weltweit eingesetzten FP-Produkte. Wir konsolidieren die Softwareentwicklung zunehmend in Kompetenzzentren. Diese stellen sicher, dass FP in den unterschiedlichen Bereichen der Softwaretechnik am Puls der Zeit bleibt. Die Softwareentwicklung umfasst heute weit mehr als die »einfache« Maschinensteuerung und reicht von der PC- und Webanwendung, der Embedded-Software bis hin zu den Servern zur Verwaltung von Daten und zur Realisierung der Kryptografie und Cloudlösungen. Der Ausbau der Kompetenzzentren wurde 2019 weiter vorangetrieben. Es wurden zwei verschiedene Kompetenzbereiche mit jeweils eigenem Aufgabenspektrum gebildet. Der erste Bereich beinhaltet die Anwendungsentwicklung mit Fokus auf PC- und Serversoftware, Cloudapplikationen sowie die Entwicklung mobiler Applikationen für die Betriebssysteme Android und iOS. Dieser Bereich wurde in der Globalen IT mit der dortigen Anwendungsentwicklung angesiedelt. Der zweite Bereich konzentriert die Entwicklung der Embedded-Software mit den Schwerpunkten industrielles IoT und der Weiterentwicklung der Produkte für das Kerngeschäft Frankieren und Kuvertieren.

Als Hightech-Unternehmen hat FP eine jahrzehntelange Tradition in der Innovation. Der Transfer geldwerter Datenströme und die sichere Kommunikation haben zum Aufbau eines einzigartigen Know-hows in der Entwicklung hoch spezialisierter Funktionalitäten beigetragen, mit welchem die Anforderungen der verschiedenen Postbehörden und -unternehmen weltweit bestens erfüllt werden. Diese Innovationsstärke prägt die DNA der FP mit ihren Komponenten Sensorik, Aktorik, Konnektivität und Kryptographie.

Der Schwerpunkt liegt vielmehr auf der Entwicklung von Produkten und Prozessen rund um die sichere digitale Kommunikation unter Einsatz der Kernkompetenzen.

- Sichere Infrastrukturen
- Kryptografie (Sicherheits- und Verschlüsselungssoftware)
- Sensor- und Steuerungslösungen
- Software
- Konnektivität
- Agile Entwicklungsprozesse
- Test und Testautomatisierung

Optimaler Einsatz von Ressourcen und Kompetenzen

Entscheidend für den Erfolg im Bereich der Forschung und Entwicklung ist der optimale Einsatz von Ressourcen und Kompetenzen. Der bewährte Einsatz agiler Entwicklungsmethoden ermöglicht es FP, die Produkte dynamisch an die Marktbedürfnisse anzupassen. Hierbei besteht am Anfang eines Projektes eine Vorstellung, die jedoch nicht starr im Sinne durchgeführt wird, sondern durch den frühzeitigen Kontakt mit Kunden und Vertrieb fortwährend verbessert werden kann. Neben der agilen Umsetzung von Projekten setzen wir vermehrt auch agile Methoden in der Definitionsphase von Produkten ein. Diese Design Sprints führen zu einem schnellen Marktfeedback bereits in der Phase der Entstehung der Produktidee. Mittlerweile nutzen wir in allen Projekten, bei denen es zielführend ist, agile Prozesse und Methoden, die in einer ausgereiften Multiprojektmanagementumgebung integriert sind.

Technikum

Das multifunktionale Technikum der FP führt die Entwicklungsergebnisse und Lösungsansätze der verschiedenen Fachbereiche zusammen. Im Versuchslabor lassen sich potenzielle Funktionsprinzipien aufbauen, testen und analysieren, um darauf basierend wichtige Entscheidungen für das Produktdesign zu treffen. Das bezieht sich insbesondere auch auf die innovativen Lösungen der Datenerfassung und -auswertung im IoT-Umfeld. Hier entscheidet zunehmend die »Time to PoC«, also die Zeit, in der »Proof of Concepts« zur Verifizierung von Geschäftsmodellen für Kunden entwickelt, erstellt und getestet werden. Zugleich bietet das Technikum den Raum, notwendige Veränderungen in Echtzeit vorzunehmen und einer erneuten Überprüfung zu unterziehen. Hier bewährt sich vor allem die weiter ausgebaute, gute Ausstattung mit modernster Technologie, beispielsweise 3D-Drucker. Darüber hinaus lassen sich mit Hochgeschwindigkeitskameras und Klimaschränken Forschungsumgebungen aufbauen, die schnell Prozesse optisch erfassen sowie lange Lebenszeiten simulieren können. Damit gewinnt FP wichtige Erkenntnisse über das Langzeitverhalten der zu entwickelnden Produkte. Neue Verfahren mit alternativen Drucktechnologien sowie simulierte Alterungsprozesse sind nur Beispiele für Erkenntnisgewinne, die das Techni-

kum für die Fachgebiete Konstruktion und Elektronik hervorbringt.

In 2019 wurde im Technikum auch der automatisierte Softwaretest der IoT Gateways implementiert. Neuentwicklungen und neue Software Releases werden in einer komplexen automatisierten Testumgebung, bestehend aus einer Vielzahl typischer speicherprogrammierbarer Steuerungen (SPS) und gängiger Zählerinfrastrukturen, auf Praxistauglichkeit überprüft.

Im Technikum werden nicht nur neue Technologien erprobt, sondern auch deren Einsatz in Produkten und neuen innovativen Lösungen bewertet. Das Zusammenspiel von Neu und Alt und die aus den Versuchen gewonnenen Erfahrungen sind der Nährboden für Produktentwicklungen. Die Bandbreite neuer bzw. alternativer Technologien ist groß – der Einsatz von Drucktechnologien, Kommunikationstechniken oder die sogenannte »Mensch-Maschine-Kommunikation« weit gefächert.

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bereich Forschung & Entwicklung

Ende 2019 waren in den Bereichen Forschung und Entwicklung des FP-Konzerns (einschließlich Tochtergesellschaften) 73 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter fest angestellt (im Vorjahr 73 Beschäftigte); dies entspricht 7,2% (Vorjahr 6,9%) der gesamten Konzernbelegschaft. Für bestimmte Projekte werden bei Bedarf zusätzliche, externe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter temporär eingesetzt. Ende 2019 betrug deren Anteil wiederum bis zu 7% (Vorjahr 11%) der festangestellten F&E-Belegschaft.

Zusammenarbeit mit Universitäten

Die Zusammenarbeit mit Hochschulen und anderen Bildungsträgern ist essenziell für jedes Unternehmen, welches für die Zukunft gewappnet sein will. FP steht seit langem in regem Austausch mit verschiedenen Einrichtungen. Wir bieten Studenten, die an ihren Bachelor- und Masterabschlüssen arbeiten, Möglichkeiten, erfahrene FP-Ingenieure und FP-Entwickler zu konsultieren, mit ihnen zusammenzuarbeiten und die Labore und Werkstätten der FP für eigene Forschungen und Entwicklungen zu nutzen.

FP ermöglicht in diesem Zusammenhang die organisatorische Begleitung und personelle Unterstützung von Förderprojekten. In 2019 bildete neben einem Fördermittel screening, das CEF Projekt »StudIES+« den Schwerpunkt der Aktivitäten.

FP ist in diesem Projekt Konsortialführer in einem Konsortium mit der SiXFORM GmbH, der Bundesdruckerei GmbH sowie der Hochschule Harz, mit dem netlab des

Fachbereiches Automatisierung und Informatik im Rahmen des EU-Förderprogramms »Connecting Europe Facility (CEF) 2014-2020 TELECOM Call 2017«. Wir entwickelten hier maßgeblich Lösungen für digitale studentische Identitäten sowie den gesicherten und beglaubigten Dokumentenaustausch auf Basis der europäischen eIDAS-Verordnung.

Im September 2019 haben wir zusammen mit Studierenden der Universität Pforzheim das Projekt »Marktanalyse für discoverFP.com – die FP-Plattform für Eigen- und Drittanbieterlösungen in Großbritannien« im Rahmen des Master-Programms »Internationales Management« gestartet. Mit der Unterstützung der Kollegen von FP UK haben die Studierenden eingehende Marktanalysen, Kundeninterviews sowie Wettbewerbsanalysen mit dem Ziel vorgenommen, mögliche innovative Lösungen einschließlich neuer Geschäfts- und Marketingmodelle für die Plattform zu erschließen.

Messen, Events und Öffentlichkeitsarbeit

Wir unterstützten entwicklungsseitig aktiv und direkt eine Reihe von Fachveranstaltungen. Exemplarisch genannt seien hier mit jeweils eigenen Messeständen und Demonstratoren zum Thema sichere digitale Kommunikation/IoT: Hannover Messe 2019, SPS – Smart Production Solutions und E-world energy & water. Ergänzt wurden diese mit verschiedenen Vorträgen z.B. auf der Hannover Messe (Bitkom), der IoT Convention und auf Veranstaltungen des Verbands der Digitalwirtschaft Berlin & Brandenburg (SiBB).

Ebenso setzen wir auf eine kontinuierliche Pressearbeit und haben diese bei der FP verstärkt – somit erzielen wir hohe Reichweiten in den Print- sowie Digitalmedien.

Ausblick

Neben Maßnahmen zur kontinuierlichen Verbesserung und Produktpflege hat die Entwicklung neuer innovativer Features, Produkte und Services der sicheren digitalen Kommunikation für uns weiterhin hohe Priorität. Beispielsweise sind hier genannt:

- Weitere Ländervarianten der PostBase Vision
- die Anbindung moderner Energiezähler an IoT Gateways über Smart Meter- Schnittstellen LMN/CLS.
- Erweiterung der Digital Payment Dienste für FP Produkte und Subscription Modelle
- Erweiterung des Identitäts- und Lizenzmanagements für digitale Produkte
- Neu-/Weiterentwicklung FP Sign Technologieplattform

- Weitere IoT Protokolle zur Anbindung der Gateways an moderne Leitsysteme und Anbindung von OPC/UA fähigen Systemen an FP Secure Gateways

Agile Entwicklungsmethoden sind dabei seit Jahren unsere gelebte Praxis. Zunehmend werden agile Methoden auch im Bereich der Hardwareentwicklung angewendet. Die Herausforderungen der digitalen Transformation von Unternehmen entstehen auf vielen Ebenen und bedingen den Ausbau der Kernkompetenzen, die stetige Anpassung unserer Organisation aber auch Kooperationen, um das steigende Tempo von Innovationszyklen nicht nur zu halten, sondern deutlich zu erhöhen. Die kreative Energie der Entwicklungsingenieure der FP bleibt wichtige Voraussetzung für die Entstehung innovativer analoger und vor allem auch digitaler Produkte und Services.

FP erhält »Mittelstandspreis der Medien« in der Kategorie »Digitale Innovation«

Große Bühne in der geschichtsträchtigen Alten Oper in Frankfurt

Der gewichtige Mittelstandspreis der Medien wird jährlich in fünf Kategorien überreicht, und wir haben ihn in der Kategorie »Digitale Innovation« gewonnen. Die Keynote hielt Prof. Dr. Kristina Sinemus, hessische Staatsministerin für Digitale Strategie und Entwicklung. In der Laudatio von Reinhard Schlieker, ZDF Hauptredner Wirtschaft, Börse/Finanzen und ab Januar 2020 Chefredakteur »BÖRSE am Sonntag«, hieß es: »In der Kategorie »Digitale Innovation« überzeugt FP. Wir sind in unserem Segment Marktführer in Deutschland und weltweit Nummer drei. Der Erfolg begann vor 96 Jahren, als Konstrukteure eine Registrierkasse in eine der weltweit ersten Frankiermaschinen mit verstellbarem Portowert verwandelten – eine Revolution. Heute ist das Unternehmen mit Sitz in Berlin ein international tätiger Technologieführer für sichere digitale Kommunikation mit Großkunden wie Metro, E.ON, Lufthansa oder der Deutschen Rentenversicherung. So hat der Mittelständler vielfältige kryptografische Lösungen für die hochsichere Übertragung von digitalen Daten entwickelt«. Die Begründung der Jury: »Francotyp-Postalia beweist eindrucksvoll, wie digitale Transformation gelingen kann.«



3.2 F&E im Bereich Sicheres Mail-Business Von der guten Idee zum guten Geschäft

Was macht eine Idee erfolgreich? Wie kann man sie quantitativ und qualitativ bewerten? Diese Fragestellung bewegt das Team der Forschung & Entwicklung abteilungs- und bereichsübergreifend. Denn aus Ideen werden, wenn sie gut sind, Produkte und Partnerschaften im Markt.

Am Anfang steht die Idee. Hier gilt: Je schneller und ausgefeilter sie 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 der Relevanz für Kunden, Strategie, Markt und Technologie fragt. Hierbei verfolgen wir einen nutzerzentrierten Ansatz. Das heißt, Ideen werden in einem iterativen Verfahren zusammen mit potenziellen Kunden entwickelt und schnell über sogenannte minimal viable products verprobt, und immer wieder den Anforderungen angepasst (Design Thinking).

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.

Schutz des Erdachten

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.

Unsere Patente

FP ist seit 97 Jahren ein von Ingenieuren, ihrer Erfahrung, ihrem Wissen und ihrer Kompetenz getriebenes Unternehmen – unsere Patente prägen unsere Geschichte. Mithilfe unserer 360°-IP-Strategie begleiten wir den gesamten Entwicklungszyklus von Neuprodukten und errei-

chen eine Rundum-Absicherung durch frühzeitige Schutzrechtsanmeldungen. Bereits in der Ideenfindungs- und Konzeptphase werden durch systematische Analyse schutzrechtsrelevante Funktionen identifiziert und angemeldet, was bei der späteren Vermarktung zu geldwerten Wettbewerbsvorteilen führt. Die zielgerichtete Belegung von relevanten Schutzrechtsfeldern hat eine deutliche Stärkung unserer Marktposition zum Ziel.

GesagtGetanGeschafft Sicheres Mail-Business.

Unsere Innovationen und Erfolge bei Forschung & Entwicklung im Bereich sicheres Mail-Business aus dem letzten Jahr können sich sehen lassen:

Sicherung und Ausbau des Kerngeschäftes

- Es wurden 55 Softwarereleases aus der PostBase-Produktfamilie mit Ländervarianten erzeugt, getestet und ausgerollt. Die PostBase ist damit in 29 Ländern, die PostBase Mini in 17 Ländern vertreten.
- Ein weiterer Schwerpunkt war die Finalisierung und die Produkteinführung der neuen Frankiermaschinen- generation PostBase Vision in vier Kernmärkten und fünf verschiedenen Ländervarianten und – damit verbunden – der Abschluss der Entwicklung des neuen 1-Zoll-Drucksystems mit dem Test und der Freigabe neuer postalischer Tinten unter besonderer Berücksichtigung der Umweltverträglichkeit.
- Voraussetzung für die Einführung der mit dem IF Design Award ausgezeichneten PostBase Vision war auch die Finalisierung der Entwicklung des neuen Hardwaresicherheitsmodules (HSM) mit angepasster Produktionsumgebung »Factory Data Center« und angepasster Infrastruktur zum Rollout. Die Architektur dieses HSM bietet neben der Kompatibilität zur Verwendung in allen Systemen der PostBase-Plattform auch neue Interfaces für den Einsatz in **FP** Secure Gateways für die industriellen Anwendungsfelder des IoT.
- In 2019 konnte ebenfalls die FIPS-Zulassung (Federal Information Processing Standard) der neuen Generation von Hardwaresicherheitsmodulen für Frankiersysteme und Produkte im IoT-Bereich abgeschlossen werden.
- Hervorzuheben sind darüber hinaus die Entwicklung von Prozessen und Software für die erstmalige enge Anbindung der Frankiermaschine PostBase Vision an das **FP** Kundenportal **discoverFP** und die Integration von Cloud-Services.

Entwicklung digitaler Produkte (ohne IoT)

- Bei der Anwendungsentwicklung lag der Fokus auf der Weiterentwicklung der cloudbasierten digitalen Signaturlösung **FP Sign** und insbesondere auf der Ergänzung um wesentliche Funktionen und Komfortmerk-

male, der Realisierung von Anforderungen aus weiteren Ländern sowie der Entwicklung von **FP Sign** Mobile Apps für Android und iOS verbunden mit dem Rollout über App-Stores.

- Weiterhin standen die Entwicklung und die Infrastrukturintegration einer Shippinglösung für den Paketversand in USA sowie die Weiterentwicklung und der Rolloutsupport für das internationale Portal **discoverFP** im Mittelpunkt.

Es erfolgte im Bereich Entwicklung inhaltlich und örtlich eine Reorganisation der kompletten Bereichs- und Abteilungsstruktur mit Neuausrichtung auf die digitalen Geschäftsfelder. Dazu wurden die IoT-Aktivitäten auf das Headquarter in Berlin konzentriert und der Standort in Berlin-Frohnau geschlossen. Ende 2019 erfolgten ein starker personeller Aufbau und Ausbau des IoT-Vertriebes durch Fokussierung interner Teams sowie weiteren Zukauf und Onboarding von Technologie-Know-how. Die Zusammenfassung der Anwendungsentwicklung aus F&E und IT im neuen Bereich »Produkt IT« unter einheitlicher Verantwortung in der IT erhöhte die Effizienz der Prozesse und reduzierte interne Schnittstellen. Dazu wurde die Abteilung Anwendungsentwicklung aus der F&E aus- und in den IT-Bereich eingegliedert. Die Implementierung

neuer, agiler Innovationsmethoden und Tools erhöhte zusätzlich die Wirtschaftlichkeit und die Innovationsfähigkeit. Der Abschluss der Reorganisation des Bereiches Schutzrechte und Marken steigerte die Effizienz bei der Nutzung von Schutzrechten und Marken.

3.2.1 Produktfamilie PostBase Basis unseres Erfolgs

Die wichtigste Produktgruppe im Bereich Postverarbeitung ist unsere PostBase Familie. Die PostBase Classic wurde 2012 im deutschen und US-amerikanischen Markt eingeführt, 2013 folgten weitere Länder wie Kanada, Großbritannien und Italien. Mit unserer PostBase kamen zahlreiche Innovationen im Bereich der Mechatronik und Softwaresteuerung auf den Markt, sowie das typische Touch-Display zur intuitiven Handhabung.

Das Sortiment reicht von einem kleinen System für Einsteiger, unserer PostBase Mini bis zum Profi-Frankiersystem, unserer PostBase One. Mit den Modellen der PostBase Classic und der PostBase 100 sowie der PostBase One bietet die Produktfamilie für das mittlere und hohe Briefvolumen ideale Lösungen im Tagesgeschäft, perfekt an das jeweilige Postvolumen angepasst.

UNSERE POSTBASE FAMILIE



PostBase Mini
Perfekt für Einsteiger



PostBase (Classic)
Schnell, schick, flüsterleise



PostBase 100
Die Frankiermaschine nach dem Baukastenprinzip



PostBase One
Die richtige Wahl für Poststellen

Menschen bei FP – Ein Patent auf alles haben?

Im September flossen die Tränen und man hörte die Gläser klirren. Angestoßen wurde auf und mit Ralf Kubatzki. Er ist ein langjähriges **FP** Urgestein und man kennt ihn unter dem Namen »Der Mann der Patente«. Allein in der Zeit seiner Unternehmenszugehörigkeit erwirkte er insgesamt über 100 Patente für **FP** als Bearbeiter und sogar 24 eigene Patente als Erfinder, sowohl national als auch international. **FP** verabschiedet sich mit einem lachenden und einem weinenden Augen von Ralf Kubatzki, wir freuen uns, dass er sehr viele Jahre an Bord der **FP** Mannschaft war, bedanken uns für sein fachliches und stets humorvolles Engagement im Kollegium und wünschen ihm alles Gute für seine Zukunft.

Anmerkung der Redaktion: Das Interview mit Ralf Kubatzki wurde bereits im Herbst 2018 geführt. Nach 26 Jahre als **FP** Patent Assessor scheidet Ralf Kubatzki nun Ende 2019 endgültig aus dem Unternehmen aus. Seine Nachfolge übernimmt Jan Schrick, unser erfahrener Patentingenieur und Syndikus-Rechtsanwalt, der mit Ralf Kubatzki bereits lange zusammengearbeitet hat und daher bestens mit allen **FP** Patentbelangen und Abläufen vertraut ist. Den Erfindern auf den Fersen.

Herr Kubatzki, was machen Sie denn eigentlich nun so ganz genau?

Wo fange ich an? Am besten im frühen Mittelalter. Da wurden von den Fürsten in Italien an berühmte Erfinder Rechte vergeben, ein bestimmtes Produkt eine Zeit lang bauen und vertreiben zu dürfen, ohne dass ein anderer das darf. Der Gewinn daraus konnte einbehalten werden. Daraus hat sich das Patentwesen entwickelt, zuerst im 18. Jahrhundert in England, in den USA ebenfalls sehr früh und in Deutschland etwas später, im 19. Jahrhundert. Heute heißen die Erfinder Entwickler und so einer wurde bei Francotyp gesucht. Da habe ich mich beworben. Zu dieser Zeit habe ich bei einem Patentanwalt gearbeitet und ich wollte wegen der langen Arbeitstage dort gerne etwas anderes machen und habe mich bei **FP** beworben. Aber es wurde eben auch jemand für die Patentarbeit gebraucht und so haben die mich eingestellt. Den schönen Entwicklerposten hat ein anderer bekommen. Ich konnte eben Sachen berichten, die wussten die selber nicht, beispielsweise was das Unternehmen so alles besitzt an Patenten. Das war damals schon eine Menge.

Mittlerweile sind es zweieinhalbtausend Patente. Als ich im Unternehmen anfang, war hier ein Berg von unbearbeiteten Ideen. Und bei jeder Idee musste geprüft werden, ob die es wert ist, angemeldet zu werden. Zu diesem Ideenberg kam fortlaufend etwas Neues hinzu dazu, so dass wir ihn erst um die Jahrtausendwende abgearbeitet hatten. Und seitdem sind wir nun tagesaktuell. Erste Priorität hat dabei immer alles abzusichern, wir müssen also ein Patent auf alles haben und das dann aufrechterhalten, so lange es nötig ist. Wenn etwas überholt wurde, lassen wir es fallen und melden wieder etwas Neues an.

Ein Patent auf alles haben – kommt so die stolze Zahl von zweieinhalbtausend Patenten zustande?

Nun, **FP** ist eben schon sehr lange da, wir gehen immerhin auf den hundertsten Geburtstag zu. Und bevor ich ins Unternehmen kam, gab es einen Patentassessor, der im Rahmen von Prüfverfahren immer nur schrieb, er würde vorschlagen, dem Prüfer zu folgen. Auf diese Art und Weise bekommt man aber nie ein Patent, weil Prüfer sicherheits halber immer sagen: Wenn Sie nicht das Gegenteil beweisen können, dann ist das kein Patent. Wenn ich also jedes Mal dem Prüfer folge, dann wird das nichts, ich muss mich schon mit seinen Argumenten auseinandersetzen, um Erfolg zu haben. Das habe ich dann gemacht. Außerdem hat-



ten wir vor den Nuller-Jahren einmal eine großzügige Prämierungsregelung, die das schöpferische Schaffen sehr stimuliert hat. Mittlerweile aber haben wir so viele Patente, dass wir bei der Prämie ein bisschen zurückstehen müssen und eine neue Regelung für Ideen eingeführt haben, wo wir genau hinschauen, was es denn nun für ein Patent ist, es ist ja nicht alles gleich wertvoll. Es gibt Prinzipierfindungen, außerdem Weiterentwicklungen, und als dritte Kategorie die Erweiterungen. Wenn beispielsweise ein Bleistift einen Radiergummi hinten dran bekommt, damit man mit dem Bleistift auch radieren kann, dann könnte man das als Erweiterung anmelden, wenn es weltneu wäre. Aber das gibt es ja schon.

*Und von den zweieinhalbtausend Patenten von **FP** sind wohl die meisten aus der Kategorie der Erweiterungen?*

Ja, Prinzipierfindungen sind selten, die gibt es vielleicht alle 50 Jahre einmal, meistens entwickelt man etwas Bestehendes weiter. Als ich vor 26 Jahren im Unternehmen anfang, hatten wir gerade die erste elektronische Frankiermaschine, das war die EFS von Francotyp. Die Schwesterfirma Postalia, die damals in Offenbach saß, hatte parallel die NEF, die neue elektronische Frankiermaschine, entwickelt, gewissermaßen das Gleiche, die unterschieden sich nur in Details – also keine Prinzipierfindung. Dann wurden die Unternehmen zusammengelegt und die EFS kam in den Handel. Die konnte 12.000 Briefe pro Stunde verarbeiten, das war schon ganz schön schnell. Allerdings gibt es in Deutschland gar nicht so viele Großbetriebe, die so viele Briefe verarbeiten müssen. Wir haben bei uns ja mehr mittelständische Unternehmen und die brauchen eigentlich eine kleinere Maschine, deshalb bekam unsere EFS einen Mikroprozessor für die elektronische Steuerung. Aber es wurde zunächst noch mit der Druckwalze gedruckt. Mittlerweile wird das berührungslos gemacht, mit Tintenstrahl. Der Druckkopf berührt den Brief gar nicht mehr. So wollen es die Kunden.

Der Kundenwunsch ist also maßgeblich?

Natürlich. Sehen Sie, wir haben heute ein Touch Screen Display zur Bedienung von Frankiermaschinen, wie bei einem Handy. Zuvor hatten wir Tasten, wie bei einer Fernbedienung. Und damit geht es natürlich auch, man braucht nicht unbedingt einen Touch Screen. Aber der Kunde möchte ihn eben, weil er das vom Smartphone so gewohnt ist, weil sich das intuitiv bedienen lässt. Ist also durchaus naheliegend, so ein Display, hat aber noch keiner vorher gemacht. Wir waren bei Frankiermaschinen die ersten. Und sicher wird es auch in Zukunft so sein, dass es viele Patente der kleineren Sorte geben wird, um den Kunden Gefallen zu tun. Denn das sind ja die Leute, die mit den Maschinen arbeiten müssen, also wollen wir auch gerne deren Wünsche erfüllen.



Ralf Kubatzki (rechts) – Patentassessor bei **FP** und Jan Schrick, Patentingenieur und Syndikus-Rechtsanwalt

Diskutieren Sie die entstandenen Ideen untereinander?

Na, das ist ja gerade das Schöne, wenn man in einer Firma arbeitet! Man hat da den Erfinder sitzen und kann ihn ständig mit Fragen belästigen. Diese enge Zusammenarbeit ist wichtig, manchmal entwickeln sich daraus richtig schöpferische Diskussionen. Und die bringen dann nicht nur mich bei der Anmeldung eines Patentes weiter, sondern den Erfinder selbst auch. Der versteht dann vielleicht plötzlich seine eigene Erfindung viel besser. Denn man muss eine Idee auch in entsprechende Worte fassen und sich ganz klar ausdrücken können, damit die Prüfer in einem Verfahren alles genau verstehen.

Sprachliche Präzision spielt also beim Erfinden eine Rolle?

Für die Präzision bin letztlich ich zuständig. Wir haben hier Entwickler, die sprechen den ganzen Tag über kein Wort, Programmierer beispielsweise. Wenn die sagen sollen, was sie da genau programmiert haben, dann können die das manchmal gar nicht so richtig auszudrücken. Die können vielleicht eine technische Zeichnung machen oder einen Programmcode hinschreiben, lauter Einsen, lauter Nullen. Und das ist ja auch deren Aufgabe. Aber klar und deutlich beschreiben können sie es unter Umständen nicht.

Ist das vielleicht auch eine Generationenfrage?

Ach, wir haben so viele tolle junge Leute hier bei **FP**, mit lauter frischen Ideen. Die sind so Anfang 30 und denken einfach anders, viel schneller. Und das muss sich dann eben mit Erfahrung paaren und auch mit einem guten Projektleiter, die gesunde Mischung macht es. Erfahrung selbst ist aber kein Verdienst. Die wächst einem ebenso zu, dafür kann man gar nichts. Gucken Sie, ich werde jedes Jahr ein Jahr älter und da kommt die Erfahrung halt so zusammen. Aber das kann man sich nun wirklich nicht anrechnen lassen, das passiert von ganz allein.

»Familienzuwachs« PostBase Vision etabliert
Voll vernetzt und intuitiv

Die PostBase Vision ist die konsequente Weiterentwicklung des 2012 eingeführten PostBase Classic Frankiersystems. Die PostBase Vision vereint die ausgezeichnete Qualität und Funktionalität des Vorgängersystems mit gesteigerter Konnektivität und Nutzerfreundlichkeit. Nahezu 55 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben an ihrer Entwicklung mitgewirkt. Unsere PostBase Familie wächst in den USA, Deutschland, Großbritannien sowie Frankreich! Wir werden unsere PostBase in weiteren FP-Märkten wie Kanada, Schweden und Österreich 2020 einführen.

Hier die wichtigsten Informationen zu unserem neuen Familienmitglied:

Mit einem gegenüber der PostBase Classic um über 40 % vergrößerten farbigen und motorisch schwenkbaren Touch-Display, das sich der Benutzer individuell an seine Sehgewohnheiten anpassen kann, können nun auch Funktionen per Wisch-Gesten vereinfacht und kundenfreundlich gesteuert werden. Die vergrößerte Fläche erlaubt eine bequeme Eingabe von Textnachrichten oder QR-Codes per QWERTZ-Tastatur direkt an der Frankiermaschine. Die intuitive grafische Benutzeroberfläche wurde durch neue Bedienhilfen noch nutzerfreundlicher und die Konnektivität mit integriertem WLAN deutlich erweitert. Das Frankiersystem beruht weiterhin auf dem bewährten One-Button-Konzept. Der Nutzer wird weiterhin durch neue optische Orientierungshilfen wie LEDs im Briefeinlauf und beim Kartuschenhandling unterstützt,

wo als wichtigste Neuerung nur noch ein einziger 1 Zoll-Druckkopf einzusetzen ist. Besonderer Vorteil: Dadurch wird der Umgang mit Tintenkartuschen für unsere Kunden und Nutzer erheblich vereinfacht, aufwendige Justageprozesse entfallen hiermit. Zusätzlich gibt es LEDs zur Akzentuierung der Waage sowie Audio- oder Soundunterstützung bei der Bedienung.

Neu ist die Integration von **discoverFP**, dem Portal zur digitalen FP-Welt. Sie bietet einen schnellen Überblick über den Zustand aller Maschinen des Anwenders und unterstützt mit unseren Self Service Funktionalitäten bei kleineren Problemen, um Servicefahrten zu verringern und somit auch die Umwelt zu schonen. **discoverFP** zeigt den Kartuschenfüllstand aller Geräte, den Rest-Portobetrag auf dem Postkonto unserer Kunden, sowie Videomaterial zur Maschineneinrichtung.

Kartuschen und weiteres Verbrauchsmaterial können ebenso online eingekauft werden. Unsere Kunden erhalten mit **discoverFP** einen umfassenden Überblick über ihre Verträge, Bestellungen, Rechnungen und Serviceanfragen. Sie können verschiedene Benutzer und Kostenstellen im Portal einrichten und detaillierte Analysen über die Nutzung ihrer gesamten Installationsbasis an zentraler Stelle mit hoher Aktualität erhalten.

Die PostBase Vision ist aktuell in fünf modernen Farbgestaltungen erhältlich, jeweils passend zum aktuellen Bürodessign unserer Kunden.



UNSERE POSTBASE VISION



An dieser Stelle möchten wir noch einen besonderen Glückwunsch an unsere Kollegen am Produktionsstandort in Wittenberge übermitteln: Nur wenige Wochen nach dem ersten Launch der neuen Super-PostBase in den USA wurde am 17.06.2019 bereits die 1000ste PostBase Vision von unseren Wittenberger Spitzenmaschinenbauern gefertigt! Dabei handelt es sich schon lange nicht mehr »nur« um ein besonderes Stück Hardware, sondern um ein echtes IoT-Device, also ein Bestandteil des Internets der Dinge. Der Titel »Connected2tomorrow« verweist auf

eines der Key-Features der neuen Maschine, seine besondere zukunftsorientierte Konnektivität. Das Baukastensystem der PostBase Vision verspricht jedem Anwender ein hohes Maß an Individualität und Flexibilität. Die amerikanischen und deutschen Kunden sind bereits völlig begeistert und wir sind sicher, weltweit die beste Frankiermaschine der Welt anbieten zu können. Genauere Infos zu dem System, welches im Herbst auch in Deutschland eingeführt wurde, findet sich in unserer neuen [Produktbroschüre](#).



Abbildung 3: Das Key Visual der Produktbroschüre der neuen PostBase Vision

3.2.2 Umweltfreundliche und energieeffiziente Produkte (GRI 301-2, GRI 301-3)

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. Seit mehr als 25 Jahren trägt bei **FP** das Produktmanagement die Verantwortung für Nachhaltigkeit.

1995 wurde ein Recyclingsystem für unser Verbrauchsmaterial ins Leben gerufen, das wir seither kontinuierlich weiterentwickelt haben. Vor zehn Jahren 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 CO₂-Emissionen, die beim Transport einer GO-GREEN-Sendung entstehen, erfasst und über ein Klimaschutzprojekt kompensiert.

Leichter, wiederverwertbarer, Abfall reduziert

Unsere Frankiersysteme PostBase, PostBase Mini sowie unserer PostBase Vision entsprechen in mehrfacher Hinsicht dem Anspruch an das nachhaltige Frankieren. Zu nennen sind hier ein gegenüber Vorgänger- und Wettbewerbsmodellen um 8 % reduziertes Gewicht, die Möglichkeit, Bauteile wiederzuverwenden, oder die Kennzeichnung der verwendeten Kunststoffe, um die Rückführung derer in den Wiederverwertungskreislauf zu erleichtern und einen späteren Sortierungsaufwand im Rahmen des Recyclings zu reduzieren. Weiterhin nutzen wir für unsere PostBase-Familie neue umweltfreundliche Verpackungen und Einlagen aus 100 % Rezyklat.



Abbildung 4: Unsere umweltfreundlichen Verpackungen

Ingenieurskunst gepaart mit Nachhaltigkeit ergibt unsere PostBase Vision

- Wir haben den Abfall bei den Tintenkartuschen um 50 % reduziert, da wir nur noch einen 1 Zoll-Druckkopf verwenden.
- Wir verwenden neue Verpackungen und Einlagen aus 100 % Rezyklat.

Seit mehr als **10 Jahren** können unsere umweltbewussten Kunden mit jeder Frankierung das Go Green-Logo auf dem Umschlag drucken und unterstützen somit das Klimaschutzprogramm der Deutschen Post AG.

- Wir färben unsere Kunststoffe ein und verzichten damit auf Lackierung der Kunststoffteile.
- Wir haben einen erhöhten Anteil sortenreiner Kunststoffe und garantieren damit höhere Recyclingfähigkeit.
- All unsere Kunststoffteile sind entsprechend ihren Eigenschaften gekennzeichnet.
- Wir haben einen hohen Wiederverwendungsanteil von Baukomponenten der PostBase Classic, der PostBase One und der PostBase Mini.

PostBase Vision – energieeffizient Gleiche Stromaufnahme bei erweiterten Leistungsmerkmalen (GRI 302-5)

Der Energy Star ist ein amerikanisches Umweltzeichen für energiesparende Geräte, welche die besonderen Kriterien der amerikanischen Umweltbehörde EPA und des amerikanischen Energieministeriums erfüllen.

Unsere PostBase Vision wurde im November 2019 zertifiziert – dies nicht mehr nach den Spezifikationen des Energy Star in der Vision 2.0 sondern nach der neuen, ab dem 1. August 2019, gültigen Spezifikation des Energy Star 3.0! Wir erfüllen trotz ergänzender Komponenten, wie zum Beispiel den LEDs der Logo- und der Schachtbeleuchtung, der LEDs des Anlagebereichs, des größeren Displays und der neuen WLAN-Platine, leistungsmäßig und bei der Energieeffizienz gegenüber unserer PostBase Classic ausgeglichen sind und die strikten Vorgaben in vollem Umfang erfüllen.

Wir haben auch unsere PostBase Mini, PostBase Classic und PostBase 100, die bisher bereits Energy Star 2.0 erfüllten, technisch nachgerüstet und ebenfalls nach Energy Star 3.0 zertifizieren können. Für die Verbrauchsmaterialien haben wir unser Recyclingkonzept implementiert, mit dessen Hilfe Kunden verbrauchte Tintenkartuschen umweltfreundlich entsorgen können. Bei unserer neuen PostBase Vision konnten wir den Abfall bei den Tintenkartuschen um 50 % verringern, da wir nur noch einen 1 Zoll-Druckkopf verwenden.

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 vier wesentliche Faktoren:

Erster wesentlicher Faktor: Entwicklung, Herstellung und Inverkehrbringen von Erzeugnissen, die mehrfach verwendbar, technisch langlebig und nach Gebrauch zur ordnungsgemäßen, schadlosen und hochwertigen Verwertung sowie zur umweltverträglichen Beseitigung geeignet sind.

Zweiter wesentlicher Faktor: Vorrangiger Einsatz von wertbaren Abfällen oder sekundären Rohstoffen bei der Herstellung von Erzeugnissen.

Dritter wesentlicher Faktor: Kennzeichnung von schadstoffhaltigen Erzeugnissen, um sicherzustellen, dass die nach Gebrauch verbleibenden Abfälle umweltverträglich verwertet oder beseitigt werden, Hinweis auf Rückgabe-, Wiederverwendungs- und Verwertungsmöglichkeiten oder -pflichten und Pfandregelungen durch Kennzeichnung der Erzeugnisse.

Vierter wesentlicher Faktor: 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:

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.

FP ist der **1. Hersteller**, der seine Frankiermaschinen nach der neuesten, noch strikteren ENERGY STAR 2.0 Spezifikation qualifizieren konnte.

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.

3.3 F&E im Bereich Sichere digitale Kommunikationsprozesse Unsere »alte neue« Welt

Das Internet der Dinge (IoT) ist derzeit Thema Nummer eins: Kaum ein anderer Markt wächst schneller, als das IoT-Segment. Bis 2020 werden 28 Milliarden Dinge miteinander vernetzt sein und miteinander kommunizieren. Das beginnt bei Toastern oder smarten Autos und reicht bis zu ganzen Produktionsstraßen oder Kraftwerken.

Im Prinzip ist jede Form digitaler Kommunikation verwundbar. Alles, was digital vernetzt werden kann, kann auch Ziel von Manipulationen und Angriffen werden. Aus wirtschaftlicher Perspektive bringen die größten Risiken häufig die größten Chancen mit sich. Zunehmend wird Marktteilnehmern bewusst, dass sie sich selbst und ihre Kunden vor unbefugtem Zugriff schützen müssen. Der Markt für IoT-Sicherheit wächst daher noch schneller als der Umsatz mit IoT-Geräten. Sicherheit verkauft sich gut.

Kerngeschäft Kryptografie

Als unser Frankiergeschäft vor fast 100 Jahren seinen Anfang nahm, war sowohl für die Postbehörden als auch für unsere Gründer eines besonders wichtig: Die Frankierma-

schine, mit der geldwerte Portoabdrucke erstellt und abgerechnet wurden, musste einen sicheren Bestandteil darstellen in der Beziehung zwischen Versender, Hersteller und Postbehörde. Seither mussten wir stets gewährleisten, dass diese Beziehung frei von Diebstahl oder Betrugsversuchen bleibt.

Frankiermaschine und sichere digitale Kommunikation? Schutz des Internets der Dinge vor externer Manipulation? Was fehlt hier? Wo ist das Bindeglied zu FP?

FP und seine Frankiermaschinen sind ein Synonym für eine fast ein Jahrhundert sichere Kommunikation. Eine Frankiermaschine druckt Porto – eine Frankiermaschine druckt Geld.

Jede Frankiermaschine hat ein digitales Herz – ein Hardware-Sicherheitsmodul. Das ist Weltklasse-Sicherheit. Wie in einem menschlichen Körper sogt das »digitale Herz« – unser Hardware-Sicherheitsmodul dafür, dass der gesamte Prozess der Datensammlung, Datenverwaltung, Datenverschlüsselung, und Datenübertragung am Leben bleibt und sicher ist.

Heute arbeiten tagtäglich über 1.000 FP-Mitarbeiter und Führungskräfte gemeinsam daran, die geschäftliche Kommunikation für unsere Kunden komfortabler und sicherer zu gestalten. Dank des von uns entwickelten Hardware Sicherheits-Moduls werden jährlich mehr als 1,2 Milliarden Euro über unserer Frankiermaschinen sicher verwaltet und abgerechnet. Und bis zum heutigen Tag wurden diese Datenströme, die echte Geldwerte darstellen, niemals gehackt. Dies macht unserer Technologie auch für ganz andere Branchen interessant und eröffnet uns damit ganz neue Geschäftsfelder.

Mit der ACT-Strategie nutzen wir die Chance, unsere Kernkompetenzen neu zu überdenken und in die Forschung & Entwicklung im Bereich der sicheren digitalen Kommunikationsprozesse zu investieren – durch die Entwicklung innovativer und die Überarbeitung bestehender Produkte im Sinne der Markt- und Technologieevaluierung.

FP Secure IoT

Internet of Things: Das IoT ist der Megaboommarkt unserer Zeit. Sein Wachstum: Dynamisch. Sein explodierender Bedarf: Sicherheit. Denn je mehr Dinge und Prozesse vernetzt sind, desto anfälliger sind sie für Cyberangriffe. Und da sind wir: Denn FP bietet Sicherheit seit 97 Jahren – das Herz der Frankiermaschine ist heute das FP-Hardware-Sicherheitsmodul und mit unseren FP Secure IoT sind wir Technologieführer. Wir sind gerüstet für die Bedürfnisse der Märkte unserer digitalen Zukunft, denn: Sicherheit ist

unsere Passion – unter unserem neuen Label »FP Secure IoT«, um unsere Zielmärkte Energie, Wärme, Umwelttechnik, alternative Energie, Verkehr, Digitalisierte Gebäudetechnik, Wasser/Abwasser noch stärker zu fokussieren. Im Geschäftsfeld IIoT bieten wir sichere digitale Lösungen für Infrastrukturautomatisierung (Retrofit Wärme, Wasser, Verkehr, Gebäude, Umwelt à Trend: Smart City, Monitoring und Fernsteuerung von Substations im Bereich Wärme/Wasser/Abwasser), Energiemanagement/erneuerbare Energien (Contracting, Wärmehäufiger, Strom, Energiemanagement, Smart Grid, Monitoring und Fernsteuerung von PV-Anlagen, Windparks und Blockheizkraftwerken) sowie Factory Automation (Integration von Hardwaresicherheit für sichere Rückwirkung von IT-Systemen auf Automatisierungsanlagen, Einbindung von Handarbeitsplätzen an Cloud-Systeme, Tracking & Traceability) an.

GesagtGetanGeschafft: Sichere digitale Kommunikationsprozesse.

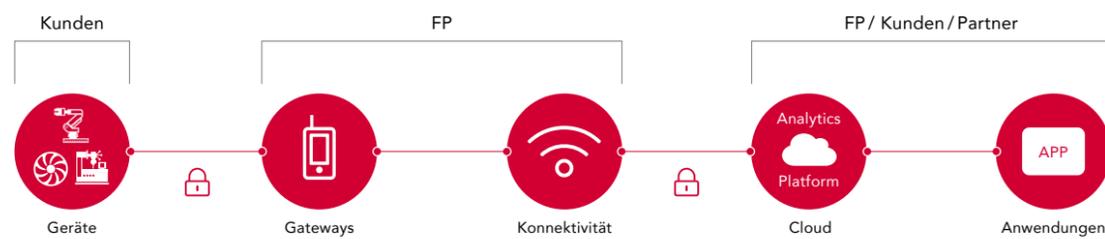
Im IoT-Umfeld lag der Schwerpunkt auf der Schärfung und der Fokussierung der Aktivitäten entlang der IoT Value Chain.

IoT, das Internet of Things, wird die Gewohnheiten aller Menschen grundsätzlich verändern. Diese Technologie bedeutet, dass ein Gerät, welches mit dem Internet verbunden ist, mit anderen Geräten, einer Gruppe von Geräten oder einer Plattform direkt kommunizieren kann. Die Kommunikationsmöglichkeiten reichen von der Übertragung einfacher Statusmeldungen, zum Beispiel der aktuellen Temperatur, bis hin zu komplexen Steuerungen von Industrieanlagen. So unterschiedlich Anwendungen auch sein werden, gibt es dennoch eine Gemeinsamkeit: die Forderung nach Datensicherheit. Die übermittelten Daten müssen integer, d. h. unverändert, mit gesicherter Identität, vollständig und vom erwarteten Kommunikationsteilnehmer autorisiert sein. In einigen sensiblen Bereichen muss auch die Vertraulichkeit sichergestellt werden – unautorisierte Personen dürfen den Inhalt nicht lesen.

Mit der Übernahme von Tixi.com im Jahr 2018 haben wir die Lücke im vorgeschalteten Bereich der Wertschöpfungskette geschlossen. Die Tixi-Technologie ermöglicht den einfachen Zugriff auf Sensoren, Steuerungseinheiten und Datenquellen fast jeglicher Art.

Um Kunden echte End-to-End-Lösungen anbieten zu können, hat sich FP Anfang 2019 an der Juconn GmbH beteiligt. Somit lassen sich im nachgeschalteten Bereich die FP-Lösungen mit Dash-boards, Überwachungsfunktionen und der Nutzung von Analyse- und Blockchain-Funktionalität komplettieren.

FP IOT VALUE CHAIN



IoT schließt die Lücke zwischen realer und virtueller (digitaler Welt) – IoT vernetzt Sensoren und Aktoren mit der Cloud-Servern der Anbieter oder der Kunden.

Abbildung 5: IOT Value Chain

In 2019 fokussierten wir die IoT-Entwicklungsaktivitäten auf Produkte für die neu definierten Zielmärkte Infrastrukturautomatisierung, Energieverteilung, erneuerbare Energien und sicheres Retrofit von Automatisierungsanlagen.

Damit konnten die Integration und die Vereinheitlichung des von Tixi übernommenen IoT-Produktportfolios unter Einbeziehung der sicheren FP-Technologie sowie die Realisierung einer einheitlichen Preis- und Produktstruktur passgenau für die Zielmärkte umgesetzt werden. Ausdruck verliehen wurde dieser Entwicklung mit der Einführung der Produktfamilie FP Secure Gateways in neuem Design. Dabei teilt sich die Produktfamilie in die Produktgruppen ENGuard, OTGuard und Compact sowie dem Secure Connector auf. Das funktionale Design des Gateways FP Secure Compact wurde in 2019 mit dem Red Dot Design Award ausgezeichnet.

Das Ziel dieser Aktivitäten: Die Werthaltigkeit der IoT-Lösungen wird erhöht. Die kunden-zentrierte Stärkung der Funktionalität und der Sicherheit sowie die dadurch mögliche Schaffung von echtem Mehrwert bzw. Nutzen sind die entscheidenden Schritte dafür. Der Schwerpunkt liegt auf der Problemlösung und dem Angebot von End-to-End-Lösungen. Dabei werden fortlaufend aktuelle Trends berücksichtigt und neue Schnittstellenlösungen implementiert.

Sichere digitale Kommunikation ist also für uns nichts Neues. Wir haben sie seit fast 100 Jahren entwickelt und genutzt. Das zusätzliche Potenzial jenseits des sicheren Postgeschäfts zu erkennen, war einer der wesentlichen Auslöser für unsere Strategie und ist einer der Treiber hinter unserer Transformation. Unser wesentliches Leistungsversprechen gilt nach wie vor und wird heute ebenso geschätzt wie vor 100 Jahren: Wir machen Ihre Kommunikation sicherer, einfacher und komfortabler.

Doch die Art und Weise, wie wir das tun, wird sich grundlegend verändern. FP steht an der Schwelle einer neuen Ära. Wir durchlaufen gerade einen radikalen Transformationsprozess – eine Transformation, die uns dabei helfen wird, neue Kunden zu gewinnen und unsere Zusammenarbeit mit bestehenden Kunden zu stärken. Eine Transformation, die nachhaltiges Umsatz- und Ertragswachstum fördern wird. Hierbei bauen wir auf unsere neuen Produkte in der sicheren digitalen Kommunikation, die unsere Nachhaltigkeitsziele maßgeblich beeinflussen.

3.3.1 FP Secure Gateway Schnittstelle für hochsicheres IoT

IoT, das Internet of Things, wird die Gewohnheiten aller Menschen grundsätzlich verändern. So unterschiedlich die Anwendungen auch sein werden – das Verlangen nach Sicherheit ist groß.

FP bietet Ingenieurwissen und höchst zuverlässige Technologie

Das FP Secure Gateway ist die passgenaue Lösung für diese Anforderungen. Es verfügt über eine skalierbare Anzahl von Sensoreingängen. Die von den Sensoren erfassten Informationen werden über unser Gateway an eine Datenzentrale übermittelt und gemäß dem geforderten Sicherheitsniveau abgesichert. Die Kommunikationskanäle werden dem Einsatzgebiet entsprechend ausgelegt. Dabei sind das Datenvolumen und die verfügbare Netzanbindung die wesentlichen Einflussfaktoren.

Der flexible und robuste Aufbau erlaubt den Einsatz in Industrieumgebungen. Dadurch entsteht ein Interesse bei Lösungsanbietern auf dem Feld der Industrie 4.0. Dabei sticht dieses Produkt mit seinen Sicherheitsfeatures im Vergleich zu Wettbewerbsprodukten heraus.



Unser 1. Beispiel: Intelligente Müllpressen rufen die Müllabfuhr

Kaum ist etwas weggeworfen, wird kein Gedanke mehr daran verschwendet. Umso schöner, wenn Müllcontainer mit einer vollautomatischen Müllpresse versehen sind, wie die eines FP-Kunden. Dann müssen sie seltener geleert werden, der logistische Aufwand sinkt. Zusätzlich erkennt der Container durch Scans, ob er zum Beispiel Holz oder Metall enthält und reguliert Pressdruck und Geschwindigkeit, um den Müll ideal zu komprimieren und den Maschinenverschleiß zu senken.

Mit dem FP IoT-Gateway senden alle Müllcontainer ihre Daten direkt an den Hersteller. Der kann per Cloud-Monitoring nachvollziehen, ob die Anlagen ordnungsgemäß funktionieren. Zudem melden die Container ihren Füllstand, bevor dieser ein kritisches Niveau erreicht. Die Software in der Cloud fasst den Status der Anlagen zusammen und koordiniert automatisch den effizientesten Entsorgungsplan.

Unser 2. Beispiel: Kühlung stellt den Käse kalt

Die Lebensmittelindustrie ist strengen Richtlinien zur Qualitätsgewährleistung unterworfen. Deshalb lässt ein Käseproduzent seine Herstellung von FP IoT-Gateways überwachen. Sie sind an den Stuelementen installiert, die Alarm schlagen, sobald festgelegte Temperaturgrenzen überschritten werden oder starke Schwankungen auftreten. Der aktuelle Temperaturstand lässt sich durch die IoT-Gateways zentral überwachen und steuern, die Produktionsverluste werden auf ein Minimum gesenkt. Zusätzlich kann der Käseproduzent im Bedarfsfall auch die Einhaltung des Temperaturrahmens nachweisen.

Unser 3. Beispiel: Ölfilter reinigen bis zum Schluss

Ölfilter im Auto gehören regelmäßig gewechselt. Auch Windkraftträder haben Ölfilter, wenn auch wesentlich größere. Servicetechniker fahren die Anlagen dem zyklischen Wartungssternus entsprechend an und tauschen die Filter aus. Das ist nicht effizient, denn die Betriebsamkeit der Anlagen lässt sich durch den wechselhaften Wind nicht präzise vorhersagen. Oft sind die Filter noch in Ordnung und wenn doch mal ein Fehler auftritt, fällt er meist erst

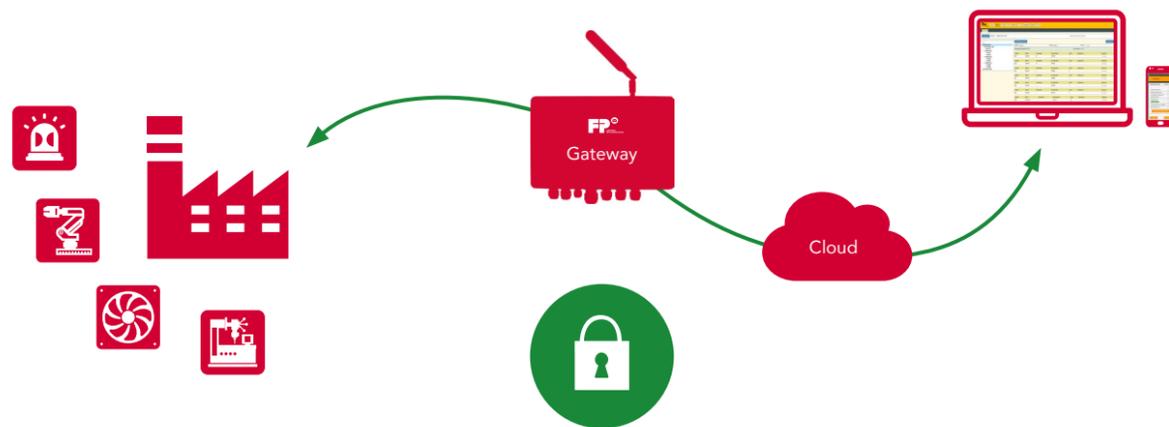
bei der nächsten Visite auf. Der Ölfilter eines FP Kunden erfasst deshalb Druckverlauf, Temperatur und Trübung des Öls, um Zustand und restliche Lebenserwartung des Filters zu bestimmen. Sämtliche im Betrieb befindlichen Ölfilter senden über die IoT-Gateways ihre Daten an das Monitoring-System, wo die Daten aufbereitet und visualisiert zur Verfügung stehen. Anhand dessen entstehen individuelle und effiziente Servicepläne. Und Öl wird auch noch gespart.

Unser 4. Beispiel: Zuverlässiger Partner beim Energiemanagement

Apropos Windräder: Die FP IoT-Gateways können nicht nur Automatisierung, sondern auch Energiemanagement. Im Zuge der Energiewende entstehen immer mehr Solaranlagen, Windräder und Blockheizkraftwerke. Hinzu kommen Ladestationen und stationäre Energiespeicher. Kleine alternative Energieerzeuger kann das Gateway problemlos anbinden, überwachen und steuern. Wenn es zum Beispiel an einem sonnigen Tag stürmt, produzieren Windräder und Solarplatten mehr Strom als nötig. Kommt es zu einer Überproduktion, müssen bestimmte Anlagen temporär vom Netz genommen werden. Das geht bereits vollautomatisch. Doch das erneute Anschalten bedarf oft noch eines händischen Eingriffs mit entsprechender Anfahrt. Mit den IoT-Gateways können beide Schritte direkt in der Energieverwaltungszentrale erfolgen. Außerdem bieten sie neben den Optionen »an« und »aus« auch eine Skalierung der Betriebsstärke.

Und: Unsere IoT-Gateways von FP können noch viel mehr!

Durch ihre Vielseitigkeit sind die FP IoT-Gateways nahezu überall einsetzbar. Sie stehen immer für Zuverlässigkeit, hohe Sicherheitsstandards und Flexibilität. FP ist mit seinen Hochleistungsmodulen auf der diesjährigen SPS-Messe in Nürnberg vom 26. bis 28. November 2019 vertreten. Dort erfahren Interessenten mehr über die IoT-Gateways und welche Möglichkeiten sie für ihr Business bereithalten.



Unsere Hardware-Sicherheitsmodule sind nach **FIPS 140-2 Level 3** zertifiziert. FIPS steht für »Federal Infrastructure Processing Standard«, ein Computer-Sicherheitsstandard der amerikanischen Regierung zur Genehmigung und Zertifizierung kryptografischer Module mit dem vorrangigen Ziel des Einsatzes bei Behörden.

Zusammenfassend bedeutet das, dass wir mit unserer Technologie ein Hardware-Sicherheitsmodul bereitstellen, das einen der höchsten verfügbaren Sicherheitsstandards erfüllt. Neben unserem Sicherheitsmodul verwalten wir auch eine eigene **PKI** und unsere **FP**-spezifische Konfigurationsmanagement-Plattform zur Verwaltung unserer installierten Basis.

Die Entwicklung der neuen Produktfamilie **FP Secure Gateway** und der Beginn der Vermarktung von IoT-Lösungen unter der Dachmarke **FP** war ein Meilenstein in 2019. Die Dachmarke **FP** wurde mit dem Slogan »powered by Tixi« ergänzt, um weiter Nutzen aus dem Bekanntheitsgrad der Marke »Tixi« auf dem Markt zu ziehen. Diese neue **FP**-Produktfamilie mit den Produktgruppen **ENG**uard, **OTG**uard und **Compact** sowie dem **Secure Connector** ist die passgenaue Lösung für die sichere Datenübertragung im IoT-Umfeld für die Zielmärkte. Jedes **FP Secure Gateway** verfügt über eine skalierbare Anzahl an Schnittstellen. Die von den Sensoren erfassten Informationen können an eine Datenzentrale zum Beispiel in der Cloud übermittelt und entsprechend dem geforderten Sicherheitsniveau skalierbar abgesichert werden. Die Kommunikationskanäle werden dem Einsatzgebiet entsprechend ausgelegt. Dabei sind das Datenvolumen und die verfügbare Netzanbindung die wesentlichen Einflussfaktoren.

Lokale Inbetriebnahme-Apps unterstützen schlanke Rolloutprozesse und schnelle Inbetriebnahmen. Eine Besonderheit ist dabei, dass sich das Sicherheitsniveau auch nachträglich noch erhöhen und an steigende Anforderungen anpassen lässt.

Im Zuge der wachsenden Nachfrage nach End-to-End-Lösungen wurden auch weitere Kundenprojekte und PoCs auf Basis der innovativen **Juconn Cloud** realisiert. In 2019 erfolgte die Zertifizierung der **FP Secure IoT Gateways** für die Telekom Cloud der Dinge. Damit werden nun technologisch fast alle relevanten Cloud-Service-Angebote, wie **AWS**, **Cumulocity** und **Siemens MindSphere**, unterstützt. Der flexible und robuste Aufbau der Gateways erlaubt den Einsatz in Industrieumgebungen und trifft damit die Anforderungen von Lösungsanbietern auf dem Feld der Industrie 4.0. Hervorstechendes Unterscheidungsmerkmal der Gateway-Produktfamilie im Vergleich zu anderen Produkten sind optionale Sicherheitsfeatures wie die vom **HSM** unterstützte sichere Aufbewahrung von Schlüsselmaterial für kryptografische Schlüsselverwaltungsvorgänge (Schlüsselgenerierung, Neuverschlüsselung). Das Schlüsselmaterial findet Verwendung für den Integritätsschutz, die Sicherung der Vertraulichkeit sowie sichere Zeitstempel- und Verifikationsdienste



Abbildung 6: **FP Secure Gateway** (Mitte) in der Bauform »Hutschiene«

3.3.2 **FP Sign** Signieren als Vorteil im Wettbewerb

Unsere Signaturlösung **FP Sign** haben wir 2019 mit weiteren neuen Funktionen, insbesondere im Bereich des Workflow-Managements und Dokumenten-Handlings, ausgestattet. Zudem wurden nationale und internationale Identitätsservices integriert.



Abbildung 7: **FP Sign**

! **FP News – Good to know**

»**FP** gewinnt wichtigen IoT-Auftrag aus Energiebranche: Eines der größten, unabhängigen Energiedienstleistungsunternehmen im deutschsprachigen Raum setzt großes Vertrauen in **FP** bei ihrem Ziel, ihre Energieversorgung effizient zu gestalten. **GETEC** bietet individuelle Lösungen für das Energiemanagement. Seit zwei Jahren baut das Unternehmen bereits auf 1.500 innovative IoT Gateways zur Steuerung von Heizungsanlagen. Bis 2021 wird das Unternehmen laut Vertrag weitere 3.500 IoT Gateways von **FP** verbauen. Die Steuerung der Anlagen ist damit auch aus der Ferne schnell, sicher und transparent. Darüber hinaus können für die Gateways individuelle Funktionen programmiert werden und Kunden haben jederzeit einen Überblick über alle Geräte. **GETEC** geht damit einen großen Schritt in Richtung intelligente Heizungssteuerung.«

Das Internet of Things kann für die Nachhaltigkeit einen wertvollen Beitrag leisten: Ein reibungsloser Verkehrsfluss, höchsteffiziente Anlagen zur Strom- und Wärmeerzeugung und die Kontrolle von Umweltzuständen in Echtzeit sind nur ein paar Highlights von vielen.

FP Sign verschafft Unternehmen einen Wettbewerbsvorteil, da Dokumente online rechtsverbindlich unterschrieben und innerhalb von Minuten ausgetauscht werden können – ob im Büro oder von unterwegs. **FP Sign** ist branchenunabhängig einsetzbar, doch vor allem in den Bereichen der Personaldienstleister, Steuerberater, Rechtsanwälte, Versicherungen und Banken zeigt sich eine erhöhte Nachfrage.

Mit **FP Sign** signieren Unternehmen Dokumente wie Verträge, Angebote, Formulare oder Bescheinigungen schnell und sicher digital und lassen sie von ihren Kunden, Lieferanten oder Mitarbeitern gegenzeichnen. Unterschiedliche Signaturlevel gewährleisten dabei die Rechtssicherheit der Dokumente.

In 2019 wurde die Signierlösung **FP Sign** in acht Ländern mit zwölf Sprachvarianten ausgerollt. Neben Deutschland waren das USA, UK, Niederlande, Belgien, Österreich, Italien sowie Schweden. Die Lösung kann direkt auf den Webseiten abonniert werden. Die Integration von Business-Lösungen wird basierend auf der sich kontinuierlich erweiternden Applikations- und Accounting-API vereinfacht. Partner können auf der Ebene der um Distributoren und Reseller erweiterten Organisationsstruktur angebunden und fein-granular administriert werden. Der Prozess des Gegenzeichnens wurde neu strukturiert, sodass der Kunde zu den vordefinierten Signatur-Positionen oder

Paraphen geführt wird. Dies gilt ebenso für komplexe Mehrfachdokumente.

Neue Wege wurden bei der Anbindung von WhatsApp als Kommunikationskanal beschritten; Kunden können anhand ihrer Telefon/WhatsApp-Nummer unkompliziert in den digitalen Unterschriftenlauf einbezogen werden.

FP Sign wurde in Deutschland entwickelt und nutzt vom Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) zertifizierte Rechenzentren in Deutschland – auch hier stehen wir für »made in Germany«. Die Sicherheits-Features und seine hohe Skalierbarkeit machen **FP Sign** zu einer innovativen Lösung für digitale Signaturen. Dafür wurde **FP Sign** mit dem Innovationspreis-IT in der Kategorie Cloud Computing ausgezeichnet und gehört damit zu den »Best of 2017«.

Weitere Kernmerkmale von **FP Sign** sind:

- eIDAS-Konformität
- vollständige Kontrolle und Nachvollziehbarkeit des digitalen Geschäftsprozesses
- nahtlose Integration in Business-Anwendungen, wie SAP, Salesforce sowie branchenspezifische Fachsoftware mit Unterstützung modernster APIs
- Branchenunabhängigkeit
- Mobile App zum Arbeiten von unterwegs
- stetige Weiterentwicklung und Orientierung an den Anforderungen der jeweiligen Branche mithilfe direkter Einbindung von Kunden
- Einbeziehung aller Fachabteilungen, wie Beschaffung, Verwaltung, Vertrieb, Marketing und Personalwesen
- Lösung für alle – von KMU bis Großunternehmen.

Weiterhin ergeben sich aus **FP Sign** folgende Vorteile hinsichtlich der Nachhaltigkeit:

- Weniger Papierverbrauch, mehr Ressourcenschonung.
- Geringere Druckernutzung und Einsparung von Tinte, Toner und Wartungseinsätzen sowie weniger Tonerstaubentwicklung.
- Digitalisierung wird vorangetrieben.
- Schlanke Prozesse mit deutlich kürzeren Durchlaufzeiten und schnelleren Ergebnissen verbunden mit Kosteneinsparungen.
- Wegfall von Logistikkosten und Einsparung von Ressourcen durch weniger Transporte (Post).

3.3.3 discoverFP

Begleiter des Wandels

Egal, ob digitale Signaturlösungen, der Online-Versand von Papierpost, Scan-Dienstleistungen, Voice over IP (VOIP) Business-Telefonie, den einfachen Paketversand mit der im Februar 2020 zuerst in den USA verfügbaren **FP Parcel Shipping** Lösung, Kostenstellen-Management,

FP News – Good to know

»Ab Mai 2019 sind mit dem Smartphone gescannte Dokumente erstmals nach TR-RESISCAN zertifiziert und somit beweiskräftig. **FP** unterstützt Unternehmen dabei, für Cloud-Lösungen eine BSI-Zertifizierung für das ersetzende Scannen mittels App zu erlangen. Das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) hat verkündet, dass die App **trebono** zum Scannen von Belegen als rechtssicher zertifiziert ist. Der Hersteller **2KS Cloud Services GmbH** hat dies in Zusammenarbeit mit **FP** entwickelt, und ermöglicht somit Unternehmen, Krankenkassen und Behörden, mit Hilfe von Smartphones und Tablets Belege ab sofort mobil zu scannen und digital zu speichern.«

Reporting oder die Benutzerverwaltung von Frankiersystemen – die neue One-Stop-Plattform von **FP** vereint die unterschiedlichsten Produkte und Dienstleistungen von **FP** in einem Online-Portal.

discoverFP ist ein wichtiger Bestandteil unserer **ACT** Strategie, mit der wir neue Lösungen und Services für unsere bestehenden und neuen Kunden entwickeln. Gleichzeitig dient das Portal als wichtiger Hebel, um den traditionellen Bereich weiter zu stärken. Mit **discoverFP** begleiten wir unsere Kunden auf ihrem Weg der Digitalisierung – über ein einfach zu bedienendes Portal.

Erfolgreiche Einführung vollendet

Mittlerweile ist das Kundenportal **discoverFP** in neun Ländern eingeführt. Das neue PostBase Vision-Frankiersystem nutzt die zentrale Cloudanwendung, um unter anderem durch ein neues Kostenstellenmanagement und ein mehrstufiges Reporting Transparenz und Kostenkontrolle zu ermöglichen. Portalbenutzer mit Administratorrolle können Kostenstellen anlegen und verwalten sowie die Rechte der Maschinenbenutzer administrieren. Mit der Einführung 2020 in Kanada vollenden wir als Spezialist für sichere digitale Kommunikation nun den internationalen Roll-Out der Plattform. Dass die Cloud-Lösung den Kundenwünschen entspricht, beweisen die ersten Zahlen. So nutzt in den Niederlanden bereits nahezu jeder zweite, in Belgien jeder dritte und in Großbritannien schon jeder fünfte **FP**-Geschäftskunde das neue Portal.

Frankiermaschinen in der Cloud

Neu bei der Cloudlösung ist auch, dass das jüngste Flaggschiff, unsere PostBase Vision darüber gesteuert und aus-

gewertet werden kann, ganz egal, wo man sich befindet. So lassen sich über ein leicht zu bedienendes Web-Dashboard Rechnungen und Kontodetails einsehen oder Tinten- und Portostände kontrollieren.

Eine Plattform mit allen Funktionalitäten

Dank der automatischen Synchronisation sind zeitnahe Auswertungen zentral im Portal verfügbar und jederzeit erstellbare Reportings bieten einen Überblick zu Einsparpotentialen bei den Portokosten.

Mehr Transparenz durch Konnektivität

Insgesamt reduziert sich der administrative Aufwand für unsere Kunden enorm, denn allein bei den Frankiersystemen können ganze Flotten zentral gesteuert werden oder es lassen sich Kostenstellen nach Abteilungen, Personen oder Berechtigungsstufen einrichten. Weltweit sind allein über 200.000 Frankiermaschinen von **FP** im Einsatz, die jährlich Porto im Wert von über 1,2 Milliarden Euro drucken. Mit dem neuen Kundenportal bündeln wir nun alle Lösungen an einem einzigen Ort.

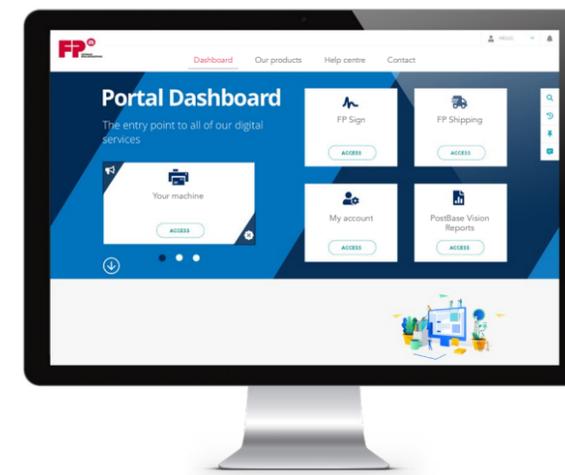


Abbildung 8: **discoverFP**

Kunden erhalten mit **discoverFP** einen Überblick über ihre relevanten Frankiersystemdaten sowie mit dem integrierten Hilfecenter die Möglichkeit, Einsicht in Rechnungen, Bestellungen, Verträge und Serviceanfragen zu nehmen. Darüber hinaus können Kunden mit der neuen Postbase Vision Nutzerkonten und Kostenstellen im Portal einrichten sowie detaillierte Analysen über die Nutzung ihrer gesamten Installationsbasis erhalten.

Ziel von **discoverFP** ist es, alle jetzigen und zukünftigen Kunden bei der digitalen Transformation der eigenen Kommunikationsgeschäftsprozesse zu begleiten. Ein gutes Beispiel dafür ist das enthaltene Maschinen-Dash-

board: Dadurch erhält der Benutzer Informationen über den Füllstand der Kartuschen und den Portobetrag seiner Maschinen, aber auch über etwaige Funktionsstörungen – und in diesem Fall auch sofort eine Lösung. Für jedes bisher bekannte Problem gibt es eine (Video-)Anleitung zur Behebung. Dies ermöglicht es unseren Kunden, ihre Maschinen schnellstmöglich weiter zu nutzen, ohne auf den **FP**-Kundendienst warten zu müssen.

Die dafür notwendigen Lösungen und Services sollen entsprechend der **ACT**-Strategie von **FP** sukzessive auch auf unsere neuen Kundenzielgruppen ausgerichtet werden. Eine agile Projektmethodik sorgt dafür, dass kurzfristige Kundenfeedback in die Entwicklung weiterer Portal-funktionalitäten einfließt, sodass unser Angebot einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess im Interesse der Kunden unterliegt.

3.3.4 FP Parcel Shipping

Die Paketbranche erlebt schon seit einigen Jahren ein sehr starkes Wachstum dank der immer größer werden den Warenverfügbarkeit über das Internet. Während große Power-Seller und eCommerce-Firmen auf vollintegrierte Logistiklösungen für den Warenversand setzen, benötigen Firmen im Mittelstand praktikable und komfortable Lösungen.

In 2019 hat **FP** seine Produktpalette um **FP Parcel Shipping** erweitert: Die webbasierte Cloudlösung ermöglicht die komfortable Abwicklung des Paketversands über unterschiedliche Carrier. Als Teil des Kundenportals **discoverFP** wird das Produkt vorerst für den amerikanischen Markt entwickelt und dort eingeführt. Unter anderem stehen dem Kunden, neben der USPS, nun auch UPS und FedEx als Beförderer zur Verfügung; zur Zahlungsabwicklung lassen sich alle gängigen Verfahren, wie e-check, Bankinzug oder Kreditkarte, verwenden. Funktional können Kunden zwischen verschiedenen Versandoptionen der Carrier wählen sowie unterschiedliche Druckformate für Label ansteuern. Außerdem können Kunden nun eine lokale Direktanbindung von Paketwaagen nutzen. Zusammen mit der neuen Adressverwaltung und integrierter Adressvalidierung sowie der Empfänger-Vorabbenachrichtigung per E-Mail gibt es nun ein reifes, für die Kunden ideales Paketversandsystem auf dem Markt.

3.3.5 FP TransACTmail

transACTmail Online Papierpost versenden

Unser digitales Online-Brief-Portal **transACTmail** bietet unseren Kunden eine bequeme, einfache und flexible Lösung für die Bearbeitung und Versendung ihrer Geschäfts-post. **transACTmail** dient als digitale Poststelle, wo der Kunde seine Geschäftskorrespondenz online erstellt oder diese digital hochlädt und der Empfänger sie wie gewohnt

als Papierpost erhält. Ob Rechnung oder Werbeschreiben – der Kunde kann Briefe durch die browserbasierte Lösung zeitlich flexibel und von überall erstellen und versenden.

Die fertigen, durch den Kunden erstellten Briefe werden verschlüsselt hochgeladen und an das **transACTmail** Druck- und Frankiercenter weitergeleitet. Wir produzieren für unsere Kunden zuverlässig, schnell, qualitativ hochwertig und umweltfreundlich. Hocheffiziente Prozesse garantieren unseren eine schnelle Zustellung ihrer wichtigen Dokumente. Dafür sorgen wir mit modernster Produktionstechnik und unseren Online-Services. Die Geschäftspost wird auf Qualitätspapier gedruckt, gefaltet, kuvertiert, passend frankiert und von der Deutschen Post am nächsten Werktag zugestellt. Mit **transACTmail** leisten unsere Kunden einen Beitrag zu mehr Nachhaltigkeit, denn die Bearbeitung der Geschäftspost kann bis zum Versand durchgehend digital erfolgen, was viel Papier spart. Zudem vermeiden Unternehmen die Risiken von Investitionen in große Maschinenparks. Auch eine Bevorratung von Papier, Briefhüllen, Briefmarken oder Toner ist nicht mehr nötig. Unsere Kunden können **transACTmail** auch ohne Vertragsbindung und Mengenverpflichtung nutzen.

3.4 Produktqualität, Produkteffizienz und Produktsicherheit

Qualität – mehr als ein Versprechen

(GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3)

Die Qualität und die Sicherheit unserer Produkte sind Grundlage des wirtschaftlichen Erfolgs unseres 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 sie regelmäßig in genau definierten Audits.
3. Die Gesetzgeber und 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.

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 im Entwicklungsprozess berücksichtigt wurden. In einer umfangreichen Kundenbegeisterungserhebung wurden diese Anforderungen sukzessive vertieft und agil im Entwicklungsprozess umgesetzt.

Im laufenden Prozess der kontinuierlichen Verbesserungen nehmen die Entwicklungsteams 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 Regulierungsbehörden 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 Zulieferern ein, die uns obliegt, aber von den Zulassungsstellen überprüft wird. Ein weiteres Ziel des Verfahrens ist die Erteilung des CB-Zertifikats (Certification Body) durch die benannte Stelle und damit dann die Ausstellung der Konformitätserklärung 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 Nationaly 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, der Gesundheit oder Sicherheit spezifikationsgemäß funktionieren (GRI 416-1). Es gab im Berichtsjahr 2019 keinerlei Verstöße im Zusammenhang mit den Gesundheits- und Sicherheitsauswirkungen von Produkten und Dienstleistungen (GRI 416-2). Weiterhin gab es ebenso keine Verfahren oder Verstöße im Zusammenhang mit Produkt- und Dienstleistungsinformationen und der Kennzeichnung (GRI 417-1, GRI 417-2). Auch gab es keine Verstöße im Zusammenhang mit Marketing und Kommunikation (GRI 417-3).

Die Qualitätssicherung im Bereich der Softwareentwicklung erfolgt kontinuierlich im Entwicklungsprozess. 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 Release 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 416-2).

Die Qualitätssicherung im Bereich der Hardware erfolgt projektbegleitend durch zahlreiche interne Methoden. Intensive Funktionstests sowie Dauertests von Geräten führen wir im hauseigenen elektromechanischen Labor während der gesamten Entwicklungsdauer eines Geräts durch. 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.

Die Restrukturierung des Entwicklungsbereiches, die Integration von Tixi und die Ausrichtung auf IoT-Prozesse und digitale Produkte erforderten umfangreiche Anpassungen der Prozessabbilder und gelenkten Dokumente. Die umgesetzten organisatorischen Änderungen wurden in das »Integrierte Managementsystem« (IMS) eingepasst. Alle Prozesse und gelenkten Dokumente konnten entsprechend aufgebaut werden. Zu den Zielen zählten hier die Organisationsentwicklung, der Ausbau des Wissensmanagements und die Stärkung der internen und externen Kommunikation. Neben den erfolgreichen Zertifizierungen der Prozesse zum Qualitäts- und Umweltmanagement (ISO 9001, ISO 14001) im Dezember 2019 ist **FP** nun in der Lage, den Kunden auch die Zertifikate der aktualisierten Standards zur Arbeitssicherheit (ISO 45001:2018) und für das Energiemanagement (ISO 50001:2018) vorlegen zu können.

Produktsicherheit

Die meisten Produkte und Services von **FP** benötigen eine Betriebszulassung von einer Regulierungsinstitution. Bei den Frankiersystemen sind dies die jeweiligen Postgesellschaften in allen Vertriebsgebieten weltweit, bei den Softwareprodukten häufig das BSI (Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnologie).

TYPISCHER ZULASSUNGSVERLAUF



Die hohen Zulassungsanforderungen der einzelnen Regulierungsinstitutionen machen bereits deutlich, dass es bei den Produkten der **FP** 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 externe 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 auch 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 der Kernkompetenzen der **FP** und erklärt die hohen Markteintrittsbarrieren für weitere Unternehmen. Hier finden sich zudem die Schnittstellen mit Synergiepotenzial zu anderen modernen Produkten wie

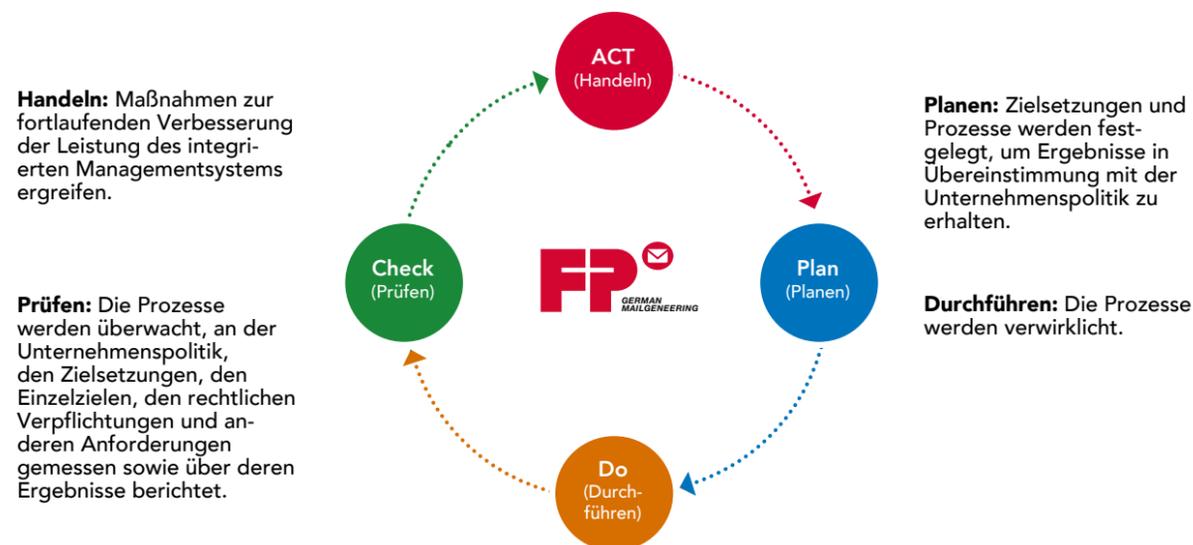
zum Beispiel **FP Sign**. Vertraulichkeit, Sicherheit und Rechtsverbindlichkeit sind in diesem Zusammenhang unabdingbare Voraussetzungen für den Erfolg der Produkte und Services.

3.4.1 Qualitätsmanagementsystem Anspruch und gelebte Wirklichkeit (GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3)

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 im Fokus zu behalten. In der Verantwortung des Vorstands bewerten die Beauftragten für das Integrierte Managementsystem (IMB) und die Qualitätsmanagement-Beauftragten an den Standorten aktuelle und zukünftige Anforderungen sowie die Ergebnisse der bisherigen Tätigkeiten und Ereignisse und veranlassen entsprechende Folgemaßnahmen. Dies geschieht auf der Grundlage der »Plan Do Check Act«-Methode: Planen, Durchführen, Prüfen, Handeln.

Aus den Ergebnissen dieses Prozesses werden Maßnahmen entwickelt, die von den Fachabteilungen gemeinsam umzusetzen sind. Maßnahmen zu Gewährleistungen und Verbesserungen werden koordiniert und mit entsprechenden Qualitätsrunden auf ihre Wirksamkeit überprüft. Nach der Umsetzung einer Maßnahme erfolgt eine Rückmeldung. Der Zyklus schließt mit den entsprechenden Analysen und der Ableitung möglicher Handlungsoptionen.

PDCA-METHODE DER FP



Qualität und Verbesserung: die nichtfinanziellen Leistungsindikatoren nach § 315 HGB

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

Fortlaufende Steigerung der Qualität

Neben finanziellen Leistungsindikatoren nutzen wir auch nichtfinanziellen Leistungsindikatoren zur Steuerung des Unternehmens. Im Zentrum steht die Qualität des Leistungsspektrums, gemessen an einem Qualitäts- und einem Verbesserungsindikator.

Der Qualitätsindikator misst die Veränderung der Produktqualität auf der Basis der jährlichen Serviceeinsätze im Verhältnis zum durchschnittlichen gewichteten Maschinenbestand. Dabei werden auch laufende Veränderungen wie die Einführung neuer oder die Optimierung bestehender Produkte berücksichtigt. Diese Kennzahl wurde bisher nur in Deutschland erhoben und vergleichend auf die internationalen Tochtergesellschaften angewandt, um beispielsweise bei der Kostenkalkulation zu unterstützen. Ab dem Jahr 2020 wird diese Kennzahl PQI – Germany genannt und durch die Kennzahl PQI – international ergänzt. Der Product Quality Indicator – international setzt sich ebenfalls aus dem durchschnittlichen Maschinenbestand und den jährlichen Serviceeinsätzen zusammen. Jedoch werden mit ihm die Daten aus Belgien, Großbritannien, Italien, Kanada, den Niederlanden, Österreich, Schweden und den USA vereint betrachtet. Dabei handelt es sich um die Länder, die den **FP**-Konzern mit Daten zu Serviceeinsätzen bei der Identifikation von Verbesserungsmöglichkeiten unterstützen. Da sich der Wert des PQI – international anders berechnet als der des PQI – Germany und dieser 2020 erstmals berichtet wird, wurde er ebenfalls für das Jahr 2019 berechnet, um die Entwicklung vergleichen zu können. Beide PQIs betrachten (seit 2019) die Produkte, die aktuell in Wittenberge produziert werden. Ergänzend werden in 2020 die Werte der PostBase Vision in die Kennzahl mit einfließen.

Durch die Neuentwicklung unserer PostBase Frankiersysteme konnten wir in den letzten Jahren die Qualität deutlich steigern. Der Wert verbesserte sich von PQI – Germany 14,6 in 2018 um 34 % auf PQI 9,6 in 2019. Grund hierfür ist die verbesserte Qualität der Produktreihen, die aktuell vertrieben werden. Der PQI – international beträgt 45,4 in 2019.

Für 2020 erwarten wir, dass sich sowohl der PQI – Germany als auch der PQI – international leicht verbessern, da wir durch Verbesserungsprojekte, die aus den Qualitätszirkeln entstanden sind, unsere Produktqualität weiterhin steigern.

Auch der Verbesserungsindikator (nf IQ) erfasst die Qualität der **FP**-Produkte und hier insbesondere die Qualität neuer Frankiersysteme. Er basierte bisher auf dem Teileaufwand für Nachbesserungen an ausgelieferten Maschinen und misst das Verhältnis der Teilekosten aus Gewährleistungen zum Gesamtumsatz. Seit 2019 und rückwirkend für 2018 berechnet sich der nf IQ aus den Teilekosten aus Gewährleistungen und dem Umsatz durch Frankiermaschinen. Der **FP**-Konzern erfasst die notwendigen Daten monatlich, wobei eine Analyse der vergangenen Jahre zeigt, dass der Indikator bei der Neueinführung einer neuen Generation von Frankiersystemen tendenziell steigt. Nach Anpassung der Berechnungsgrundlage lag der nf IQ im Jahr 2018 bei 0,62. Im Jahr 2019 ist der nf IQ leicht gestiegen auf 0,65. Der Grund liegt in gestiegenen Gewährleistungskosten, deren Ursache im Rahmen eines Qualitätszirkelprojektes in der zweiten Hälfte 2019 abgestellt wurde. Für das Geschäftsjahr 2020 wird eine Verbesserung des nf IQ erwartet, da die Maßnahmen aus den Qualitätszirkeln greifen.

Wir verwenden diese beiden nichtfinanziellen Leistungsindikatoren intern auch unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit. Hierbei greift das Unternehmen auf die Global Reporting Initiative (GRI) zurück. Beide nichtfinanziellen Kennzahlen messen die nachhaltige Steigerung der Produkt- und Service-Qualität. Verbesserungen beider Indikatoren dienen der Kundenzufriedenheit und dadurch dem ökonomischen Erfolg des Unternehmens. Zugleich wird auf diesem Wege auch ein schonenderer Einsatz von Ressourcen an Material und Personal erreicht.

	Prognose 2019	IST 2019	Erläuterung
Qualitätsindikator – Germany	Verbesserung im Vergleich zum Vorjahr (im Vorjahr 14,6)	9,6	Verbesserung durch Projektumsetzung, die u. a. im Qualitätszirkel beschlossen wurden
Verbesserungsindikator	Leichte Verschlechterung im Vergleich zum Vorjahr (im Vorjahr 0,62)	0,65	Leichte Verschlechterung im Wesentlichen infolge von einem Problem bei der PostBase, das aber mittels des Q-Zirkels in Wittenberge gelöst wurde

Tabelle 1: Vergleich Prognose und IST-Wert

Durch QMS effektivere und effizientere Unternehmensabläufe

Am 9. August 2018 führte Hela Lange (GUTcert) ein Interview mit Dipl. Ing. Lutz Redlinger über das Qualitätsmanagement der Francotyp-Postalia veröffentlicht wurde dieses im Mai 2019.

Nachtrag zum Jahresende: Entlang des im Interview beschriebenen Plans hat **FP** sich zum Jahresende 2019 sein integriertes Managementsystem auf den Stand der aktuellen Normreihen ISO 45001:2018 (Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit) und ISO 50001:2018 (Energie-management) zertifizieren lassen. Damit folgt **FP** der unternehmenseigenen **ACT**-Strategie mit der fortlaufenden Verbesserung der eigenen Prozesse und sichert sich gleichzeitig einen Wettbewerbsvorteil durch frühzeitige Systemanpassungen. Auch das angesprochene Ideenmanagement wurde im Rahmen der Aktualisierungen über eine schnelle Lösung von Berichtsmeldungen über das zentrale Controlling eingearbeitet und umgesetzt. Weitere Optimierungen sind in den folgenden Jahren geplant.

Vor mehr als einem Jahrzehnt führte die Francotyp-Postalia Holding AG (**FP**) ihr erstes Qualitätsmanagementsystem (QMS) ein. Seit einigen Jahren ist das Unternehmen mit einem beispielhaften Qualitätsmanagement nach ISO 9001 durch die GUTcert zertifiziert. **FP** ist der Spezialist für sicheres Mail Business und sichere digitale Kommunikationsprozesse.

Dipl. Ing. Lutz Redlinger studierte Nachrichtentechnik an der Technischen Universität in Berlin. Seit März 2003 ist er der integrierte Managementbeauftragte für Qualitätsmanagement, Energiemanagement, Umweltmanagement, Arbeitssicherheit und Informationssicherheit.

Lange: Herzlichen Dank, dass Sie bereit sind, mit uns über Ihr QMS zu reden. Seit wann ist Ihr Unternehmen denn nach ISO 9001 zertifiziert?

Redlinger: Eingeführt haben wir unser QMS bereits im Januar 2007. Damals noch nach ISO 9001:2000.

Lange: Welche Motive standen damals bei Ihnen im Vordergrund, ein QMS einzuführen und es dann auch zertifizieren zu lassen?

Redlinger: Im Wesentlichen waren es Kundenforderungen und das Erfüllen von externen Kundenwünschen. Weitere wichtige Aspekte waren auch die Stärkung des präventiven Arbeitens im Unternehmen, das optimierte Lenken von Dokumenten und – durch die internen Audits – die stetige Verbesserung unseres Unternehmens. Das QMS

hat uns geholfen, effektivere und effizientere Abläufe im Unternehmen zu etablieren.

Lange: Gibt es organisatorische Erfolge durch den prozessorientierteren Ansatz?

Redlinger: Ja, da gibt es sogar einige Vorteile, die wir aus dem Prozess schöpfen konnten. Zum einen haben wir die Zahl redundanter Abläufe reduziert. Dazu zählen etwa einheitliche Prozessabläufe, das Löschen mehrfach definierter Abläufe zum selben Thema usw. Auch die Optimierung unserer internen Audits sehen wir als Errungenschaft an, genauso wie die nun eindeutigeren Verantwortungsregeln im internen und externen Kundenbezug. Auch das »Kästchendenken« wurde durch die Prozesswelt deutlich reduziert, da Prozesse auch die internen und externen Schnittstellen klarer zusammenfassen.

Lange: Die ISO 9001 durchlief ja eine Revision. Diese sollte auch dazu dienen, dass sich Unternehmen im Rahmen von Managementsystemen mehr mit dem eigenem Kontext beschäftigen und daraus Risiken und Chancen fundiert ableiten und dementsprechende Aktivitäten planen können. Was tun Sie denn genau, um Chancen zu identifizieren?

Redlinger: Wir hatten bereits vor der Norm Einführung der ISO 9001:2015 u. a. auch unser Prozesscontrolling und die internen Audits entsprechend angepasst. So gehört z. B. zu jedem Auditprotokoll eine SWOT-Analyse für den Vorstand und den auditierten Bereich. Alle Feststellungen aus Audits, Betriebsbegehungen, externen und Kundenaudits, Einzelmeldungen, etc. werden zentral über eine Controlling-Liste gepflegt und hierbei nach Risiken und Chancen gewichtet. In unserer Controlling-Liste werden Potenziale in 5 Stufen klassifiziert:

Z – operatives Ziel (jährlich aus strategischen Zielen abzuleiten)

E – Empfehlung (Chance)

H – Hinweis (geringe Nebenabweichung, einzelne Fehler)

B – Beanstandung (gravierende Nebenabweichung, häufige Fehler)

A – Hauptabweichung (systematische Fehler)

Unsere Anpassungen werden auch immer aus Ergebnissen von Audits abgeleitet, weshalb die Zertifizierung mit dem externen »nicht-betriebsblinden« Blick für uns von großer Bedeutung ist.

Lange: Konnten Sie denn einige Chancen schon in Projekte umwandeln? Können Sie uns ein Beispiel als Leuchtturmprojekt aufzeigen?

Redlinger: Ja, das passiert häufiger. »Leuchttürme« sind mit Sicherheit das Entstehen unserer zentralen Controlling-Liste, die Optimierungen im internen Auditverfahren und die Verbesserung diverser Prozessabläufe. Von diesen Zusammenhängen hat auch unsere aktuelle ACT-Strategie (Attack, Customer, Transformation) profitiert, die den PDCA-Zyklus an allen Stellen im Unternehmen durch Teilprojekte unterstützt und begleitet. Viele Teilprojekte tragen heute zum unternehmerischen und wirtschaftlichen Erfolg bei.

Unser Fazit ist, dass das verstärkte Nutzen von Chancen und die frühzeitige Umstellung auf die aktuellen Normforderungen (auch die Zertifizierung nach ISO 9001:2015 bereits im Jahr 2015) zu einem großen Anteil zum wirtschaftlichen Erfolg beitragen.

Lange: Sie haben vorhin Ihre Kunden angesprochen. Einer der Schwerpunkte der ISO 9001 ist eine Stakeholder-Analyse. Wie führen Sie die Analyse durch und wie fördern Sie den Stakeholder Value?

Redlinger: Hierfür hatten wir uns schon frühzeitig Umweltpunkten der ISO 14001 herangezogen und die direkten und indirekten Aspekte auf alle anderen Normen als Systemaspekte übertragen. Im Rahmen der heutigen Controlling-Liste der Systemaspekte führen wir die internen und die externen Stakeholder zusammen. Wir verweisen auf die entsprechenden Rechtsgrundlagen und unsere strategischen Ziele zu den einzelnen Normen (9001, 14001, 45001, 50001, 27001) womit wir gleichzeitig jährlich unsere operativen Ziele zusammenfassen. Die strategischen Ziele ordnen wir so auch unseren Stakeholdern zu und gewichten diese gegenüber den einzelnen Systemen. Hierüber haben wir in Kurzform die für uns relevanten Stakeholder erfasst, ohne diese nochmal speziell und abteilungsbezogen gewichten zu müssen.

Lange: Gibt es in Ihrer Branche Möglichkeiten, ein zertifiziertes QMS als Wettbewerbsvorteil nach außen zu kommunizieren?

Redlinger: Nur das QMS allein wäre heute für unser Unternehmen nicht genug. Unseren Wettbewerbsvorteil schöpfen wir aus der Integration der verschiedenen Managementsysteme mit fünf Normstandards.

Lange: Mitarbeiter sind ebenfalls Stakeholder und spielen eine essenzielle Rolle beim Umsetzen und Weiterentwickeln eines QMS. Wie hoch schätzen Sie den Bekanntheitsgrad und die Akzeptanz des QMS bei Ihren Mitarbeitern ein? Wurden auch Ideen von Mitarbeitern eingereicht, die Sie bereits im QMS umgesetzt haben?



Lutz Redlinger

Redlinger: Das Thema Ideenmanagement wird bei uns gerade als Projekt komplett reformiert und soll auf einer crowd-basierten Plattform stehen. Das IMS (integriertes Managementsystem) ist allen Mitarbeitern bekannt und wird nicht nur akzeptiert sondern auch von diesen weiterentwickelt. Eine Trennung zum QMS pflegen wir hier nur noch bei internen Audits. Aktuell werden Ideen, Verbesserungen oder auch Feststellungen von Mitarbeitern über unsere Controlling-Liste eingereicht und in der Folge bearbeitet.

Eine Herausforderung ist, unser IMS für alle Mitarbeiter transparent zu gestalten, damit es durch neue Ideen ständig weiterentwickelt wird. So gibt es vereinzelt auch Prozessentwürfe, um die Schnittstellen entsprechend anpassen zu können. Beispiel ist das o.g. Ideenmanagement.

Lange: Bleiben wir bei Ihren Mitarbeitern. Ein weiterer wichtiger Punkt in der ISO 9001 ist das Wissensmanagement. Besonders der Verlust von Wissen kann für Unternehmen zu einem Problem werden. Wie verhindern Sie den Wissensverlust?

Redlinger: Wir können noch nicht ausschließen, dass kurzfristige Mitarbeiterverluste zu neuen Herausforderungen führen. Wir versuchen jedoch, gezielt dem Alterstrend vorzubeugen und Nachwuchskräfte anzuwerben, um diese entsprechend für spätere Aufgaben vorzubereiten. Das Wissensmanagement hat bei uns eine hohe Bedeutung und wird entsprechend gefördert. Das betrifft auch die vielen Rollenverantwortlichen, die bestimmte zentrale Aufgaben im Unternehmen wahrnehmen. Verbesserungsmöglichkeiten gibt es immer, so werden diese Themen gerade über unser Personalmanagement projektbezogen überprüft, um gerade dem eingangs erwähnten Wissensverlust durch Mitarbeiterabgänge frühzeitig vorzubeugen.

Lange: Danke, dass Sie sich Zeit genommen haben für diese Informationen. Weiterhin viel Erfolg mit Ihrem Qualitätsmanagement.

Ansprechpartner Francotyp-Postalia Holding AG:
Herr Lutz Redlinger | Integriertes Managementsystem Beauftragter (QM, UM, AM, EnM, ISM)
l.redlinger@francotyp.com | www.fp-francotyp.com

Fragen zum Interview oder der Zertifizierung beantwortet Ihnen gerne:
Frau Hela Lange | Projektkoordinatorin Managementsysteme
+49 30 2332021-88 | hela.lange@gut-cert.de

3.4.2 Kundenservice bei FP – Fokus auf KMU

Im Hinblick auf unser Leistungsversprechen schätzen unsere Kunden uns für:

Sicherheit

Einfachheit

Qualität

Das gilt nicht nur für unsere Produkte, sondern ganz besonders für die Erbringung unserer Dienstleistungen – ein wesentliches Abgrenzungsmerkmal gegenüber dem Wettbewerb, das wir unseren Kunden bieten und wofür wir stehen.

Kundenstruktur

FP konzentriert sich auf die Gruppe der kleinen und mittelständischen Unternehmen. Wie auch im vergangenen Jahr, stammen ca. 85% unserer Kunden aus diesem Segment, das sich aus Unternehmen mit bis zu 250 Mitarbeitern zusammensetzt. Im mittleren Marktsegment der Unternehmen mit bis zu 2.000 Mitarbeitern sind etwa 13% unserer Kundenbasis vertreten, und im sogenannten Corporate-Segment mit über 2.000 Mitarbeitern liegt der Anteil bei ein bis zwei Prozent.

Jedem Kundensegment nähern wir uns auf unterschiedliche Weise mit unterschiedlichen Vertriebsteams und -kanälen, um größtmögliche Effektivität und Effizienz zu erreichen. Dabei achten wir darauf, dass sich Vertriebskosten und Kundenkommunikation in einem Gleichgewicht befinden, das den Erwartungen der Kunden und auch der gebotenen Wirtschaftlichkeit der Vertriebskosten entspricht.

Vertriebsstruktur

FP hat heute Vertriebsteams in den Bereichen

- Telefonischer Vertrieb
- Direktvertrieb für größere Kunden
- indirekter Vertriebskanal über Händler.

Während in Nordamerika der Schwerpunkt auf dem Händlerkanal liegt, bedienen wir umgekehrt in Europa den Großteil der Kunden weiterhin direkt.

In unserem SSC in Europa werden Prozesse optimiert – Qualität gesteigert. Inländische FP-Gesellschaften sowie Tochtergesellschaften aus anderen europäischen Ländern werden die Dienstleistungen des SSC zukünftig immer stärker in Anspruch nehmen. Die mehrsprachigen Mitar-

beiter dort übernehmen zentral so wichtige Aufgaben wie den Kundendienst per Telefon und E-Mail, optimieren Verwaltungsprozesse wie Auftragsverarbeitung und Buchhaltung und steigern damit die Servicequalität.

Service Hotline

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 10 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 jeweilige 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 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 obliegen die Erstellung von Service-Dokumentationen sowie die Erstellung von Service-Bulletins 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. Sie dienen in erster Linie dem Wissenstransfer unter den Servicekolleginnen und -kollegen, um stets auf dem aktuellsten Stand zu sein.

Hilfe vor Ort

Um einen reibungslosen Kundenservice anzubieten, unterhalten wir in Deutschland ein dichtes Technikernetz mit insgesamt 37 Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen (im Vorjahr 40), die den Kunden bei technischen Störungen, die nicht durch unsere Service Hotline behoben werden können, oder Wartungen vor Ort betreuen. Auch unsere Handelspartner unterstützen unsere eigenen Vertriebs- und Servicedienstleistungen. Sofern der Einsatz einer technischen Fachkraft vonnöten ist, ist diese innerhalb weniger Stunden vor Ort, um einen Defekt möglichst schnell zu beheben.



Reparatur und Entsorgung

Im Durchschnitt wurden 2019 von uns in Deutschland pro Jahr insgesamt 700 Frankier- und Kuvertiermaschinen repariert, gewartet oder altersbedingt ordnungsgemäß verschrottet und recycelt. Der Rückgang unserer Reparaturen gegenüber dem Vorjahr liegt bei über 40 %, was für unsere hohen Qualitätsstandards spricht.

Durch die Neuentwicklung unserer PostBase Frankiersysteme konnten wir in den letzten Jahren die Qualität deutlich steigern. Die verbesserte Qualität unserer Frankier- und Kuvertiermaschinen schlägt sich nunmehr, mit einem Rückgang von fast 20 %, in der Anzahl unserer reparierten und gewarteten Frankier- und Kuvertiermaschinen nieder. In den letzten Jahren haben wir nahezu ausschließlich neue PostBase Systeme verkauft und ältere Systeme gegen neue PostBase Systeme ausgetauscht.

In Deutschland haben Kunden 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.



Abbildung 8: Einblick in die Zentralwerkstatt

Ersatzteile

Das deutsche Service Parts Center am Standort Wittenberge hält unter anderem mehr als 1.100 verschiedene Ersatzteile und Verbrauchsmaterialien vor, eine Vielzahl mehr ist bestellbar. Von hier aus wird der gesamte weltweite Markt beliefert – mit Tintenkartuschen, Farbän-

dern, Briefumschlägen, Ersatzteilen und Etiketten. Für einen höchstmöglichen Servicestandard, stehen unsere Ersatzteile und Verbrauchsmaterialien kurzfristig zur Verfügung und können auf Wunsch per Express bereits innerhalb eines Werktages dem Kunden zugestellt werden.

Neuerungen durch JUMP

In 2019 wurde im Rahmen unsere ACT-Projekts **JUMP** an der Abwicklung einer zentralen Logistik gearbeitet, indem an unserem Produktionsstandort in Wittenberge, das Zentrallager für unsere Ersatzteile und unsere zentrale Reparaturwerkstatt für unser europäisches Geschäft implementiert wird, welches im zweiten Quartal 2020 in Betrieb genommen werden soll. Für Großbritannien werden etwaige Brexit-Auswirkungen abgewartet.

Internationaler Support

Um die Vielzahl an betreuten Unternehmen und die Summe der verschiedenen Frankier- und Kuvertiersysteme zu handhaben, sind wir im Bereich Service auf nationaler und internationaler Ebene gut aufgestellt. Insgesamt betreut unser internationaler Support mehr als 40 Länder.

Trainings

Mit der Einführung unserer internationalen Kollaborationsplattform haben wir den Wissenstransfer zwischen unseren technischen Fachkräften optimiert, um im Sinne der Nachhaltigkeit Ressourcen einzusparen und insbesondere Reisen zu vermeiden. 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 werden, ebenso wie unsere Handelspartner und Franchisenehmer, 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.

Kundenzufriedenheitsanalysen

Wir führen regelmäßig Kundenzufriedenheitsanalysen durch, um die Qualität unserer Kundenbetreuung zu überprüfen, 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



EINBLICK IN DAS ERSATZTEILLAGER UND DIE KOMMISSIONIERUNG AM STANDORT WITTENBERGE



durchgeführt, um Kundenbedürfnisse optimal zu berücksichtigen.

Beschwerde- und Servicemanagement

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 Fehlerarbeiten. Mitarbeiter, an die eine Beschwerde herangetragen wird, 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 nachzuverfolgen.

Derzeit haben wir in unseren 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 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.

Die Ziele der Kundenbetreuung und des Beschwerdemanagements liegen darin, Kundenzufriedenheit zu erhalten, wiederherzustellen bzw. zu steigern, negative Auswirkungen von Kundenunzufriedenheit zu minimieren und die in den Beschwerden enthaltenen Hinweise auf betriebliche Schwächen und sich auf den Markt beziehende Chancen zu identifizieren und zu nutzen.

3.5 Nachhaltigkeit in der Lieferkette Politik der kurzen Wege (GRI 102-9, GRI 204-1)

Nachhaltiges Denken und Handeln – in Kombination mit der Achtung der Menschenrechte, sowie der Einhaltung des grundlegenden Umwelt-, Klima- und Arbeitsschutzes – sind wesentliche Bestandteile unserer Wertschöpfungskette und der Beschaffung unserer benötigten Materialien und Dienstleistungen. Dementsprechend verfolgt die stetige Optimierung unserer Lieferketten mehrere Ziele: Optimierung von Preisen, Anlieferqualität und Termintreue, aber auch Vermeidung von Umweltbelastungen durch Überseetransporte. Zu diesem Zweck haben wir bereits im Jahr 2014 auf eine sehr standortnahe Beschaffung umgestellt.

Alleiniger Produktionsstandort für Frankiersysteme und damit Ziel der Lieferketten ist die **FP Produktionsgesellschaft mbH & Co. KG** mit Sitz in Wittenberge im Bundesland Brandenburg. Im Wesentlichen werden dort Einzelteile und Baugruppen verwendet, die wir zusammenfassen in die Bereiche mechanische Lohnfertigung, Kunststoffteile, elektronische Komponenten und Baugruppen sowie



Abbildung 9: Die FP Produktionsgesellschaft mbH & Co. KG in Wittenberge

Antriebstechnik. Im Jahr 2019 arbeiteten wir mit ca. 230 Lieferanten (Vorjahr: ca. 240) zusammen.

Heimatnaher Einkauf

Seit mehr als sechs Jahren 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, nur noch fünf unserer Lieferanten stammen nicht aus Europa. Der Anteil der direkten Beschaffung in Europa beträgt mittlerweile 98 %. Der Anteil des Beschaffungsvolumens, das in Deutschland vergeben wird, liegt wie schon im Vorjahr bei ca. 50 %.

Unser Ziel ist es, langfristige, von partnerschaftlichen Aspekten geprägte Beziehungen zu unseren Lieferanten zu etablieren und zu pflegen. Nur so lässt sich eine nachhaltige Belieferung unserer Produktion mit den benötigten Materialien sicherstellen. Mit Blick auf unsere A- und B-Lieferanten (im Berichtsjahr: 66) arbeiten wir mit 36 von ihnen seit mehr als 15 Jahren vertrauensvoll zusammen, mit weiteren 6 Lieferanten mehr als 10 Jahre und mit 16 Lieferanten mehr als 5 Jahre.

Kontinuierliche Überprüfung

Neue Lieferanten werden im Rahmen eines etablierten Regelprozesses zur Lieferantenfreigabe überprüft. Dabei werden unter anderem Informationen über eingeführte Umwelt-, Energie- sowie Arbeits- und Gesundheitsschutzmanagementsysteme und alternative Maßnahmen erhoben (GRI 308-1). Lieferanten, die solche Maßnahmen über die gesetzlichen Regelungen hinaus ergreifen, erreichen bei der Qualifizierung einen höheren Bewertungsindex. 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 aufgelistet werden. Bei allen Lieferantenfreigaben und bei erneuter Lieferantenbewertung fragen wir auf dem Weg einer Lieferantenselbstauskunft eine Vielzahl von ökologischen und sozialen Komponenten ab. Im Berichtsjahr 2019 haben wir 35 Bestandslieferanten erneut bewertet (Vorjahr: 20), bei denen keinerlei negative Umwelt- und Sozialaspekte benannt werden konnten (GRI 414-1, GRI 414-2).

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 308-2). 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. Alle unsere Lieferanten sind zudem hinreichend über unsere Werte, Umgangsformen und Ansprüche im Bereich **Compliance** informiert – Gleiches gilt für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

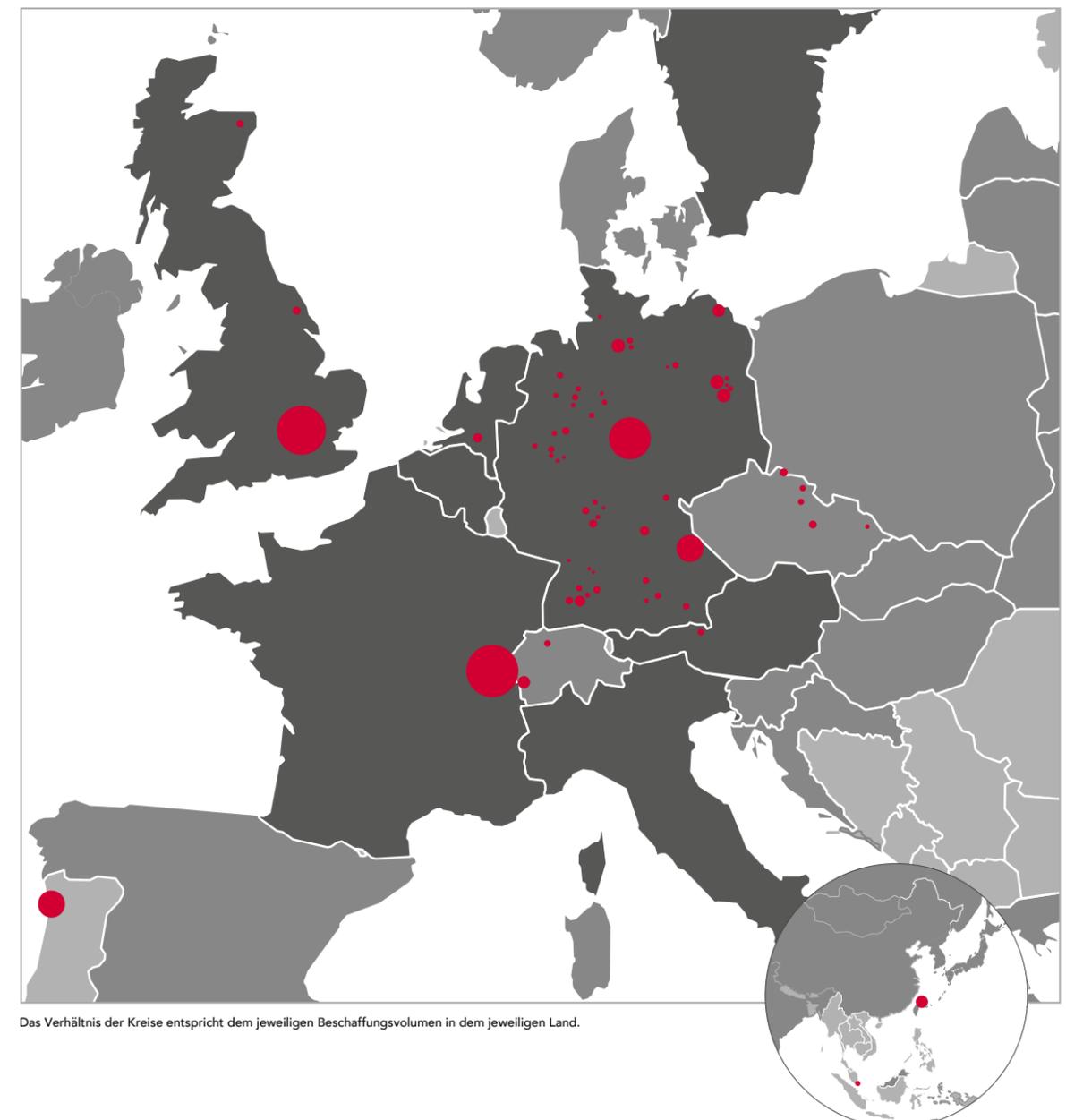
Nachhaltiges Verpacken

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

Mehrwegbehältern. Auch bei der Neueinführung der Post-Base Vision im Berichtsjahr kam dieses Verfahren zum Einsatz. Dadurch vermeiden wir Einwegverpackungen und reduzieren die Umweltbelastung auf ein mögliches Minimum.

Im Rahmen des Projekts »Best Material Purchase«, welches wir bereits vor 2 Jahren umgesetzt haben, wurden weitere Lieferanten im lokalen Umfeld qualifiziert, um die Region Berlin-Brandenburg wirtschaftlich zu stärken und Umweltbelastungen durch Transporte zu verringern. Das Ziel, einen stetigen Verbesserungs- und Optimierungsprozess zu implementieren, wurde erreicht.

UNSERE 35 TOP-LIEFERANTEN 2019 IM ÜBERBLICK



Das Verhältnis der Kreise entspricht dem jeweiligen Beschaffungsvolumen in dem jeweiligen Land.

4. ACT TOGETHER Gemeinsam stark

(GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3)

ACT TOGETHER – entsprechend unserer Kernwerte Teamplay, Haltung sowie Ideen und Visionen machen wir unseren Kunden mit unseren innovativen und effizienten Produkten und Dienstleistungen das Leben leichter und schenken ihnen Zeit und damit Freude in ihrem Alltag. Die Verantwortung für unseren Erfolg übernimmt jeder Einzelne von uns in der FP – durch die konsequente Verfolgung unserer gemeinsamen Vorhaben und Ziele.

Gemeinsam stark

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zeichnet eine Vielfalt an Fähigkeiten, Erfahrungen und Interessen aus. Fördern und fordern, Gemeinsamkeiten suchen und Unterschiede produktiv machen, nachhaltig unsere Werte weiterentwickeln und pflegen – das zählt zu unserer Verantwortung als Unternehmen und als Arbeitgeber. Wir verfolgen mit unserer Wachstumsstrategie ACT einen Wachstumskurs – ihn zu verwirklichen hängt von erfolgreichen und motivierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ab. Sie sind es, die nach Kundenzufriedenheit streben, Marktanteile erobern, Innovationen vorantreiben und Dividenden erwirtschaften.

Unsere Mitarbeiter schaffen so wichtige Perspektiven für alle unsere 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. Durch JUMP arbeiten wir zukünftig noch schneller, effizienter und leichter arbeiten können.

Kennzahlen zu unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern

In den verschiedenen Unternehmensbereichen werden derzeit nicht durchgängig die gleichen statistischen Daten erfasst. Daher sind die Geltungsbereiche der hier getroffenen Aussagen teilweise unterschiedlich, dennoch ist es uns für das Berichtsjahr erneut gelungen, unseren Blick auf unsere Personalkennzahlen zu erweitern.

4.1 Stärkung nachhaltiger Unternehmensführung und nachhaltiger Unternehmenskultur – Aus Anspruch wird Realität (GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3)

Rahmenbedingungen zu schaffen und umzusetzen, die die Belegschaft und das Management 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 alle Anforderungen und Fähigkeiten im Einklang sind.

Im Rahmen von ACT TOGETHER verfolgen wir eine nachhaltige Stärkung unserer Unternehmenskultur. 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.

FP in der Welt

2019 arbeiteten 1.012 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (Vorjahr: 1.055) weltweit in unseren Gesellschaften – in zehn Ländern und an 21 deutschen Standorten (GRI 102-8). 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 in die digitale Transformation begleiten können.

Der Anstieg der Beschäftigten im Geschäftsjahr 2019 im Segment Produktion des FP-Konzerns ist im Wesentlichen primär auf den Ausbau des IoT-Geschäftes sowie des Bereiches Informationstechnik zurückzuführen.

Der Rückgang der Beschäftigten im Segment Vertrieb Deutschland sowie im Segment Vertrieb International resultierte im Wesentlichen aus der Umsetzung von Maßnahmen im Rahmen des ACT-Projektes JUMP. Im Segment Vertrieb Deutschland führte zudem die Neuausrichtung und Optimierung von Prozessen im Produktbereich Software/Digital zu einer verminderten Anzahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Mit dem ACT-Projekt JUMP werden Struktur und Organisation der FP geändert und nach dem neuen Target Operating Model optimiert, um die globale Schlagkraft unseres FP-Konzerns deutlich zu verstärken. Parallel hierzu wird eine einheitliche ERP-/CRM-Landschaft eingeführt, um die zukünftigen einheitlichen Prozesse weltweit zu unterstützen und weiter zu automatisieren. Somit soll nicht nur die Vertriebsorganisation neu strukturiert, sondern auch die internen Abläufe überarbeitet und prozessorientiert aufgestellt werden. Eine Vielzahl früher lokal vorgehaltener administrativer Funktionen wird zukünftig in zwei Shared Service Centern konzentriert, eines in Nordamerika, das andere in Berlin/Brandenburg.

Auf diese Weise werden konzernweit Synergien gehoben und Effizienzvorteile erzielt. Der damit verbundenen Verringerung der Anzahl der Beschäftigten stehen Einstellungen in bisher weniger vertretenen strategischen und Unterstützungsfunktionen gegenüber. Ferner schaffen wir dadurch Spielräume für das erforderliche und geplante Umsatz- und Ergebniswachstum im traditionellen und digitalen Bereich, wofür auch neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter benötigt werden. Insgesamt planen wir über das ACT-Projekt JUMP ein Umsatz- und Ergebniswachstum zu erzielen, ohne die Gesamtmitarbeiterzahl proportional erhöhen zu müssen.

Als mittelständischer Konzern profitieren wir darüber hinaus von kurzen Kommunikationswegen und dem engen persönlichen, direkten Austausch. Innerhalb der einzelnen Unternehmensteile sind wir stolz auf den beinahe familiären Charakter der Zusammenarbeit, der es ganz natürlich erscheinen lässt, auf die gegenseitigen Bedürfnisse einzugehen, einander zu unterstützen und gemeinsam Lösungen zu erarbeiten.

Mitarbeiteranzahl	2019	2018	2017
Mitarbeiter in Deutschland	654	643	638
Mitarbeiter in Europa (ohne Deutschland)	195	234	247
Mitarbeiter in Nordamerika	163	181	182
Mitarbeiter weltweit	1.012	1.058	1.067

Tabelle 2: Mitarbeiter per 31.12.2019

Führungskräfte mit Personalverantwortung ³	2019 ¹	% 2018 ²	%
Anzahl Führungskräfte ³	131	12,9%	143, 13,5%

¹ Betrachtete Mitarbeiter: 1.012 (weltweit)

² Betrachtete Mitarbeiter: 1.058 (weltweit), korrigiert für 2018

³ Führungskräfte mit Personalverantwortung, über alle Ebenen in unserer Gesellschaft, inkl. Gruppenleiter

Tabelle 3: Anzahl der Führungskräfte per 31.12.2019

JUMP unterstützt die Stärkung nachhaltiger Unternehmensführung und nachhaltiger Unternehmenskultur

FP entwickelt sich zu einem agileren, dynamischeren Wachstumsunternehmen entwickeln. Zu diesem Zweck werden mit dem ACT-Projekt JUMP Struktur und Organisation der weltweiten FP-Gruppe verändert und nach einem neuen Target Operating Model optimiert. Wir werden Exzellenzzentren für Buchhaltung, Steuer, Cont-

rolling, Personalwesen, Vertrieb, Service und andere Funktionen einrichten, um Abläufe zu standardisieren und eine klare globale Governance umsetzen zu können. Weiterhin haben wir den Vertrieb und die Servicestruktur von zehn Ländern zu drei Regionen geändert und somit gestrafft. Parallel dazu werden wir die lokal vorgehaltenen administrativen Funktionen in zwei funktionsübergreifenden Shared Service Centern zusammenfassen.

JUMP bedeutet eine grundlegende und vollständige Umgestaltung von FP. Wir wollen unsere Mitarbeiter dazu motivieren, am Erreichen der Projektziele tatkräftig mitzuarbeiten, kollegial zu denken und für Veränderungen offen zu sein. Und zwar selbst dann, wenn die Veränderungen dazu führen, dass die eigene Position sich stark verändert oder gar entfällt. Die Unternehmenskultur wandelt sich, und die globalen Teams arbeiten abgestimmt und hochmotiviert auf die gleichen Ziele hin. Mehr als 7% unserer weltweiten Mitarbeiter sind direkt an der Durchführung des Projekts beteiligt, um sicherzustellen, dass alle lokalen und regionalen Anforderungen berücksichtigt und umgesetzt werden.

4.2 Personalentwicklung – Finden und Binden (GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3)

Talente intern und extern zu finden, zu begeistern und zu entwickeln, ist ein wichtiger Aspekt in unserer Personalarbeit – gerade bei den durch ACT und JUMP ausgerufenen Zielen.

Unsere Arbeitswelt in Zahlen

Die Zahl der Neueinstellungen weltweit lag im Jahr 2019 weltweit bei 144 Mitarbeitern, 57 Mitarbeiterinnen und 84 Mitarbeiter (Vorjahr: 260 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Deutschland, Österreich, Italien, Frankreich, den USA und Kanada).

Die Eigenkündigungsquote lag weltweit bei 9,5%, (Vorjahr: 13,3%), dies betraf insgesamt 97 Kündigungen von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. In Deutschland blieb in 2019 die Eigenkündigungsquote konstant bei 7,7% (Vorjahr: 7,7%).

Die Kündigungsquote reduzierte sich deutlich und lag weltweit bei 5,7% (Vorjahr: 7,9%) und betraf insgesamt 58 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (GRI 401-1). In Deutschland erhöhte sich die Kündigungsquote minimal auf 4,8% (Vorjahr: 4,6%).

FP: Dynamik in Zahlen 2019



21 Standorte in Deutschland und Tochtergesellschaften in Großbritannien, Frankreich, den Niederlanden, Belgien, Österreich, Italien, Schweden, Kanada und den USA

108 Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen haben 2019 insgesamt **6.060** Weiterbildungsstunden absolviert.

28 Mitarbeiter weltweit sind in Betriebsratstätigkeiten in 8 Gesellschaften eingebunden.

Durchschnittsalter weltweit*

44,0%* unserer Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen sind zwischen **30-50 Jahre alt**
40,5%* sind über 50 Jahre alt
15,5%* sind unter 30 Jahre alt

*betrachtete Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen: 1.012

In unseren bundesweiten Sortier- und Druckzentren der FP-Töchter freesort und IAB sowie an den deutschlandweiten Standorten beschäftigen wir mehr als 70 schwerbehinderte Menschen, darunter viele Hörgeschädigte.

Elternzeit



Wir bilden aus – unsere fünf Ausbildungsberufe in Deutschland im Überblick:

- Kaufmann/frau für Büromanagement
- Fachinformatiker/in für Anwendungsentwicklung
- Elektroniker/in für Geräte und Systeme
- IT-Systemkaufmann/frau
- Fachinformatiker für Systemintegration

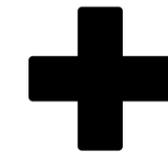
Neueinstellungen weltweit



*prozentualer Anteil weltweit, betrachtete Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter: 1.012

Rekordzahl beim Berliner Firmenlauf

Insgesamt haben **57** Kolleginnen und Kollegen aus ganz Deutschland teilgenommen!



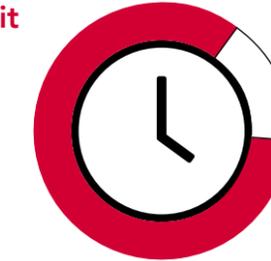
Krankenquote in Prozent*

4,3%

*betrachtete Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter: 849 bei durchschnittlich 251 Arbeitstagen

Beschäftigungsart weltweit

Vollzeit (88%):
892 Mitarbeiter
582 Männer (57%)
310 Frauen (31%)



Teilzeit (12%):
120 Mitarbeiter
37 Männer (4%)
83 Frauen (8%)

davon Studenten, Azubis:
34 Mitarbeiter

An unseren deutschen Standorten können mehr als **60%** unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ihre **Arbeitszeiten flexibel** gestalten, in den Niederlanden sind es weiterhin 100%.

Beschäftigungsdauer*



23% unserer Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen sind **mehr als 15 Jahre** bei FP beschäftigt

14% sind mehr als 10 Jahre bei FP beschäftigt

19% sind mehr als 5 Jahre bei FP beschäftigt

unter einem Jahr: 83 Männer und 50 Frauen
unter fünf Jahren: 166 Männer und 132 Frauen
unter zehn Jahren: 124 Männer und 66 Frauen
unter fünfzehn Jahren: 75 Männer und 59 Frauen
über fünfzehn Jahre: 145 Männer und 75 Frauen

*betrachtete Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen: 975

Befristet*:
73 Mitarbeiter
46 Männer (5,2%)
27 Frauen (3,0%)

92% unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind **unbefristet*** eingestellt:

813 Mitarbeiter
499 Männer (56,3%)
314 Frauen (35,5%)

*betrachtete Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen: 886

In **Großbritannien** haben unsere Kolleginnen und Kollegen großartiges geleistet und Spenden für den lebensrettenden Dienst den »Samaritans' life-saving service« gesammelt. Ein Jahr lang unterstützen sie die Organisation und sammelten **£5.000**.

Durchschnittsalter in Deutschland*



*betrachtete Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter: 556

Der Einfachheit halber sprechen wir durchgängig von »Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen«, »Investoren«, »Kunden«, »Lieferanten« etc. Gerade im Rahmen des geschlechtsneutralen und diskriminierungsfreien Ansatzes schließen selbstverständlich die vorher genannten Personengruppen alle Geschlechter inkl. LGBTQIA+ (lesbische, schwule, bisexuelle, transsexuelle, transgender, queere, intersexuelle und asexuelle Menschen) ein.

23% unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter begleiten FP mehr als 15 Jahre

Die Betriebszugehörigkeit konnten wir in diesem Jahr erneut genauer ermitteln, mit Ausnahme der Standorte in den USA (975 betrachtete Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter).

133 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind weniger als 1 Jahr bei uns beschäftigt (14 %). Unter 5 Jahren sind es 298 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (30 %). Mit 190 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verbindet uns bereits mehr als 5 Jahre ein Beschäftigungsverhältnis (19 %). Zwischen 10 und 15 Jahre sind 134 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei uns beschäftigt (14 %). 23 % unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind mehr als 15 Jahre bei uns beschäftigt, insgesamt 220 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Die Betriebszugehörigkeit an den deutschen Standorten (556 betrachtete Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter) beträgt im Durchschnitt 9,95 Jahre. 75 unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter begleiten FP bereits mehr als ein viertel Jahrhundert, vier Kollegen dürfen wir 2020 zu ihrem 40. Jubiläum gratulieren, einer weiterer Kollege beginnt gerade sein 41igstes Jahr bei FP.

Hier ein weltweiter Überblick über die Beschäftigungsdauer unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter:

	unter 1 Jahr		unter 5 Jahren		unter 10 Jahren		unter 15 Jahren		über 15 Jahren	
	Männer	Frauen	Männer	Frauen	Männer	Frauen	Männer	Frauen	Männer	Frauen
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter 2019 ¹	83	50	166	132	0	0	0	0	0	0
in Prozent	9%	5%	17%	14%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter 2018 ²	88	72	184	138	138	64	78	54	155	84
in Prozent	8%	7%	17%	13%	13%	6%	7%	5%	15%	8%

¹ Betrachtete Mitarbeiter: 975 ² Betrachtete Mitarbeiter: 1.055

Tabelle 3: Beschäftigungsdauer

Ein Blick in unsere FP-Welt:

Maximen des Managements

Unser internationales Management agiert entsprechend unserer Management Policy. Mit der Festlegung von Prinzipien setzt sie den Mitarbeitern einen Rahmen, der Freiheiten lässt, Innovationen fördert und Entscheidungsfähigkeit herstellt (GRI 102-16). In unseren Prozessen zur Einführung neuer Kolleginnen und Kollegen sind diese Grundwerte ein integraler Bestandteil, ebenso wie in unseren jährlichen Trainings.

Auszeichnung von FP als »Deutschlands Beste Arbeitgeber«

Das F.A.Z.-Institut und das Institut für Management- und Wirtschaftsforschung haben in einer Studie die begehrtesten Arbeitgeber Deutschlands ermittelt. Über 500 Unternehmen aus den unterschiedlichsten Branchen durften sich freuen. Im ersten Moment wunderten wir uns: Wie kommt denn FP zu der Ehre? Es tauchte plötzlich im Presseclipping die Nachricht auf, dass auch wir auf der Liste stehen, und später erreichte uns die Mail des ausführenden Markt- und Meinungsforschungsinstituts dazu, die auch das Studiendesign erklärte. Hier sind wir tatsächlich als einer der beiden begehrtesten Arbeitgeber Deutschlands in der Rubrik »Werkzeug- und Gerätebau« und einer der besten Arbeitgeber mit Firmensitz in Berlin und Brandenburg.

Interne Kommunikation

Der gemeinsame Dialog besitzt für FP einen hohen Stellenwert, und wir arbeiten jeden Tag daran. Ohne den stetigen Austausch erreichen wir weder die Effektivität noch die Effizienz, welche wir für eine nachhaltige Unternehmensausrichtung benötigen. Regelmäßig versenden wir unsere weltweiten Corporate News mit allen Infos darüber »Was war« und »Was kommt«, ebenso begrüßen wir mit einer Mitarbeiterinformation neue Kollegen und Kolleginnen. Auch im Rahmen von JUMP setzen wir auf eine aktive Change Kommunikation. Um kurze Kommunikationswege zu fördern, nutzen wir unsere Kollaborationsplattform FP Connect. 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

Mitbestimmung

Betriebsräte vertreten die Interessen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter am Standort Berlin-Pankow, an den

bundesweiten Standorten unseres Vertriebs- und Serviceaußendienstes, an unserem Produktionsstandort in Wittenberge sowie in unseren Konzerngesellschaften in Österreich und den Niederlanden. Die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit ihnen ist ebenso wesentlicher Bestandteil des offenen und gemeinsamen Dialogs. Insgesamt haben wir 28 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in 7 Gesellschaften, die sich aktiv im Betriebsrat engagieren.

Erinnerungskultur

Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind eingeladen, das hauseigene aus zum größten Teil privaten Exponaten zusammengestellte Museum am Standort Berlin-Pankow zu besuchen und in über 97 Jahre FP-Erfinderhistorie einzutauchen. Seit 2018 ist ein Besuch für neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter fester Bestandteil der Einarbeitung. Mittlerweile sind 43, zum Teil noch funktionsfähige, Frankiermaschinen ausgestellt. In Wittenberge sind aktuell zwölf historische Maschinen angelangt inkl. der 50.000sten PostBase Mini und der 100.000sten PostBase Classic. Jedes einzelne Museumsstück trägt dazu bei, unsere Geschichte lebendig und verständlich zu präsentieren. Eine Historie, die uns mit Stolz erfüllt.



Ausbildung

Unsere Auszubildenden finden bei **FP** vielfältige Einsatzmöglichkeiten vor, die auf eine langfristige Zusammenarbeit angelegt sind. Darüber hinaus fördern wir die 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 halten andererseits für unsere berufserfahrenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Kontakt zu Forschung und Lehre. Unser Angebot zur dualen Ausbildung bietet jungen Menschen die Möglichkeit, ihren Berufseinstieg durch gute Leistungen selbst sicherzustellen.

An unseren deutschen Standorten bilden wir derzeit zwölf junge Menschen in fünf Berufen aus, weltweit hatten wir 14 Auszubildende zum Ende des Berichtszeitraums, hinzukommen noch 22 Praktikanten und Studenten.

Zum 1. August und 1. September 2019 haben wir insgesamt neun neue Auszubildende in der **FP**-Familie begrüßt. Wir versuchen, unseren Auszubildenden einen breiten Einblick in den **FP** Konzern zu geben und sie auch über den Tellerrand schauen zu lassen. Einsätze über die Ausbildungsordnung hinaus erweitern ihren Horizont.

Wir begrüßen unsere Auszubildenden bei Welcome Days und begleiten sie durch regelmäßige Beurteilungsgespräche sowie konzernweite Azubi-Treffen.

Außerdem versuchen wir, die konzerninternen Stakeholder für das Thema zu begeistern, indem wir vermitteln, dass Auszubildende schon während ihrer Ausbildungszeit eine wertvolle Unterstützung sind – und nach dem Abschluss die bestausgebildeten Nachwuchstalente für **FP**. Je mehr Fachabteilungen selbst diese Erfahrung machen, desto höher wird die Nachfrage, Begeisterung und Bereitschaft, auch selbst auszubilden.

Im November 2019 haben die Auszubildenden bei unserem Azubi-Treffen in der Konzernzentrale in Berlin gemeinsam erarbeitet, wofür die Ausbildung bei **FP** für sie steht. Sie steckten die Köpfe zusammen, diskutierten heiß und wurden kreativ. Dabei entstanden interessante Ideen und Ergebnisse, die nun in den Azubi-Stellenausschreibungen von **FP** zu finden sind. In der Freizeit erkundeten sie dann gemeinsam Berlin.

Zum ersten Mal war die **FP IAB** bei einer der größten Karrieremessen weltweit vertreten – der Connecticut! Mit 18.000 Besuchern. Wir waren zwei Tage lang für Interessenten da, haben zahlreiche interessante und spontane

FP News

Unsere Ausbildungsberufe im Überblick:

- Kaufmann/frau für Büromanagement
- Elektroniker/in für Geräte und Systeme
- Fachinformatiker/in für Anwendungsentwicklung
- Fachinformatiker für Systemintegration
- IT-Systemkaufmann/frau

Bewerbungsgespräche geführt sowie Auskunft über die **FP IAB** gegeben.

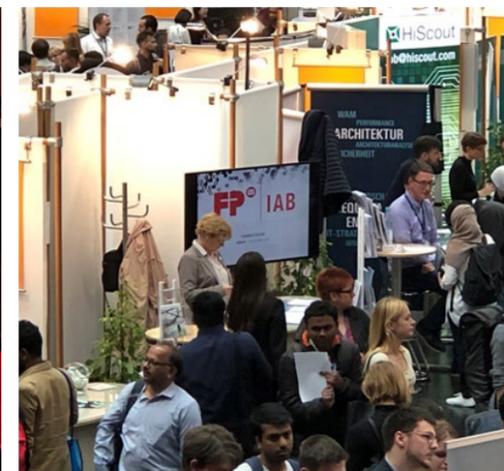
Unser Höhepunkt war der Firmenvortrag des Geschäftsführers der **FP IAB**, Michael Steinberg über das Thema: »Kommunikation im Wandel der Zeit – Chaos oder Chance?«. Seine Präsentation hat den Wandel der Kommunikation bildlich dargestellt und das Interesse des Publikums für die **FP IAB** geweckt.

Für das Jahr 2020 werden wir acht neue Azubis einstellen und streben so in Deutschland eine Ausbildungsquote von 3,5% aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an – in 2021 soll diese Quote leicht auf 4% gesteigert werden (ausgenommen die **FP Produktionsgesellschaft** sowie **FP IAB**). Durch die Vermittlung von Fach-, Methoden-, Sozial- und Selbstkompetenz wird der Erwerb der beruflichen Handlungsfähigkeit sichergestellt, 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. Neben der Vermittlung von beruflichen Fertigkeiten, Kenntnissen und Fähigkeiten können sie das Gelernte selbstständig anwenden.

Jobmesse

Zum ersten Mal war die **FP IAB** Aussteller bei einer Jobmesse und das auch noch bei einer der größten Karrieremessen weltweit – der Connecticut!. Mit 18.000 Besuchern an drei Tagen, konnten Studenten, Absolventen sowie Young Professionals sich in Kontakt setzen mit 400 Unternehmen (wie T-Systems, Allianz, BMW, Apple, Deutsche Bahn etc.), eins davon waren wir! Wir waren zwei Tage lang für Interessenten da, haben zahlreiche interessante Gespräche geführt und Kandidaten*innen kennengelernt sowie Auskunft über die **FP IAB** gegeben.

Unser Höhepunkt war der Firmenvortrag vom Geschäftsführer der **FP IAB**, Michael Steinberg, über das Thema: »Kommunikation im Wandel der Zeit – Chaos oder



Chance?«. Seine Präsentation hat den Wandel der Kommunikation bildlich dargestellt und hat das Interesse des Publikums für die **FP IAB** geweckt. An unserem Messestand wurde anschließend mit sehr vielen Interessenten über das Thema diskutiert und das Portfolio der **FP IAB** vorgestellt.

FP IAB Fazit zur ersten Jobmesse: sehr positiv! Wir konnten zeigen, dass die **FP IAB** ein interessanter Arbeitgeber ist, der durch die Repositionierung viele interessante Aufgabengebiete abdeckt und Neueinsteigern Perspektiven aufzeigt.

Ideen und die Kraft zur Vision verändern die Welt. Unser Ideenmanagement

Zur Sicherung und zur Stärkung der eigenen Wettbewerbsfähigkeit und für den Erfolg von **ACT** benötigen wir das aktive Mitdenken und Mitwirken aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Hierzu wurde im Rahmen der ersten ISO-Zertifizierungen ein Verbesserungswesen, unser Ideenmanagement, eingeführt. Es hat die Aufgabe, alle Mitarbeiter anzuregen, ihre Ideen einzubringen und deren Umsetzungsmöglichkeiten zu prüfen. Dieses Engagement, das oft über die eigenen Aufgabengebiete hinausgeht, wird von **FP** anerkannt und prämiert.

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 der Auszubildenden, Praktikanten und Werkstudenten sowie der freien Mitarbeiter und Pensionäre, Ideen einreichen.

Für das folgende Jahr wurden Investitionen eingeplant, um das Ideenmanagement mit einer cloudbasierten Lösung neu zu strukturieren.

4.3 Diversity und Frauenquote

(GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3)

Vielfalt bildet eine wichtige Grundlage für ACT TOGETHER und eine diskriminierungsfreie Zusammenarbeit.

FP wertschätzt die Vielfalt und sorgen für eine offene und ehrliche Atmosphäre im Rahmen unserer Führungsgrundsätze. Jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter soll sich ermutigt fühlen, seine Ansichten und Vorschläge aktiv einzubringen – unabhängig von Beschäftigungsdauer, Alter oder Position im Unternehmen. Unterstützt durch die ausdrückliche Erwähnung des Gleichbehandlungsgrundsatzes in unseren Leitbildern, die Benennung von entsprechenden Gleichstellungsbeauftragten und die Einrichtung von vertraulichen Hotlines findet dieses Prinzip Eingang in unsere Prozesse (GRI 102-17, GRI 406-1).

Besonders achten wir auf Gleichbehandlung bei unseren Vergütungssystemen. Sie stellen für die Grundvergütung auf die Anforderungen der ausgeübten Tätigkeiten und die übernommene Verantwortung ab, nicht auf die Inhaberin oder den Inhaber der Position (GRI 401-2, GRI 405-2). In einigen der deutschen Konzernunternehmen stellen wir dies gemeinsam mit der Arbeitnehmervertretung (GRI 102-41) über ein in unserem Haustarifvertrag festgelegtes Vergütungssystem sicher. Sofern betriebliche Veränderungen eintreten, werden die Arbeitnehmervertretungen gemäß den gesetzlichen und den unternehmerischen Vorschriften informiert. Ebenso stehen wir in verschiedenen Ausschüssen in einem engen Austausch mit unseren Arbeitnehmervertretungen (GRI 402-1). Diskriminierungsvorfälle aus dem Berichtsjahr sind nicht bekannt.

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 eigenes [Ausbildungsprogramm](#) an die Seite.

Mitarbeiter	2019 ¹	%	2018 ²	%	2017 ³	%
unter 30 Jahre	157	15,5%	130	14%	39	7%
30 bis 50 Jahre	445	44%	412	44%	220	41%
über 50 Jahre	410	40,5%	400	42%	272	51%

¹ Betrachtete Mitarbeiter: 1.012
² Betrachtete Mitarbeiter: 942
³ Betrachtete Mitarbeiter: 531

Tabelle 4: Altersdurchschnitt der FP Mitarbeiter

Auch die Inklusion schwerbehinderter Menschen ist uns ein großes Anliegen. In unseren bundesweiten Sortier- und Druckzentren der FP-Töchter **freesort** und **IAB** sowie an unseren deutschen Standorten beschäftigen wir über 70 schwerbehinderte Menschen, darunter viele Hörgeschädigte.

In Zusammenarbeit mit Gemeinden und Integrationsfachdiensten konnten wir erreichen, dass die Vorgesetzten und Kollegen geschult sind und diese besonderen Teams sich gut verständigen können. In Deutschland erfüllen wir auch, wie in den Jahren zuvor, erneut über alle Gesellschaften hinweg, die gesetzlichen Quoten.

Bei der **FP Produktionsgesellschaft** gibt es seit Juli 2018 zusammen mit der Lebenshilfe Prignitz ein Pilotprojekt mit dem Titel »Wege in Arbeit«. Dabei geht es darum, Menschen mit Handicap zu beschäftigen.

Mitarbeiter	2019 ¹	%	2018 ²	%	2017 ³
Anteil an Minderheiten	71	7%	94	8,9%	97
Anteil aus Einschränkungen	75	7,4%	77	7,3%	84

¹ Betrachtete Mitarbeiter: 1.012 (weltweit)
² Betrachtete Mitarbeiter: 1.055 (weltweit)
³ Betrachtete Mitarbeiter: 902 (Deutschland, Österreich, Italien, Frankreich, USA, Kanada)

Tabelle 5: Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus Minderheiten und mit Einschränkungen

Diversität auf Führungsebene

Das Thema Diversität ist für die gesamte **FP** von großer Bedeutung. Der Aufsichtsrat achtet im Sinne von Aktiengesetz und Corporate Governance Kodex auf das Thema Diversität bei seiner Zusammensetzung und den entsprechenden Wahlvorschlägen an die Hauptversammlung. Nicht nur das Geschlecht, auch die Erfahrung der einzel-

nen Mitglieder, gemessen an Alter, Berufserfahrung und Internationalität, ist für die Beurteilung der Kandidaten relevant. Nach diesen Kriterien schlägt der Aufsichtsrat – nach einem entsprechend geführten Bewerbungs- bzw. Vorschlagsverfahren – die am besten geeigneten Personen vor. Gegenwärtig befindet sich noch keine Frau im Aufsichtsrat der Gesellschaft.

Unter diesem Aspekt ist auch die vorgesehene Altersgrenze für Wahlvorschläge von Mitgliedern des Aufsichtsrats zu betrachten. Das Mandat soll spätestens mit Ablauf der Hauptversammlung enden, die auf die Vollendung des 70. Lebensjahres folgt. Der Aufsichtsrat weicht zurzeit von dieser Regelung ab, um ein möglichst weites Spektrum an Erfahrungen abdecken zu können und die Kontinuität zu gewährleisten. Weiterhin soll mindestens ein Aufsichtsratsmitglied das Kriterium der Internationalität erfüllen. Bereits heute verfügt mindestens ein Mitglied über die geforderten Eigenschaften (GRI 102-24).

Darüber hinaus ist im Aktiengesetz sowie im Kodex festgelegt, dass der Aufsichtsrat börsennotierter Gesellschaften für den Anteil an Frauen Zielgrößen definiert. Angesichts der Tatsache, dass die letzte Aufsichtsratswahl 2016 stattgefunden hat und der Aufsichtsrat satzungsgemäß aus drei Mitgliedern zusammengesetzt ist, wurde vorerst mit Beschluss vom 20. Juni 2019 für den Zeitraum bis spätestens zum 30. Juni 2021 ein Frauenanteil von null Prozent als Zielgröße festgelegt.

Unter den gleichen Voraussetzungen ist die Neuregelung der Besetzung von Vorstandspositionen zu betrachten. Wie für den Aufsichtsrat, so gilt auch hier, dass das Interesse des Unternehmens maßgebliche Leitlinie für die Besetzung von Führungspositionen ist. Im Falle der Vorstandspositionen gilt es darüber hinaus, die Kontinuität in der anstehenden strategischen Weiterentwicklung des Unternehmens zu gewährleisten. In Übereinstimmung mit den Regelungen im Aktiengesetz und im Deutschen Corporate Governance Kodex hat der Aufsichtsrat deswegen eine Zielgröße von null Prozent für den Anteil an Frauen im Vorstand für den Zeitraum bis 30. Juni 2021 beschlossen. Gleichwohl wird der Aufsichtsrat das Thema Diversität bei der Suche nach fachlich geeigneten Kandidatinnen bzw. 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 Positionen Vice President bzw. ihnen gleichgestellte Stabsfunktionen im Unternehmen, Regional Heads sowie Geschäftsführer der Tochtergesellschaften definiert. Über eine zweite Führungsebene unterhalb des Vorstands verfügen wir nicht. Für den **FP**-Konzern hat der Vorstand mit Datum vom 3. Juni 2019 festgelegt, dass der Frauenanteil in der ersten Führungsebene unterhalb des Vorstands mindestens 10 % betragen soll. Mit Stand vom 31.12.2019 wird diese Zielgröße mit 9,5 % vorübergehend geringfügig unterschritten. Bei der Besetzung von Führungspositionen achtet der Vorstand darauf, die Diversitätsvorgaben wieder zu erreichen (GRI 405-1).

4.4 Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz (GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3)

Die Sicherheit und die Gesundheit unserer Belegschaft sind schützenswerte Güter. Sie stellen für uns vorrangige unternehmerische Ziele dar, aus denen sich wichtige Führungsaufgaben ergeben.

Durch geeignete Informationen und Schulungen steigern und 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 Umweltschutzes sowie die Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu gewährleisten und stetig zu verbessern. Weltweit (mit Ausnahme der USA und Kanada) lag unsere Krankenquote bei 4,3 %.

Vorsorgeuntersuchungen/Ersthelferschulungen	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Gesetzliche Pflichtuntersuchungen (nicht erforderlich)	entfällt	entfällt	entfällt	entfällt	entfällt	entfällt
Fahr-, Steuer und Überwachungstätigkeiten ¹⁾	2	2	1	2	1	1
Bildschirmarbeitsplätze ²⁾	16	32	72	33	40	49
Lärm ³⁾	2	4	–	8	–	5
Muskel-/Skelettsystem, Belastung ⁴⁾	–	–	–	–	1	–
Ärztliche Beratungen (Betriebsarzt)	33	25	51	38	113	55
Gripeschutz-Impfungen (ergänzendes Angebot)	47	46	20	18	51	53
Erste-Hilfe Kurse (Ersthelfer)	14	25	10	19	24	0

¹⁾ nach DGUV 250-427 (G25), ²⁾ nach DGUV 250-438 (G37), ³⁾ nach DGUV 250-418 (G20), ⁴⁾ nach DGUV 240-460 (G46)
Standorte Birkenwerder/Berlin-Pankow, Berlin-Adlershof, Wittenberge, Langenfeld

Tabelle 6: Vorsorgeuntersuchungen im Zeitverlauf

Wir nutzen ein SGA-Managementsystem, das an unseren deutschen Standorten nach ISO 45001:2018 zertifiziert ist. Themen- und fachspezifische Beauftragte unterstützen vor Ort unsere Führungskräfte, um sicherzustellen, dass wir die Anforderungen unserer Anspruchsgruppen sowie die des Gesetzgebers 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).

Menschen in Verantwortung

Für die Berliner Standorte und Wittenberge ist auch ein Brandschutzbeauftragter (BrandSB) berufen. Lokal sind an unseren Standorten Sicherheitsbeauftragte (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 Laserschutzbeauftragten (LaserSB) am Standort Wittenberge –, die an den Brandschutzbeauftragten oder direkt an den Vorstand berichten (GRI 403-3).

Es engagieren sich an allen 21 deutschen Standorten eine Vielzahl von Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bereich des Arbeits-, Umwelt-, Energie- und Gesundheitsmanagements. Weiterhin unterstützen unsere Betriebsärzte (Betra) alle Mitarbeiter mit Behandlungs- und Untersuchungsangeboten, die über die Grundbetreuung hinausgehen, wie zum Beispiel die Gripeschutzimpfung. Besucher, Gäste und betriebsfremde Personen müssen in unsere Hausordnung – die auch für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gilt – unterwiesen werden, um mögliche Risiken zu minimieren. Für den Fall, dass Fremdfirmen Arbeiten in unseren Räumen ausführen, wird eine

Arbeits- und Weegeunfälle	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Summe im Jahr	0	7	5	2	7	1
meldepflichtige Arbeitsunfälle (AU)	0	6	2	1	4	0
meldepflichtige Weegeunfälle (WU)	0	1	3	1	4	1

Standorte Birkenwerder/Berlin-Pankow, Berlin-Adlershof, Wittenberge, Langenfeld

Tabelle 7: Arbeits- und Weegeunfälle 2019

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 (GRI 403-1).

An allen Standorten sind Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Arbeitssicherheits- und Umweltschutz-Ausschuss (AUSA) vertreten. In dessen regelmäßigen Sitzungen werden die Themen der Grundbetreuung und der betriebspezifischen 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.

Ergonomische Arbeitsplätze

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

An den deutschen Standorten gab es im Jahr 2019 einen meldepflichtige Weegeunfall – im Vorjahr jeweils vier meldepflichtige Arbeits- und Weegeunfälle (GRI 403-2). Wir legen 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. Ebenso arbeiten wir aktiv an entsprechenden Präventionsmaßnahmen, um Arbeits- und Weegeunfällen entgegenzuwirken.

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 Brandschutzbeauftragten vorbereitet und begleitend

durchgeführt. Alle Notfallübungen erfolgen gemäß den standortbezogenen Brandschutzordnungen. Nach jeder Übung wertet das begleitende Team die Ergebnisse in einer Gefährdungsbeurteilung aus, wobei aus möglichen Feststellungen Maßnahmen zu Verbesserungen abgeleitet werden.

Betriebliches Eingliederungsmanagement

Im Jahr 2018 haben wir aktiv an der Einführung des Betrieblichen Eingliederungsmanagements gearbeitet und in Abstimmung mit dem Betriebsrat am Hauptstandort Berlin wurde eine Betriebsvereinbarung zum Betrieblichen Gesundheitsmanagement (BEM) erarbeitet, verabschiedet und auch im Jahr 2019 umgesetzt (GRI 403-4).

Zielgruppe des Betrieblichen Eingliederungsmanagements sind Beschäftigte, die innerhalb eines Jahres länger als sechs Wochen ununterbrochen oder wiederholt arbeitsunfähig waren. Mit Zustimmung des Betroffenen werden Gespräche geführt und Maßnahmen verabredet. Im Fokus steht, wie die Arbeitsunfähigkeit möglichst überwunden werden und mit welchen Leistungen oder Hilfen erneuter Arbeitsunfähigkeit vorgebeugt und der Arbeitsplatz erhalten werden kann. Im Rahmen des Betrieblichen Gesundheitsmanagement übernimmt FP Verantwortung für ihre Mitarbeiter und trägt ihren Teil zur Gesundheit seiner Mitarbeiter bei.

FP mit 57 Kolleginnen und Kollegen beim Berliner Firmenlauf

Am 22. Mai fand der jährliche Berliner Firmenlauf statt. 19.000 angemeldete Teilnehmer*innen absolvierten die 5,5km lange Strecke durch die Berliner Innenstadt und wir FP'ler waren mit einer Rekordzahl von 57 Kollegen*innen mit am Start! Ab 19 Uhr starteten die sportlichen Läufer, Walker und Skater an der Straße des 17. Juni, die Strecke führte sie vorbei am Tiergarten und der Siegestsäule und im Anschluss fanden sich nach dem Rennen alle zum gemütlichen Beisammensein im FP Zelt zusammen. Wir freuen uns auf dieses Jahr und sind gespannt, ob wir die Teilnehmerzahl noch knacken können.



4.5 Vereinbarkeit von Beruf und Familie Arbeiten von überall

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unterstützen uns bei nachhaltigem Wachstum. Dafür kommen wir ihnen entgegen, wo wir können: In allen Bereichen, in denen es die Aufgaben zulassen, genießen sie die Flexibilität, Aufgaben in Mobilarbeit zu erledigen. Im vergangenen Jahr haben wir einen Meilenstein passiert: Am Standort in Berlin wurde der »Mobile Arbeitsplatz (MAP)« eingeführt. Am 1. September 2018 begann die dreimonatige Pilotphase, anschließend gingen wir in die Umsetzung.

Wir wollen mit diesem Modell die Vereinbarkeit der Arbeitstätigkeit und der persönlichen Lebensführung verbessern und eine flexible Gestaltung von Arbeitszeit und Arbeitsort im privaten sowie betrieblichen Interesse ermöglichen. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können ihre Arbeit, die normalerweise im Unternehmen erfolgt, nach dieser Testphase und bei Erfüllung der Voraussetzungen stunden- und auch tageweise durch »MAP« außerhalb des Betriebs erbringen. Im Rahmen unserer ACT Strategie ist das MAP-Projekt ein weiterer Schritt im kulturellen Wandlungsprozess unseres Unternehmens. Wir brechen alte Denkweisen auf und schaffen eine Vertrauenskultur, in der Kolleginnen und Kollegen sowie Vorgesetzte die eigene Arbeit in gleicher Weise würdigen,

egal wo sie geleistet wird. Und wir setzen damit weiter auf eine eigenverantwortliche selbstorganisierte Arbeitsweise seitens der Mitarbeiter sowie auf die Fähigkeit zur Führung über Distanz durch die beteiligten Führungskräfte.

Flexible Arbeitszeiten und Orte

Feste Arbeitszeiten gibt es bei uns nur dort, wo es sein muss. An den deutschen Standorten (ausgenommen die FP Produktionsgesellschaft) können insgesamt 60% unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ihre Arbeitszeiten flexibel gestalten. Insgesamt bieten wir für 191 Mitarbeiter an den deutschen Standorten die Möglichkeit eines flexiblen Arbeitsorts, um Aufgaben auch außerhalb der regelmäßigen Arbeitsstätte erledigen zu können. Auch bei unseren ausländischen Gesellschaften in Österreich, Frankreich und Großbritannien dürfen die Arbeitszeiten flexibel gestaltet werden. In den Niederlanden können sogar 100% der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Arbeitszeit flexibel gestalten.

Ehrenamtliches Engagement 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 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern vielfältig genutzt. Betriebliche Leistungen, die nur Vollzeitbeschäftigten gewährt werden, nicht aber Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern mit Befristung oder in Teilzeit, gibt es nicht (GRI 401-2).

92% unbefristet angestellt

Mitarbeiter	2019 ¹	%	2018 ²	%	2017 ²	%
Unbefristet	813	92%	850	88%	460	87%
Befristet	73	8%	72	7%	55	10%
Ausbildungsvertrag weltweit	14	1,6%	22	2,3%	9	2%
Ausbildungsvertrag Deutschland	10	1,1%	8	1,2%	-	-
Werkstudenten	20	2,3%	18	1,9%	7	1%

¹ betrachtete Mitarbeiter: 886 ² betrachtete Mitarbeiter: 962
² betrachtete Mitarbeiter: 531

Tabelle 8: Beschäftigungsart

20 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nutzen die Möglichkeit der Elternzeit. Unsere jungen Eltern kehren auch nach Inanspruchnahme der Elternzeit an ihren Arbeitsplatz zurück, was den Erfolg der Bemühungen bestätigt (GRI 401-3).

	2019 ¹		2018 ²	
	Männer	Frauen	Männer	Frauen
Mitarbeiter in Elternzeit	5	11	5	11
Rückkehrquote aus Elternzeit	100%	nn	100%	nn

¹ betrachtete Mitarbeiter: 407
² betrachtete Mitarbeiter: 407

Tabelle 9: Elternzeit und Rückkehrquote

Die Rückkehrquote bei unseren Mitarbeiterinnen kann derzeit noch nicht in Gänze erhoben werden, da jahresübergreifend Elternzeit genommen wurde. Vier Mitarbeiterinnen sind bereits aus der Elternzeit zurückgekehrt.

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 201-3).

4.6 Gesellschaftliches und soziales Engagement Die Unterstützung von Samaritern

ACT TOGETHER benennt Teamplay und Haltung als unsere Kernwerte. Dank des Engagements von unseren Mitarbeitern konnten wir auch im Jahr 2019 unsere guten

Taten vollbringen. Wir freuen uns, einige großartige Leistungen unserer Kollegen dokumentieren zu können.

Samaritans' life-saving service

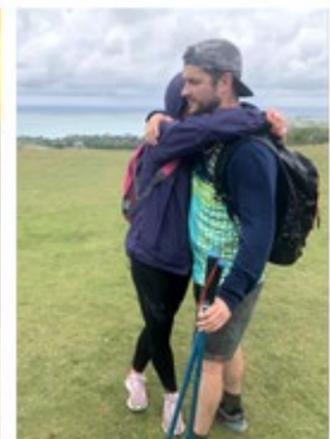
In Großbritannien haben unsere Kolleginnen und Kollegen Großartiges geleistet und Spenden für den lebensrettenden Dienst von Samaritern gesammelt – ein Jahr lang unterstützen sie die Organisation. Der Samaritans' life-saving service arbeitet 365 Tage im Jahr, 24 Stunden am Tag, um sicherzustellen, dass weniger Menschen durch Selbstmord sterben. Alle sechs Sekunden reagieren sie auf einen Hilferuf und sind für jeden da, der jemanden braucht.

Die Mitarbeiter von **FP** Mailing nahmen an einer Vielzahl von Spendenaktionen teil, darunter Rough Runner, 5-A-Side Fußballspiele und die Teilnahme an der berühmtesten Isle of Wight Challenge. Unsere Kollegen in Großbritannien können auch sehr stolz auf sich sein und feiern den Erfolg einer einjährigen Partnerschaft mit Samaritern. So sammelten sie mehr als £5.000 und halfen damit, bis zu 1.000 weitere Unterstützungsaufrufe zu finanzieren. Darüber hinaus organisierte **FP** Mailing zahlreiche Kuchenverkäufe, Verlosungen, Dress-Down-Tage und würdigte gemeinsam mit den Samaritern wichtige Veranstaltungen wie den Welt-Selbstmord-Präventionstag. Während der Weltwoche zur Sensibilisierung für psychische Gesundheit setzten sich die Mitarbeiter das ehrgeizige Ziel, fast 2 Millionen Schritte zu gehen und Familie und Freunde zu ermutigen, sich auch außerhalb der Arbeit zu engagieren.

»Wir sind so stolz auf das, was wir alle 2019 erreicht haben. Die Übernahme der Aktivitäten als Team hat ein großes Zusammengehörigkeitsgefühl geschaffen, und wir sind allen sehr dankbar, dass sie von Anfang an mit Begeisterung dabei waren.«
Jeni Holdcroft-Young, Marketingleiterin

Als Teil ihrer Wohltätigkeitspartnerschaft profitierte **FP** Mailing vom Zugang zu den Fachkenntnissen der Samariter im Bereich des Wohlbefindens. Die Samariter führten an beiden Standorten von **FP** Mailing Termine zum emotionalen Wohlbefinden der Mitarbeiter durch. Ziel war es, ein Gespräch über emotionale Gesundheit zu beginnen, den Mitarbeitern zu helfen, Anzeichen zu erkennen, die jemandem möglicherweise Schwierigkeiten bereiten, ihnen das Vertrauen zu geben, einen Ansatz zu finden, und die Bedeutung der Unterstützung ihrer eigenen emotionalen Gesundheit hervorzuheben.

»Die Samariter boten uns erweiterte Sitzungen an, und die Plätze wurden schnell vergeben. Das Feedback aus den Sitzungen war ausgezeichnet, und



wir freuen uns, dass wir unseren Teil zur laufenden Kampagne der Wohltätigkeitsorganisation zur Schaffung einer Nation von Zuhörern beigetragen haben.« Sofia Mead, Koordinatorin für die Entwicklung des öffentlichen Sektors

Die Sitzungen konzentrierten sich auf das aktive Zuhören und beinhalteten eine Einführung in das Online-Lernprogramm der Samariter, das die Kompetenz der Samariter im Bereich Zuhören und Wohlbefinden am Arbeitsplatz einbringt.

»Es war eine hilfreiche Erinnerung für mich und andere, dass man sich, egal was man am Arbeitsplatz oder zu Hause vorfindet, nicht allein damit auseinandersetzen muss.« Sofia Mead, Koordinatorin für die Entwicklung des öffentlichen Sektors

»Ich habe dieses Jahr gerne mit FP Mailing gearbeitet und habe es geliebt zu sehen, wie die Mitarbeiter unsere Ideen zur Spendensammlung zu ihren eigenen gemacht haben. Dank erstaunlicher Wohltätigkeitspartner wie FP Mailing sind wir in der Lage, 24 Stunden am Tag und 365 Tage im Jahr für alle da zu sein, die Schwierigkeiten haben. Wir können ihnen nicht genug danken.« Alice Firbank, Geschäftsführerin für Unternehmenspartnerschaften bei Samaritans

Die Nominierung der Samaritans' life-saving service als Wohltätigkeitsorganisation in Großbritannien des Jahres war eine einzigartige Gelegenheit, Mitarbeiter hinter einer inspirierenden Sache zu vereinen, Engagement zu zeigen, um etwas zu bewirken.

Weitere Informationen über unser Partnerschaftsjahr erfahren und FP Mailing unterstützen möchten, besuchen Sie die [Online-Fundraising-Seite](#).



Abbildung 10: Ziehung des Gewinners für unser handsigniertes »Pink in the Rink«-Trikots der Eisbären Berlin

Für weitere Informationen über Unternehmenspartnerschaften mit Samaritern wenden Sie sich bitte an a.firbank@samaritans.org. Weitere Informationen über FP Mailing finden Sie unter www.fpmailing.co.uk.

Hockey is Diversity e. V.

Im Rahmen unserer FP-Weihnachtsaktion konnten wir den tapferen Kindern der Krebsstation des Helios Klinikums Krefeld durch unsere engagierten Kollegen eine Freude an Heiligabend bereiten. Die alljährlichen weihnachtlichen Spenden des Hockey is Diversity e. V. haben wir tatkräftig unterstützt. Von Herzen Danke für dieses Engagement!

Nach unserer Fotoaktion mit unseren Weihnachtsmännern Santa und Claus im Dezember 2018 haben wir nun einen Gewinner für unser handsigniertes »Pink in the Rink«-Trikot der Eisbären Berlin ermitteln können.

Glücksbringer Sven »Felle« Felski, »Bürgermeister von Hohenschönhausen«, hat beim HiD Winter Classic in Hof vor den Augen der Zuschauer und anwesenden Presse einen Gewinner unserer Verlosung »Pink in the Rink«-Trikot gezogen.

Felle bestritt 1000 Spiele in der DEL und wurde mit den Eisbären Berlin sechsmal Deutscher Meister. Er nahm an drei Olympischen Winterspielen sowie 10 Weltmeister-



Abbildung 11: Weihnachtswünsche der FP an die tapferen Kinder der Krebsstation

schaften und sechs DEL All-Star Games teil. Auf europäischer Ebene gewann er 2010 mit den Eisbären die erste Ausgabe der European Trophy. Bei der Verlosung dabei war der ehemalige Eishockey-Profi Dr. Martin Hyun. Martin Hyun war der sporttechnische Leiter im Bereich Eishockey und Sledge-Eishockey der Olympischen und Paralympischen Winterspiele 2018. Aufgrund seines sozialen Engagements und Engagements in der Völkerverständigung zwischen Deutschland und Korea wurde Hyun als Fackelläufer der XXIII. Olympischen Winterspiele ausgewählt. Begleitet wurde die Verlosung vom Gitarristen der Söhne Mannheims, Ehrengast Andras Bayless. An dieser Stelle möchten wir auch Herrn Norman Höhling aus der Rechtsabteilung für sein Engagement danken.

Making Strides Against Breast Cancer

Die Kolleginnen und Kollegen der FP USA sammelten erfolgreich Geld für die Brustkrebsforschung: »Making Strides Against Breast Cancer« (»Fortschritte gegen Brustkrebs«). Dies ist eine bekannte Bewegung in Amerika, der sich Vereine oder Firmen anschließen können. Ende September nahm FP-Amerika an einem dieser Aktionstage (»Walks«) teil und sammelte insgesamt über 5.000 Dollar für den guten Zweck ein. Schon als sie erst 2.000 Dollar eingesammelt hatten, waren sie bereits das fünftbeste Team von 138 – und weil es am Ende doppelt so viel wurde, gehen wir davon aus, dass sie wieder einmal die Besten sind. Zu ihren Einnahmequellen zählten unter anderem selbstgebackene Leckereien, eine Tombola und haufenweise schicke »2019 FP Strong Shirts«. Die kanadischen Kolleginnen und Kollegen erhöhten dieses Ergebnis um 4.573 Dollar – getreu dem Motto: No One Fights Alone!

Seit mehr als sechs Jahren setzt sich FP Mailing Solutions für die Partnerschaft mit der National Breast Cancer Foundation ein. Zusätzlich zu ihrer jährlichen Spende bietet FP auch weiterhin ihre Sonderausgabe der pinke PostBase Frankiermaschine an, die der Sensibilisierung für Brustkrebs gewidmet ist.



Abbildung 12: Das Team von Making Strides Against Breast Cancer

Die pinke Frankiermaschine leistet mehr als nur die Sensibilisierung für die Brustkrebsforschung. Für jede verkaufte pinke PostBase spendet FP 5 % des Erlöses an die National Breast Cancer Foundation zurück. Damit haben alle unsere Kunden die Möglichkeit, die von Brustkrebs Betroffenen direkt zu unterstützen.

In diesem Jahr veranstaltete FP mehrere Spendensammlungen, um Geld und Bewusstsein zu schaffen. FP nahm an sechs verschiedenen Fundraising-Veranstaltungen teil. Von Wohltätigkeitsveranstaltungen über Kuchenverkäufe bis hin zu stillen Auktionen konnte FP zusätzliche Gelder zur Unterstützung der Bedürftigen sammeln.

Unser Dank gilt allen, die sich freiwillig für unsere vielfältigen Charity-Aktionen engagiert oder großzügig gespendet haben. Auch 2020 werden wir ACT TOGETHER wieder mit Leben füllen und uns engagieren, um unsere Gesellschaft ein kleines Stück besser zu machen.



Abbildung 13: Pinke PostBase Vision

5. ACT TO PROTECT In Verantwortung für Mensch und Umwelt

Die Umwelt zu schützen und mit unseren Energiequellen ressourcenschonend umzugehen, gehört zu unseren Grundsätzen. Deshalb produzieren wir ausschließlich in Deutschland und nutzen überwiegend Lieferanten aus Deutschland und Europa. Darüber hinaus sorgen wir dafür, Abfälle und Emissionen zu minimieren und wenn möglich zu vermeiden.

Neben dem Bestreben, unsere Umwelt zu schützen, sorgen wir so auch für Sicherheit und Gesundheit unserer Mitarbeiter am Arbeitsplatz. Umweltschutz, Energieeffizienz, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz betrachten wir als wichtige Führungsaufgaben und integrieren sie in unsere [Unternehmenspolitik und -strategie](#).

Sustainability first

Bei jedem Produkt, das neu konzipiert wird, und jedem Verfahren, das neu eingesetzt wird, prüfen wir die Umweltverträglichkeit und die Energieeffizienz und erschließen Möglichkeiten, beides zu optimieren. (GRI 103-1). Wir schulen unsere Mitarbeiter, um ihr Umwelt- und Sicherheitsbewusstsein zu schärfen und sie zu entsprechendem Arbeiten und Handeln zu befähigen. Wir wollen fortlaufende Verbesserungen realisieren, gern über die Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben hinaus. Deshalb führen wir mit Mitarbeitern, Behörden, Kunden und Lieferanten sowie mit der Öffentlichkeit einen offenen Dialog in allen Fragen des Umwelt- und Energiemanagements.

Der seit vielen Jahren separat veröffentlichte »Umweltschutz-, Energieeffizienz- und Arbeitssicherheitsreport« wird ab dem Jahr 2019 im Nachhaltigkeitsbericht integriert. Die zuvor verwendeten Grafiken werden im [Anhang](#) separat dargestellt.

5.1 Integriertes Managementsystem – Energie- und Umwelt Umweltschutz erneut normkonform

Die Anforderungen der internationalen Normreihen ISO 14001, ISO 50001 und ISO 45001 bilden Systeme, um ein Umwelt-, Energie- und Arbeitssicherheitsmanagement einzuführen und damit Wege in Richtung Eigenverantwortung und Selbstverpflichtung zu beschreiten. In diesem Sinne sind bei **FP** die Themen der Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit mit den Themen des Umweltschutzes direkt verbunden, was auch Vorteile für das Nachhaltigkeits-, Reporting-, Risiko- und Prozessmanagement mit sich bringt.

Umwelt- und Energiemanagementsystem nach ISO 14001 und ISO 50001 ...

Wie bereits im Kapitel zum Qualitätsmanagementsystem beschrieben, beruhen die Normanforderungen auf der »Plan Do Check Act«-Methode (Planen, Durchführen, Prüfen, Handeln und Verbessern).

Wir verpflichten uns zu einem verantwortungsvollen Energiemanagement. Wo immer es 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 Sinne implementieren wir fortlaufende Verbesserungen.

... sowie ISO 50003 und ISO 31000

Frühzeitig haben wir unser Energiemanagementsystem den Auditanforderungen der ISO 50003 angepasst und das System im Jahr 2019 nach ISO 50001:2018 rezertifizieren lassen. Zur Unterstützung der risikogestützten Denkweise werden auch Ansätze aus der ISO 31000 (Risikomanagement) genutzt und umgesetzt. Der gesetzlich geforderte ASA (Arbeitssicherheitsausschuss) wurde seit 2009 in einen Arbeitssicherheits- und Umweltschutz-Ausschuss (AUSA) überführt. Neben den Themen zur Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit werden dort Themen wie Compliance, Abfälle, Gefahrstoffe, Energien und Ressourcen 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: 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 im Berichtsjahr nicht verhängt (GRI 307-1). Ebenso wenig gab es Beschwerden hinsichtlich ökologischer Aspekte, die in einem Be-

schwerdeverfahren eingereicht, bearbeitet oder hätten gelöst werden müssen (GRI 103-2).

5.2 Ressourcenschutz und Steigerung der Ressourceneffizienz Es geht weiter voran

Abgeleitet aus unserer Unternehmenspolitik und im Dialog mit unseren interessierten Parteien (Stakeholder) haben wir im Jahr 2018 die strategischen Ziele des Integrierten Managementsystems überarbeitet. Das Energiemanagement unserer deutschen Standorte wurde erfolgreich 2019 nach dem aktuellen Stand ISO 50001:2018 rezertifiziert. In diesem Zusammenhang wurde der Zertifizierungsbereich für die **FP** Mentana-Claimsoft GmbH um das Umwelt- und Arbeitsschutzmanagementsystem erweitert. Die Effizienz der Strom- und Wärmeverbräuche an den deutschen Standorten konnten wir gegenüber dem Vorjahresniveau weiter verbessern, was auch zu einer verbesserten CO₂-Bilanz geführt hat.

GesagtGetaGeschafft Ressourcenschutz.

Folgende Maßnahmen wurden hierzu erfolgreich umgesetzt:

- Effizienz der Strom- und Wärmeverbräuche der deutschen Standorte oberhalb der energetischen Basis halten und die Effizienz steigern
- Kosten unserer Abfallmengen an den deutschen Kernstandorten (Berlin-Pankow, Berlin-Adlershof, Wittenberge und Langenfeld) nachhaltig unter 60.000 Euro halten (im Berichtsjahr 2019: 30.192,27 Euro)
- Effizienz des Wasserverbrauchs an den Standorten oberhalb der energetischen Basis halten
- Emissionsverbrauch der **FP**-Autoflotte unter 60.000 kg CO₂ p.m. (2019: 51.366 kg CO₂ p.m.) halten
- Emissionsverbrauch der von **FP**-Mitarbeitern genutzten Flüge unter 20.000 kg CO₂ p.m. (2019: 19.117 kg CO₂ p.m.) halten
- DGUV-V3-Prüfungen für alle Geräte prüfen und erneuern
- Energetische Ausgangsbasis bei Veränderungen aktualisieren

Zudem haben wir im Jahr 2019 folgende Maßnahmen weitergeführt, eingeleitet und umgesetzt:

- Pflege unserer Gefahrstoff-, Abfall-, Energie- und Rechtsquellenkataster
- Stetige Überprüfung der integrierten Anforderungsaspekte (Ziel-Controlling)
- Leitlinien-, Prozess- und Richtlinienergänzungen in der Systemdokumentation
- Informationen und Schulungen

- Aktualisierung der Gefährdungsbeurteilungen an allen Standorten
- Regelmäßige Betriebs- und Brandschutzbegehungen an unseren Standorten Berlin-Pankow, Berlin-Adlershof, Hennigsdorf, Wittenberge und allen **FP** freesort-Standorten mit Schwerpunkten bei der Arbeitssicherheit und beim Brandschutz
- Messungen und Detailanalysen zum Energieverbrauch an den deutschen Standorten

Aufwendungen für den Umweltschutz

Im Jahr 2019 wurden an den deutschen Standorten Investitionsrechnungen mit dem Schwerpunkt auf LED-Umrüstungen eingeholt sowie neue Messsysteme beschafft, um weitere Messreihen definierter Verbrauchsgruppen (SEU's) durchzuführen. Im Rahmen der Investitionsrechnungen wurden Vorbereitungen für die systematische Umrüstung der Messsysteme auf IoT (Internet of Things) getroffen, um zukünftig noch gezielter auf die Energieverbräuche Einfluss nehmen zu können.

Daher entstanden im Wesentlichen, neben den Personalkosten und kleineren Ausgaben für die beschafften Messsysteme (ca. 5.000 Euro), nur noch Kosten für die Rezertifizierung des Integrierten Managementsystems (ca. 35.000 Euro). Die Rezertifizierung des Energiemanagementsystems wurde um ein Jahr vorgezogen. Damit bestätigen wir, die Auditanforderungen der ISO 50003 zu erfüllen. Die Entsorgungskosten beliefen sich 2019 auf etwa 30.000 Euro an allen deutschen Standorten (Vorjahr: etwa 50.000 Euro).

5.2.1 Energie- und Verbrauchsdaten Tendenz sinkend (GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3)

An unseren deutschen Standorten nutzen wir vor allem die Ressourcen Strom, Wärme (aus Heizöl, Erdgas, Fernwärme oder Kraftstoffen) und Wasser. Die Verbrauchsdaten werden monatlich 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 der energiebezogenen Leistungen (eBL) ist immer die energetische Ausgangsbasis (EnB) für alle 21 deutschen Standorte. Sie wird jährlich überprüft und nach definierten Kriterien für jeden Standort angepasst. Da wir auch eine größere Autoflotte (Außendienst, Fuhrpark **FP** freesort) betreiben, werden deren Kraftstoffverbräuche von den Wärmeverbräuchen getrennt betrachtet. Unsere jährlich überprüfte EnB bildet gleichzeitig die Kennzahl (EnPI) des jeweiligen Standorts für das laufende Jahr.

An allen deutschen Standorten wurden im Jahr 2019 insgesamt 1.226 MWh Strom (Vorjahr: 1.251 MWh), 1.975 MWh Wärme (Heizöl, Erdgas, Fernwärme) (Vorjahr: 1.975 MWh) und 2.100 MWh an Kraftstoffen (Vorjahr: 2.320 MWh) sowie 882 MWh Kerosin (Vorjahr: 921 MWh) anteilige Flugleistungen verbraucht.

Der Gesamtenergieverbrauch für alle 21 Standorte inklusive der Autoflotte und Flugzeugnutzung lag bei insgesamt 6.183 MWh (Vorjahr: 6.467 MWh). Der gesamte Erfassungsumfang bezieht sich zurzeit auf die deutschen Standorte, die ausländischen Gesellschaften werden noch nicht erfasst (GRI 302-1).

5.2.2 Verringerung des Energieverbrauchs Ausgaben für Einsparungen

(GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3)

Im Jahr 2019 wurde der Verwaltungsstandort der **FP IAB** in Adlershof geschlossen und die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen durch geeignete Baumaßnahmen überwiegend im Produktionsstandort integriert. Dadurch konnten bereits knapp 10.000 kWh Energie Strom eingespart werden. Am Produktionsstandort Wittenberge wurden knapp € 22.000,- investiert um einen uneffektiven Kompressor durch einen effektiveren Kompressor sowie entsprechend gesicherten Zuleitungen sowie weitere LED-Beleuchtungsträger zu beschaffen. Auch hier konnten bereits 20.000 kWh Energie Strom eingespart werden, obwohl sich die großen Einsparungen erst im Folgejahr bemerkbar machen werden.

Eine weitere Investition über knapp € 10.000,- bestand für das Unternehmen darin, dass sie sich frühzeitig den Anforderungen der ISO 50001:2018 stellten und im Jahr 2019 zertifizieren ließen. In diesem Zusammenhang wurden viele kleinere Projekte an den deutschen Standorten eingeleitet und weitere Investitionen für 2020 bereits vorgesehen.

Die Klimabilanz konnte 2019 von 2.016 t CO₂ auf 1.810 t CO₂ für unsere deutschen Standorte verbessert werden (Reduzierung um über 200 t CO₂) (GRI 302-4, GRI 302-5, GRI 305-5).

Gleiche Leistung, weniger Gas

Im Wärmebereich haben wir in der Produktion von Fränkiersystemen am Standort Wittenberge die Schaltzyklen der Erdgasversorgung optimiert und Undichtigkeiten besser isoliert. Dadurch konnte die Effizienz (Nutzen zu Aufwand) von 0,03 /m²W auf 0,04 /m²W erhöht werden (GRI 302-3). Im Vergleich zum Primärenergieverbrauch des Gebäudes (208,7 kWh/m²a) bleibt der Wert mit 66 kWh/m²a deutlich unter dem EnEV-Anforderungswert (169,5 kWh/m²a).

5.2.3 Energieintensität – In Zukunft leuchtet LED (GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3)

Kernziel unseres Energiemanagements ist die stetige Steigerung der Verbrauchseffizienz. Die absoluten Verbrauchswerte sind also nicht unbedeutend, müssen aber um die Betrachtung der Dynamik der Unternehmensentwicklung – neue oder erweiterte Standorte, neue Mitarbeiter, veränderte Rahmenbedingungen – ergänzt werden.

Für jeden deutschen Standort werden jährlich eigene Energiekennzahlen (EnPI's für Strom/Wärme) im Verhältnis Nutzen zu Aufwand geplant und überwacht. Der Nutzen für die Stromwerte wird in Gebäuden mit Büroaktivitäten überwiegend anhand der echten Nutzungszeiten der Mitarbeiter errechnet, in den verschiedenen Produktionen legen wir das Produktionsvolumen zugrunde. Bei den Wärmewerten sind die Nutzzstunden der Mitarbeiter zu den Nutzflächen der Nutzen. Welche Messgrößen dabei jeweils verwendet 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 2019 bei den noch fehlenden Energieausweisen nur den spezifischen Wärmeverbrauch pro Fläche ins Verhältnis zu standardisierten Gebäudevorgaben setzen.

Im Rahmen unserer Analysen des Stromverbrauchs zeigte sich, dass ca. 26 % des Verbrauchs durch unsere bislang genutzten Beleuchtungsträger verursacht werden. Server (mit 20 %), Produktionsgeräte (mit 17 %) und Rechnerarbeitsplätze (mit 11 %) folgten noch vor Kompressoren und Klimageräten. Der neue Standort in Hennigsdorf wurde im Jahr 2019 im Rahmen des Aufbaus von Beginn an energieeffizient (bspw. LED-Beleuchtung, Bewegungsmelder zur Arbeitsplatzbeleuchtung) geplant und umgesetzt. Ein größerer Verwaltungsstandort in Berlin-Adlershof konnte durch einen vorläufig angemieteten Büroraum ersetzt werden.

Weiterhin sind alle deutschen Gesellschaften, gemäß Verbandsbeschluss aus dem vergangenen Jahr, verpflichtet, im Rahmen von Leuchtmittelbeschaffungen auf LED umzusteigen.

5.2.4 CO₂-Emissionen – Sparen, wo wir können (GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3)

Als Unternehmen verursachen wir CO₂-Emissionen. Ihre Reduzierung treiben wir jedoch energisch voran – mit messbaren Resultaten, sei es bei der Fahrzeugflotte, bei der Heizenergie, im Service oder auch bei der Abhaltung der Hauptversammlung.

Unsere Transporter in Deutschland beförderten 2019 über 165 Millionen Briefsendungen (Vorjahr 181 Millionen), unsere Pkws waren 182.543 Nutzungsstunden im Einsatz (Vorjahr 175.845 Nutzungsstunden). Für die Fahrzeugflotte des Unternehmens wird ein eigenes CO₂-Flottenkaster (getrennt nach Pkws und Transportern) gepflegt. Werden neue Leasing-Fahrzeuge (oder im Austausch gegen bisherige Modelle) bestellt, dann müssen sie grundsätzlich einen geringeren Energieverbrauch aufweisen, als vorherige Fahrzeuge.

Flotte auf dem richtigen Kurs

Lagen die Zielgrößen für die gesamte Fahrzeugflotte noch vor wenigen Jahren bei 75.000 kg CO₂ pro Monat, so lagen dieser Werte 2019 bereits bei 56.691 kg CO₂. Im Berichtsjahr fielen 616.391 kg CO₂ an (Vorjahr: 692.290 kg); gegliedert nach Fahrzeugtypen auf die 107 Pkws 521.690 kg, auf die 15 Transporter 94.701 kg. Damit konnten wir den CO₂-Ausstoß um 11 % senken.

Einsparungen bei Scope 1 und 2 (direkt und indirekt)

Bei der Nutzung von insgesamt 1.975 MWh Wärme aus Heizöl, Erdgas und Fernwärme (Vorjahr: 1.975 MWh) sind 436 t CO₂ entstanden, die unter den Scope 1 (»direkte Emissionen«) fallen. Diese entstanden aus stationären sowie mobilen Energiequellen. Somit ergibt sich aus der Nutzung von Wärme (436 t CO₂), dem CO₂-Flottenkaster (681 t CO₂) und der Nutzung von Flugverbindungen (229 t CO₂) ein Gesamtwert von 1.346 t CO₂ (Vorjahr: 1.357 t CO₂). Dies entspricht einer Reduzierung um 0,8 % (GRI 305-1).

Bei der Nutzung von 1.226 MWh Strom (Vorjahr: 1.251 MWh), die unter Scope 2 (indirekte Emissionen) einzuordnen sind, fielen insgesamt 464 t CO₂ an (Vorjahr: 659 t CO₂); hierbei werden nur die Emissionen aus der Erzeugung von Strom betrachtet (GRI 305-2). Hier konnte durch den verstärkten Einsatz der LED-Beleuchtungen der Energieeinsatz um 2 % gesenkt werden.

CO₂-Emissionen, die in der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette entstehen und in einem indirekten Zusammenhang mit unserer Unternehmensaktivität stehen, haben wir für das Berichtsjahr 2019 für unsere Landverkehre eines Logistikbieters aufgrund von technischen Problemen nicht identifizieren können (GRI 305-3).

Über ozonabbauende Stoffe sowie Stick- und Schwefeloxide kann derzeit nicht im vollen Umfang berichtet werden (GRI 305-6, GRI 305-7).

Ökostrom an unseren deutschen Standorten

Im Jahr 2019 wurden für unsere deutschen Standorte am Hauptsitz in Berlin, an unserem Produktionsstandort in Wittenberge und an den Standorten der **FP**-Tochter freeseort in Hamburg, Frankfurt, Weinstadt, Pattensen, Leipzig, Langenfeld und München die Stromverträge neu ausgeschrieben. Im Sinne der Nachhaltigkeit haben wir uns für den Bezug von 100 % Ökostrom entschieden, hierdurch wird sich unsere Klimabilanz deutlich verbessern. Bisher haben wir insgesamt 195 t CO₂ durch Ökostrom eingespart – das sind knapp 30 %.

Übrigens: Bei der Errechnung der CO₂-Emissionen bedienen wir uns der Empfehlungen des Umweltbundesamtes und runden zudem die angegebene Grammzahl auf (www.umweltbundesamt.de).

5.2.5 Abfallbilanz und Abfallarten – Vermeiden, wenn möglich (GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3)

Wir gehen nachhaltig und verantwortungsvoll mit dem Thema Abfall um – oberster Grundsatz ist daher die Vermeidung, dicht gefolgt von der Vorbereitung zur Wiederverwertung, dem eigentlichen Recycling oder der sonstigen, insbesondere energetischen, Verwertung. Erst wenn diese Möglichkeiten nicht bestehen, folgen die Verfüllung und sachgemäße Beseitigung.

Wir wollen natürliche 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. Wir erstellen jährlich Mengenzahlvergleiche mit Abfallbilanzen und ermitteln die Verhältnisse der Abfallarten.

Zwar steigerten wir unserer Abfälle auf 240,7 t (Vorjahr: 230,2 t) doch konnten wir im Vergleich zum Vorjahr 81,7 t recyceln (Vorjahr: 18,6 t) und damit Kosten im Jahr 2019 deutlich unter dem Zielwert von 55.000 Euro halten (30.912,27 Euro). An unseren deutschen Standorten fielen 240,7 t (davon 0,1 t gefährliche) Abfälle (Vorjahr: 7,1 t) an (GRI 301-1). Der Anteil der gefährlichen Abfälle fiel im Vergleich zum Vorjahr deutlich um 29 % an (GRI 306-2). Es gibt keine Exporte von Abfällen gemäß dem Basler Übereinkommens (GRI 306-4).

5.2.6 Gefahrstoffe

An unseren Standorten werden zurzeit 131 Gefahrstoffe genutzt (Vorjahr: 127), davon 40 ohne Gefährlichkeitsmerkmale (Vorjahr: 76), was 31 % (Vorjahr: 60 %) entspricht. Sechs Gefahrstoffe sind an zwei oder allen Standorten im Einsatz. Im Vergleich zum Vorjahr verwenden wir 36 Gefahrstoffe (Vorjahr: 7) ohne Gefährlichkeitsmerkmale nicht mehr.

Lagerort	ohne Gefährlichkeitsmerkmale	mit Gefährlichkeitsmerkmalen	Summe
Standort Berlin-Pankow	13	45	58
Standort Berlin-Adlershof	10	21	31
Standort Wittenberge	15	17	32
Standort Langenfeld	1	3	4
Standort Henningsdorf	0	0	0
Standort Service	1	5	6
Entsorgte Stoffe	36	0	36
Erfasste Standorte	40	91	131

Tabelle 10: Übersicht der Gefahrstoffe

Der größte Anteil der am Standort Berlin-Pankow genutzten 58 Stoffe wird nur in Kleinstmengen gelagert bzw. in der Entwicklung verwendet. An den produzierenden Standorten Berlin-Adlershof und Wittenberge werden jeweils 31 bzw. 32 Stoffe genutzt. Gelistet wurden alle Stoffe, für die Sicherheitsdatenblätter erforderlich sind. Hierzu zählen beispielsweise auch unsere alten verwendeten 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 beurteilt und geprüft (GRI 306-3).

5.2.7 Wasser

Kein Randthema (GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3)

Wasser spielt in unserem Produktionsablauf keine wesentliche Rolle. An den deutschen Standorten nutzen wir Frischwasser (GRI 303-1). Eine Beeinträchtigung der verwendeten Wasserquellen liegt nicht vor (GRI 303-2). Eine Rückführung über Produktionskreisläufe oder gesonderte Systeme findet daher nicht statt (GRI 303-3). Die Wiederaufbereitung ermöglichen wir durch die reguläre Abwasserentsorgung.

Der Wasserverbrauch an den Standorten Langenfeld und den weiteren sechs Konsolidierungszentren (1.197 m³), Wittenberge (525 m³), Adlershof (350 m³), dem neuen Standort Henningsdorf (24 m³) sowie am Hauptstandort in Berlin (1.916 m³) liegt bei insgesamt 4.012 m³. (Vorjahr: 3.680 m³) Gemessen an den Nutzungsstunden beträgt der gesunkene Wasserverbrauch bei 4,15 Liter pro Nutzungs-

stunde (Vorjahr: 4,22 Liter pro Nutzungsstunde). Ziel ist, den Wasserverbrauch je Nutzungsstunde weiterhin so niedrig zu halten.

Geringe Wassergefährdung

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.

Nur zu einem geringen Anteil arbeiten wir mit wassergefährdenden Stoffen der Gefährdungsklassen 2 und 3, beispielsweise Kleber und Reinigungsmittel in Kleinstmengen. Unsere alten eingesetzten Tinten entsprechen der Wassergefährdungsklasse 1 während die neuen Tinten der Wassergefährdungsklasse 3 zuzuordnen sind.

WGK ¹⁾	0	1	2	3	Gesamt
Anzahl Stoffe ²⁾	8	87	29	4	128

¹⁾WGK = Wassergefährdungsklasse nach WHG (Wasserhaushaltsgesetz),

²⁾aus dem zentralen Gefahrstoffverzeichnis

Tabelle 11: Übersicht der wassergefährdenden Stoffe

Sichere Lagerung der Gefahrstoffe

Im Hinblick auf wassergefährdende Stoffe wird ein besonderer Fokus auf die entsprechende Kennzeichnung gelegt. Diese Stoffe werden grundsätzlich in speziellen Behältnissen gelagert. Besondere Vorkehrungen an den Abfüllplätzen verhindern, dass sie in das Abwasser gelangen können. 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.

INDEX DER NICHT-FINANZIELLEN ERKLÄRUNG DER FRANCO-TYP-POSTALIA HOLDING AG GEMÄSS DEN ANFORDERUNGEN DES CSR-RICHTLINIE-UMSETZUNGSGESETZ (CSR-RUG)

Allgemeine Anforderungen		Kapitel
§ 289c, Absatz 1 HGB	Geschäftsmodell	1.2, 1.3
§ 289c, Absatz 3, Satz 1 und Satz 2 HGB	Konzept und Strategie einschließlich der Ergebnisse	1.3, 1.5
§ 289c, Absatz 3	Wesentlichkeitsbestimmung	1.8
§ 289c, Absatz 3, Satz 3 HGB	wesentliche Risiken der eigenen Geschäftstätigkeit	2.2, 2.3, 3.1, 3.2
§ 289c, Absatz 3, Satz 4 HGB	wesentliche Risiken, die mit den Geschäftsbeziehungen und Dienstleistungen verknüpft sind	2.2, 2.3, 3.1, 3.2, 5
§ 289c, Absatz 3, Satz 5 HGB	nichtfinanziellen Leistungsindikatoren	2, 3, 4, 5
§ 289d HGB	Rahmenwerk	1.8
Umweltbelange	wesentliches Thema	
§ 289c, Absatz 2, Satz 1 HGB	Ressourcenschonung	5.2
	Ressourcenschutz	5.2
	Integriertes Managementsystem	1.1, 1.6, 5, 5.1
Arbeitnehmerbelange	wesentliches Thema	
§ 289c, Absatz 2, Satz 2 HGB	Personalentwicklung	4.2
	Unternehmenskultur	4.1, 4.2, Führungsgrundsätze
	Diversity und Frauenquote	4.3
	Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz	4.4
Kunde	wesentliches Thema	
§ 289c (2) HGB	Produktqualität	3.2
	Produkteffizienz	3.2.2
	Produktsicherheit	3.2
	Nachhaltigkeit in der Lieferkette	3
	Forschung, Entwicklung und Innovation	3
Sozialbelange	wesentliches Thema	
§ 289c, Absatz 2, Satz 3 HGB	gesellschaftliches und soziales Engagement	4.6
	Vereinbarkeit von Familie und Beruf	4.5
Menschenrechte	wesentliches Thema	
§ 289c, Absatz 2, Satz 4 HGB	Risiko- und Chancenmanagement	2.3
	Compliance	2.2
	Führungsgrundsätze bei FP	Doppelseite
Bekämpfung von Korruption und Bestechung	wesentliches Thema	
§ 289c, Absatz 2, Satz 5 HGB	Compliance	2.2
	Führungsgrundsätze bei FP	Doppelseite

Glossar

A

ACT

ACT ist die 2016 ausgerufene Konzernstrategie und besteht aus den Bestandteilen ATTACK, CUSTOMER und TRANSFORMATION mit dem Ziel von nachhaltigem Wachstum und Profitabilitätssteigerung.

Agile Methoden

Agile Methoden sind prinzipiengesteuerte Verfahren für höhere Effizienz in der Softwareentwicklung.

Aktorik

Aktorik bezeichnet die signalgesteuerte Reaktion von Antriebs-elementen auf bestimmte Betriebszustände.

API

Eine Programmierschnittstelle.

App

Programm für Smartphones und Tablet-Computer.

A-Segment

Bezeichnung für das Frankiermaschinen-segment von Kunden mit geringem Postaufkommen (bis zu 200 Briefe am Tag).

Attack (ACT-Strategie)

Ausbau der Kundenbasis, Umsatzwachstum und Erhöhung des Marktanteils im Kerngeschäft.

B

Bluetooth

Standard für die Funkübertragung von Daten zwischen unterschiedlichen elektronischen Geräten über eine Entfernung bis etwa zehn Metern. Bluetooth hat in diesem Segment die Infrarot-Technik abgelöst.

B-Segment

Bezeichnung für das Frankiermaschinen-segment von Kunden mit mittlerem Postaufkommen (200–2.000 Briefe am Tag).

BSI

Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik.

C

Claim

Ein Claim ist eine kurze, aber zentrale Aussage und Nutzenversprechen eines Unternehmens über sich selbst. Siehe German Mailgeneering.

Cloud-Services

Bereitstellung von IT-Infrastruktur wie, Rechenleistung, Speicherplatz oder Anwendungssoftware als Dienstleistung über das Internet.

Concept of Operation

Ein Betriebskonzept, das die Merkmale eines Systems aus der Sicht eines Anwenders beschreibt.

CRM

Customer-Relationship-Management System (dt. System zur Kundenpflege). Software-Lösung zur systematischen Gestaltung der Kundenbeziehungsprozesse.

Crossselling

Bestreben, dem Kunden den Verkauf von sich ergänzenden Produkten oder Dienstleistungen anzubieten.

C-Segment

Bezeichnung des Frankiermaschinen-segments für Kunden mit hohem Postaufkommen (mehr als 2.000 Briefe am Tag).

Customer (ACT-Strategie)

Neue Lösungen und Services für Bestands und Neukunden entwickeln.

Cyber-Angriff

Gezielter Angriff auf größere, für eine spezifische Infrastruktur wichtige Rechnernetze von außen.

D

Dashboard

Methode zur übersichtlichen Darstellung von Informationen auf einem Monitor mittels kleiner Programme, die ähnlich wie klassische Armaturen gestaltet sind.

Design Sprint

Ein zeitlich begrenzter fünfstufiger Prozess, bei dem Design Thinking mit dem Ziel der Verringerung des Risikos bei der Markteinführung eines neuen Produkts oder Dienstleistung.

Devisenswap

Bei einem Devisenswap tauschen zwei Vertragspartner zwei Währungen zum aktuellen Kurs und tauschen diese dann zum selben Kurs zu einem in der Zukunft liegenden Zeitpunkt wieder zurück.

discoverFP

Unser FP-Portal, das als Schaufenster für unser Portfolio fungiert und Zugang zu fast allen FP-Produkten bietet. Kunden erhalten mit discoverFP einen Überblick über ihre relevanten Frankiersystemdaten sowie mit dem integrierten Helpcenter die Möglichkeit, Einsicht in Rechnungen, Bestellungen, Verträge und Serviceanfragen zu nehmen. Ähnelt einem App-Store.

DNA

Wissenschaftlich: Desoxyribonukleinsäure, Träger der einzigartigen Erbinformation, also die materielle Basis der Gene. Die »DNA« eines Unternehmens beschreibt u. a. besondere Eigenschaften eines Unternehmens, die diesem einen Wettbewerbsvorsprung verschaffen oder Alleinstellungsmerkmale bündeln. Die DNA von FP definiert sich aus Aktorik, Sensorik, Konnektivität und Kryptografie.

E

Edge-Computing

Dezentrale Datenverarbeitung am Rand des Netzwerks durch intelligente Geräte. Modell für IoT.

EIDAS

Europäische Verordnung über elektronische Identifizierung und Vertrauensdienste für elektronische Transaktionen.

Elektronische Signatur (E-Signatur)

Datensatz, der die Identität des Absenders zum Beispiel einer E-Mail sowie die Unverändertheit der Nachricht bestätigt. Rechtlich verbindlich durch europäische Richtlinie und deutsches Signaturgesetz in der Form der qualifizierten elektronischen Signatur.

Embedded Software

Software, die innerhalb eines technischen Apparates wie z. B. in einem Auto bestimmte Steuerungs-, Überwachungs- und Korrekturfunktionen übernimmt.

EMV

Elektromagnetische Verträglichkeit. Eigenschaft eines elektronischen Gerätes, andere nicht durch Elektromagnetismus zu stören.

End-to-End-Lösung

End-to-End-Lösung bedeutet, dass FP als Anbieter eines Anwendungsprogramms, einer Software und eines Systems alle Soft- und Hardwareanforderungen des Kunden so erfüllt, dass kein anderer Anbieter beteiligt ist, um die Anforderungen zu erfüllen. Alles aus einer Hand, die gesamte Wertschöpfungskette abbildend.

ERP

Enterprise Resource Planning (dt. Unternehmensressourcenplanung). ERP-Systeme unterstützen die Planung von Unternehmensressourcen wie Finanzen, Personal, Waren etc. ERP verbindet unterschiedliche Back-Office-Systeme wie zum Beispiel Produktions-, Finanz-, Personal-, Vertriebs- und Materialwirtschaftssysteme.

ESD

ElectroStatic Discharge (dt. elektrostatische Entladung).

F

FP Fit4Change

Human Resource-Initiative, an der rund 1.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in sechs Sprachen und mehr als 40 Workshops teilgenommen haben.

FP Input

Mit FP Input werden strukturierte Posteingangsverarbeitung der gesamten eingehenden Post inklusive digitaler Ablage der eingescannten Dokumente übernommen.

FP Output

Mit FP Output werden von den Kunden Datenströme übernommen. FP kümmert sich um den gesamten Herstellungsprozess von der Aufbereitung der Daten, Drucken, Kuvertieren, Frankieren und der Übergabe der Briefe an den Zustelldienst oder alternativ der digitalen Zustellung.

FP Parcel Shipping

Eine neue FP-Lösung für den Paketversand mit Multicarrier-Auswahl, der Frankierung, der Nachverfolgung von Paketen.

FP Portal

siehe discoverFP.

FP Product Roadmap

ACT-Projekt zur Entwicklung neuer Produkte und Services im Bereich der Frankiersysteme.

FP Secure Gateway

Das neueste FP-Produkt »FP Secure Gateway« ist die passgenaue Lösung für die Sicherheitsanforderungen im IoT Umfeld und verfügt über eine skalierbare Anzahl von Sensoreingängen.

FP Sign

FP Sign ist eine cloudbasierte Software-Lösung für den sicheren, vertraulichen und rechtsverbindlichen digitalen Abschluss und Austausch von Verträgen und Dokumenten.

FP WebBrief24

Online-Briefversand für Privatkunden. Der Nutzer übermittelt mittels einer browserbasierten App seinen Text an FP, das den Brief ausdruckt, kuvertiert und versendet. Der Service ist bereits ab nur einem Brief erhältlich.

»Freedom-To-Operate« Recherche

Prüfung, ob bei der Entwicklung, Herstellung und der Markteinführung eines neuen Produktes bereits bestehende Schutzrechte Dritter vorhanden sind.

G

Gateway

Komponente (Hard- und/oder Software), welche zwischen zwei Systemen eine Verbindung herstellt.

German Mailgeneering

Claim. MAIL: Unser Kerngeschäft, Ableitung (Herkunft) und Kompetenzbeleg. GENEERING ist die Entwicklung und Veränderung einer DNA, auch einer unternehmerischen, um ihr einen neuen Charakter zu geben (Zukunft). ENGINEERING = Ingenieurskunst (das für die Entwicklung/Veränderung erforderliche Know-how).

H

Hardware Sicherheitsmodul

Externes oder internes Computer-Zubehör zur Ver- und Entschlüsselung sensibler Daten.

Hybrid-Mail Services

Hybrid-Mail Services verwandeln Daten in versandfertige Briefe und umgekehrt.

I

Industrie 4.0

Begriff aus der Hightech-Strategie 2020 der deutschen Bundesregierung, der die vierte industrielle Revolution postuliert. In der Nachfolge von Mechanisierung (Industrie 1.0), Massenproduktion (2.0) und Automatisierung (3.0) regelt in der Industrie 4.0 das »Internet der Dinge« die Produktion.

Infrastrukturabbatt

Der Infrastrukturabbatt ersetzt seit dem 1.1.2018 den Mengenabbatt der Deutschen Post AG. Hierfür müssen besondere Voraussetzungen erfüllt sein, u. a. bei den maschinenlesbaren Freimachungsvermerken.

Intellectual Property

Das Recht am geistigen Eigentum.

IoT

Internet of Things. Das Internet der Dinge in industrieller Anwendung, synonym zu Industrie 4.0.

J

Juconn GmbH

Seit Januar 2019 besitzt FP eine 15%ige Beteiligung an der Juconn GmbH, um Kunden die komplette IoT-Wertschöpfungskette anbieten zu können.

JUMP

ACT-Projekt, welches FP bei der Transformation zu einem agileren, dynamischen Wachstumsunternehmen unterstützt.

K

Konnektivität

Die Fähigkeit von Systemen, eine Verbindung zu anderen Systemen herzustellen.

Kreditfazilität

Gesamtheit aller Kreditmöglichkeiten, die einem Kunden zur Deckung eines Kreditbedarfs bei einer oder mehreren Banken zur Verfügung stehen (zumeist gegen Stellen von Sicherheiten) und die der Kunde nach Bedarf in Anspruch nehmen kann.

Kryptografie

Ursprünglich die Wissenschaft der Verschlüsselung von Informationen. Heute befasst sich Kryptografie darüber hinaus mit der Konzeption, Definition und Konstruktion von Informationssystemen und der Informationssicherheit.

M

Mail Services

Der Produktbereich Mail Services umfasst den Frankierservice – die Abholung unfrankierter Ausgangspost und Übernahme der Frankierung – und den Konsolidierungsservice – die Sortierung nach Postleitzahlen und die Einlieferung bei einem Briefzentrum der Deutschen Post AG oder alternativen Postzustellern. (Sicheres Mail-Business).

P

PKI

Public-Key-Infrastruktur bezeichnet in der Kryptologie ein System, das digitale Zertifikate ausstellen, verteilen und prüfen kann.

PostBase One

Die PostBase One löste im Frühjahr 2016 die CentorMail ab und ist ein neues System der PostBase-Produktfamilie in der oberen Leistungsklasse. Die PostBase One ermöglicht das Frankieren mittlerer und großer Postvolumen.

PostBase Vision

Die PostBase Vision ist die konsequente Weiterentwicklung des 2012 eingeführten PostBase »Classic«-Frankiersystems. Mit einem um über 40% vergrößerten, farbigen und automatisch schwenkbaren Touch-Display, das sich dem Benutzer automatisch anpasst, kann man nun auch Funktionen per Wischgesten steuern, sowie Texteingaben und QR-Codes direkt an der PostBase Vision tätigen.

PostBase100

Die PostBase 100 ist ein System der PostBase-Produktfamilie. Eine Besonderheit ist die dynamische Waage, mit der Kunden Stapel gleichförmiger Mischpost bequem verarbeiten können.

Proof of Concept

Machbarkeitsnachweise.

S

Sale-and-Lease-Back

Verkauf von Vermögensgegenständen, die anschließend auf dem Wege von Miete oder Leasing weiter genutzt werden.

Sensorik

Bei der Sensorik werden äußere und innere Betriebszustände durch Sensoren erfasst, welche durch spezielle Softwareprogramme in die Steuerung von Antriebselementen umgesetzt werden.

Shared Service Center (SSC)

Zusammenfassung der internen Service-Leistungen einer Organisation mit dem Ziel, durch Synergieeffekte höhere Effizienz zu erreichen.

Sichere digitale Kommunikationsprozesse

Zweiter Geschäftsbereich von FP, der sich ausschließlich mit digitalen Produkten, Lösungen und Dienstleistungen beschäftigt (IoT, Secure Gateways, Cloud-Lösungen, Software u.v.m.). Erster Geschäftsbereich: Sicheres Mail-Business (Kerngeschäft rund um die Briefkommunikation. U.a. Frankieren, Kuvertieren, Konsolidierung, Porto-Optimierung, Services).

Sicheres Mail-Business

Erster Geschäftsbereich von FP: Sicheres Mail-Business, d. h. klassisches Kerngeschäft rund um die gesamte Briefkommunikation. U.a. Frankieren, Kuvertieren, Konsolidierung, Porto-Optimierung, Services. Steht neben zweitem Geschäftsbereich von FP (Sichere digitale Kommunikationsprozesse, alles rund um digitale Produkten, Lösungen und Dienstleistungen, wie IoT, Secure Gateways, Cloud-Lösungen, Software u. v. m.).

Signatur

Rechtsverbindliche Unterschrift. Eine elektronische Signatur, auch E-Signatur genannt, kann die handschriftliche Unterschrift ersetzen. FP-Sign ist ein rechtskonformer Dienst zum Unterschreiben digitaler Dokumente.

Signatur (digital, elektronisch)

siehe E-Signatur, FP Sign.

Social Media

Sammelbegriff für Internet-Dienste wie Facebook oder Twitter, die es Nutzern ermöglichen, in Gruppen miteinander zu kommunizieren und Inhalte gemeinschaftlich zu gestalten.

Stärkenkompass

Der Stärkenkompass ist das weltweit erste und einzige digitale Werkzeug zur Sammlung und Visualisierung von Stärken-Feedback. An den Stärkenkompass-Workshops haben mehr als 1.000 FP-Beschäftigte weltweit teilgenommen.

Startup

Neu gegründetes Unternehmen.

Strategic Controller

Strategische Kontrolle wird verwendet, um den Prozess zu beschreiben, der von Unternehmen zur Kontrolle der Erstellung und Ausführung strategischer Pläne verwendet wird.

T

Target Operating Model

Zielbetriebsmodell, welche die Beschreibung des gewünschten Zustands des Betriebsmodells einer Organisation darstellt.

Teilleistungsrabatt

Der Teilleistungsrabatt wird im Rahmen von Teilleistungsverträgen der Deutschen Post gewährt, wenn Briefsendungen in einem Briefzentrum eingeliefert, verarbeitet und konsolidiert werden.

time to PoC

Zeit bis zum Proof of Concept (PoC). Wichtiger Meilenstein in der Projektentwicklung. Grundlage für die weitere Arbeit, indem er das Projektkonzept bestätigt. Er dient so als Entscheidungsbasis für weiteren Projektverlauf und ermöglicht, Risiken zu erkennen und zu minimieren.

Tixi.com

Zukauf des Geschäftsbetriebs des IoT-Spezialisten im Mai 2018.

Transformation (ACT-Strategie)

Entwicklung neuer, digitaler Geschäftsfelder.

Triggering Event

Anlassgebendes Ereignis für einen Wertminderungstest.

Upselling

Bestreben, dem Kunden im nächsten Schritt höherwertige Produkte und Dienstleistungen anzubieten.

Vision

Wir machen unseren Kunden mit unseren innovativen und effizienten Produkten und Dienstleistungen das Leben leichter, schenken ihnen Zeit und damit Freude in ihrem Alltag.

White Spot

»Weisse Flecken«, in der Wirtschaft Marktbereiche, welche noch nicht oder erst wenig von aktuellen Angeboten bedient werden (auch »ungenutztes Marktpotential« oder »Identifikation von Innovationsmöglichkeiten«).

WIFI (WLAN)

Wireless Local Area Network (dt. drahtloses lokales Netzwerk). Lokales Datenübertragungsnetz auf Funkbasis mit kurzer Reichweite. International zumeist als WiFi bezeichnet.

Impressum

Impressum und Anhang

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

Ansprechpartner: Anna Lehmann
Telefon: +49 (0)30 220 660 721
Telefax: +49 (0)30 220 660 425
E-Mail: nachhaltigkeit@francotyp.com
Internet: www.fp-francotyp.com

Vorsitzender des Aufsichtsrats: Klaus Röhrig
Vorstand: Rüdiger Andreas Günther (Vorsitzender),
Patricius de Gruyter, 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

Dem Bericht ist der Nachhaltigkeitsindex der
Francotyp-Postalia Holding AG beigelegt (GRI 102-55).

Er steht als separates Dokument unter
www.fp-francotyp.com/nachhaltigkeitsbericht
zum Download bereit.

Der Einfachheit halber sprechen wir durchgängig von »Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter«, »Investoren«, »Kunden«, »Lieferanten« etc. Gerade im Rahmen des geschlechtsneutralen und diskriminierungsfreien Ansatzes schließen selbstverständlich die vorher genannten Personengruppen alle Geschlechter inkl. LGBTQIA+ (lesbische, schwule, bisexuelle, transsexuelle, transgender, queere, intersexuelle und asexuelle Menschen) ein.

**»Jeder macht jeden Tag
den Unterschied.«**

Jane Goodall