

ACT SUSTAINABLY – Vision und Werte im Einklang.



Willkommen
im zweiten Nachhaltigkeitsbericht

der Francotyp-Postalia
Holding AG,
zum 31. Dezember 2018

Inhalt

- 1. Einleitung 4
 - 1.1 Nachhaltigkeit – Vision und Werte im Einklang 5
 - 1.2 **ACT SUSTAINABLY** – Nachhaltigkeitsstrategie und deren Management 7
 - 1.3 Wir, die Francotyp-Postalia 9
 - 1.4 Unsere **ACT**-Strategie 14
 - 1.5 Klare Ziele für ein dynamisches Wachstum 14
 - 1.6 Konzernstruktur und Unternehmensführung 16
 - 1.7 Stakeholder-Management 18
 - 1.8 Über unseren zweiten Nachhaltigkeitsbericht 20
 - 1.8.1 Berichtsstandards und Berichterstattungsprinzipien 20
 - 1.8.2 Wesentlichkeit der Themen und Bestimmung der Berichtsinhalte 21
 - 1.8.3 Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung 22
- 2. **ACT TO GROW** 23
 - 2.1 Nachhaltiges Wachstum im sicheren Mail-Business und in den sicheren digitalen Kommunikationsprozessen 23
 - 2.1.1 Nachhaltige Unternehmenswertsteigerung 23
 - 2.1.2 Marktanteile 24
 - 2.2 Compliance 25
 - 2.2.1 Informationssicherheit und dessen Management 27
 - 2.2.2 Datenschutz, EU-Datenschutz-Grundverordnung und Datensicherheit 27
 - 2.3 Risiko- und Chancenmanagement 28
 - 2.3.1 Risiken der **FP** 29
 - 2.3.2 Chancen der **FP** 30
- 3. **ACT TO ACCOMPANY** 34
 - 3.1 Forschung, Entwicklung, Innovation 34
 - 3.1.1 F&E im Bereich Sicheres Mail-Business 36
 - 3.1.2 F&E im Bereich Sichere digitale Kommunikationsprozesse 41
 - 3.2 Produktqualität, Produkteffizienz und Produktsicherheit 46
 - 3.2.1 Qualitätsmanagementsystem 48
 - 3.2.2 Kundenservice bei **FP** 49
 - 3.3 Nachhaltigkeit in der Lieferkette 52
- 4. **ACT TOGETHER** 56
 - 4.1 Stärkung nachhaltiger Unternehmensführung und nachhaltiger Unternehmenskultur 58
 - 4.2 Personalentwicklung 59
 - 4.3 Diversity und Frauenquote 62
 - 4.4 Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz 63
 - 4.5 Vereinbarkeit von Beruf und Familie Arbeiten von überall 67
 - 4.6 Gesellschaftliches und soziales Engagement 68
- 5. **ACT TO PROTECT** 73
 - 5.1 Integriertes Managementsystem – Energie- und Umwelt 73
 - 5.2 Ressourcenschutz und Steigerung der Ressourceneffizienz 74
 - 5.2.1 Energie- und Verbrauchsdaten 74
 - 5.2.2 Energieintensität 75
 - 5.2.3 Verringerung des Energieverbrauchs Ausgaben für Einsparungen 75
 - 5.2.4 CO₂-Emissionen – Sparen, wo wir können 75
 - 5.2.5 Abfallbilanz und Abfallarten 77
 - 5.2.6 Gefahrstoffe 77
 - 5.2.7 Wasser 78

1. Einleitung

Liebe Leserin, lieber Leser,

Wir lieben die Herausforderungen des digitalen Zeitalters! Egal ob Künstliche Intelligenz (KI), Internet of Things (IoT), Datensicherheit oder sichere digitale Kommunikationsprozesse: **FP** verwendet die Innovationskraft, welche das Unternehmen seit 1923 in seiner DNA trägt, für die erfolgreiche eigene digitale Transformation und für die seiner Kunden. Wir nutzen aktiv die Chancen dieser Entwicklung, wir gewinnen in Zukunft mit klarer Analyse und gezielter Verbesserung, mit freudiger Entschiedenheit und konzentrierter Tatkraft.

Denn: Zukunft gewinnt, wer an sich glaubt – und von seinen Zielen überzeugt ist.

Und Zukunft gewinnt, wer *nachhaltig* denkt und, vor allem: *handelt*.

Doch »Nachhaltigkeit« ist mehr als allein wirtschaftlicher Erfolg. Nachhaltigkeit meint die Verantwortung für unser ökonomisches und ökologisches und soziales Handeln. Beschlüsse und Taten, die das Siegel nachhaltig tragen wollen, müssen die Fragen nach ihren Konsequenzen im Sinne einer enkelfähigen Zukunft unter diesen drei Aspekten beantworten können. Das ist nicht immer einfach und die Strecke ist morgen nicht zu Ende. Aber das ist die Strecke, die auch wir weiterhin gehen werden – mit Verantwortung und Respekt nach innen und außen. Wir sind uns dieser Verantwortung gegenüber unserer Vielzahl an Stakeholdern bewusst und nehmen sie für den Erhalt unseres Unternehmens, unserer Umwelt und unserer Gesellschaft wahr.

Viele unserer Kolleginnen und Kollegen nehmen beispielsweise soziale Verantwortung ganz persönlich und engagieren sich für andere Menschen, Menschen, denen es schlechter geht als uns. Das unterstützen wir gern, denn auch dieser Einsatz für Andere zeigt, was zwei unserer Kernwerte, nämlich Leidenschaft und Teamplay, vermögen: Sie versetzen Berge, sie machen scheinbar Unmögliches möglich. Leidenschaft und Teamplay, getrieben von einer Idee, einer Vision, verändern die Welt. Allen Kolleginnen und Kollegen, die sich derart engagieren, gilt an dieser Stelle unser herzlicher Dank für ihr menschlich so vorbildliches und wertvolles Handeln.

Nachhaltiges Wachstum – im Einklang mit unserer Vision und unseren Werten – ist Teil unserer Verantwortung als Konzern mit mittelständischem Charakter. Wir handeln in steter Verantwortung für Mensch und Umwelt. Wir sehen uns als **FP** in der Pflicht, einen aktiven Beitrag für den Schutz und die Erhaltung der Natur zu leisten und das Gemeinwohl zu stärken. Begleiten Sie uns auf diesem Weg und auf den folgenden Seiten.

Von dem, was wir in den zurückliegenden Monaten nachhaltig geschaffen und wie wir dabei gehandelt haben, berichten wir auf den folgenden Seiten.

**Wir freuen uns auf Ihre Anmerkungen und Hinweise, auf Vorschläge und Kritik:
Denn gut machen ist ein Schritt, besser machen, immer besser machen, unser Weg.**

Ihr
Rüdiger Andreas Günther (GRI 102-14)



1.1 Nachhaltigkeit – Vision und Werte im Einklang ACT SUSTAINABLY

FP: Seit 96 Jahren schreiben wir Zukunft. 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, mit welchen Ideen und Missionen wir unseren Platz nachhaltig in den Märkten dieser Welt finden und besetzen wollen.

Das nennt man eine Vision, eine Vision, die ein erreichbares Ziel ist. Denn nur mit einem Ziel gibt es erfolgreiche Motivation – und erfolgreiche Motivation gibt die Kräfte, die es braucht um nachhaltig zu wachsen und 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 **ACT** an uns stellt und den Zielen, die wir mit **ACT** verfolgen, haben wir uns im vergangenen Jahr mit unserer Vision, unseren Werten und einem weltweit verbindlichen sowie einheitlichen Markenclaim neu ausgerichtet. Dazu haben wir 134 Marktforschungsstudien ausgewertet, mehr als 1.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben in zehn Ländern und in sechs Sprachen am **Stärkenkompass** teilgenommen und dabei wertvolle Hinweise gegeben. In zahlreichen Gesprächen und Abstimmungsrunden konnten wir den gesammelten Input, die Erfahrungen und die Erkenntnisse zu unserem neuen Claim und Nutzenversprechen verdichten. Dieser Claim heißt: »German Mailgeneering«

So lautet unser Selbstverständnis und unser Versprechen dem Markt und unseren **Stakeholdern** gegenüber. Der Claim fasst die rasche Entwicklung zusammen, die wir derzeit durchlaufen:

»GENEERING« ist die 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 deutscher 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 und 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 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 eine intensivere Zusammenarbeit. Darauf bauen wir auch in unserer Wachstumsstrategie **ACT**: Wir gewinnen Marktanteile in unserem Kerngeschäft. Wir begleiten unsere Kunden von der analogen in die digitale Welt. Wir wandeln uns zu einem dynamischen Wachstumsunternehmen.

Für den Wandel und unsere Vision bedarf es Werte, Werte die uns als Maxime im täglichen Handeln dienen und 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 der **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** treibt uns an. 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 technische Innovation. 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 unser nachhaltiges Handeln und derer Strategie: **ACT SUSTAINABLY**.



1.2 ACT SUSTAINABLY – Nachhaltigkeitsstrategie und deren Management Organisation der Vernunft (GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3)

Trotz dieser bereits vorhandenen Strukturen haben wir uns im Rahmen von **ACT** vorgenommen, die Nachhaltigkeit unseres Unternehmens noch intensiver voranzutreiben. Die Schlüsselfrage lautet: Lassen sich unsere ehrgeizigen ökonomischen Wachstumsziele mit diesem Anspruch verbinden? Wir haben uns einige Gedanken zu dem Thema gemacht und mit **ACT SUSTAINABLY** unsere Nachhaltigkeitsstrategie entworfen, die diese Frage beantwortet. Achtung, jetzt wird es ein wenig strategisch:

Nachhaltiges Wirtschaften ist uns dabei eine ethische, aber auch eine ökonomische Verpflichtung. Ressourcenverschwendung ärgert Buchhalter bekanntlich ebenso wie Umweltschützer. 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. Diese Struktur bestimmt zugleich auch den Aufbau dieses Berichts.

Zielscheibe als Wegweiser

In der Mitte befindet sich unsere Vision: **FP** als nachhaltig gewachsenes Unternehmen in 2023. Vorwärtsbewegt und vorangekommen in den **drei Dimensionen**, die Nachhaltigkeit für uns ausmachen: Ökonomie, Ökologie und Soziales. Diese bilden den inneren Kreis. Um diese Bewegung zu bewirken, haben wir **vier Leitziele** definiert, die im mittleren Kreis gruppiert sind. Sie beruhen jeweils auf unseren **sechs Kernwerten** im äußeren Kreis. 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 beispielsweise 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, zukunftssicheres Produktportfolio, das etwaigen Vorgaben durch Gesetze und Normen möglichst stets voraus ist. Bei der Beschaffung und Lieferantenbewertung liegt für uns die oberste 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.

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

Ein offenes System

ACT SUSTAINABLY ist kein Masterplan, der minuziös eingehalten werden muss, um das Ziel 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 in laufender Fahrt 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 14 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 mittlerweile 14 Jahren, von 2004 bis 2018, haben wir die Integrierten Managementsysteme unserer deutschen Standorte zertifiziert und weiterentwickelt, die unter anderem die Aspekte Sicherheit und Gesundheit bei der Arbeit, Umwelt, Energie, Qualität und Informationssicherheit erfassen.

Zu deren wichtigen Faktoren zählen:

- Geregelt, 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, BS OHSAS 18001:2007, ISO 50001:2011, 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 Francotyp-Postalia Holding AG für die deutschen Standorte berufen wurde. Ihm obliegt die Aufgabe, First und Second Party Audits, Ergebnismeldungen und Feststellungen nach qualitativen, energetischen sowie umwelt-, arbeits- und informations-sicherheitsrelevanten Anforderungen zu überwachen.



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

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.

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 Systemaspekte, 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.

Kleine Auszeichnung für unseren ersten Nachhaltigkeitsbericht – wir sind unter den TOP 40

Im vergangenen Jahr haben wir unseren ersten Nachhaltigkeitsbericht »Verantwortlich handeln – Nachhaltig wachsen« bei dem bundesweiten Ranking der Nachhaltigkeitsberichte für kleine und mittelständischen Unternehmen¹ (KMU) eingereicht. Seit 1994 führen das Institut für

ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) und der future e.V. ein Ranking der Nachhaltigkeitsberichte für Großunternehmen und KMU durch. Insgesamt gibt es 120 Berichte von kleinen und mittelständischen Unternehmen, wobei ca. 70 Berichte im vergangenen Jahr beim Ranking der Nachhaltigkeitsberichte eingereicht worden sind. Aufgrund der Vielzahl an eingereichten Berichten wurde im Rahmen eines Screening eine Beschränkung der teilnehmenden Unternehmen vorgenommen. Im August vergangenen Jahres erhielten wir die Rückmeldung, dass wir zu den vierzig ausgewählten Nachhaltigkeitsberichten gehören, die einem detaillierten Bewertungsverfahren unterzogen worden sind.

Die drei besten Nachhaltigkeitsberichte deutscher KMU wurden im Februar 2019 ausgezeichnet, die TOP 10 Berichte werden mit den Punktbewertungen veröffentlicht. Über die TOP 10 Berichte hinaus werden keine differenzierten Aussagen über die Qualitätseinschätzung vorgenommen.

1.3 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 96-jährige 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).

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 (**Hybrid-Mail Services**) und digitalen Lösungen (**Hard- und Softwarelösungen**) für Unternehmen und Behörden (GRI 102-2).

In Deutschland unterhalten wir insgesamt 19 Standorte (Vorjahr: 22). Der weltweite Vertrieb unserer Frankier- und Kuvertiersysteme erfolgt über Tochtergesellschaften in Großbritannien, Frankreich, den Niederlanden, Belgien, Österreich, Italien, Schweden, Kanada und den USA, sowie 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, seit Januar 2018 erweitert um die Zentralwerkstatt für Deutschland sowie unser Service

Parts Center für den Versand von Verbrauchsmaterialien und Ersatzteilen, um deren schnelle und zügige Lieferung noch effektiver zu gewährleisten.

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. 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 viele 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 einem Briefzentrum der Deutschen Post AG oder alternativen Postzustellern. Mit acht Sortierzentren im Bundesgebiet ist **FP** der führende unabhängige 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-Lösungen

Unsere **Hybrid-Mail Services** verwandeln Daten in versandfertige Briefe– und umgekehrt: Mit **FP Input** übernehmen wir die strukturierte Posteingangsverarbeitung der gesamten eingehenden Post inklusive digitaler Ablage der eingescannten Dokumente; bei **FP Output** 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.

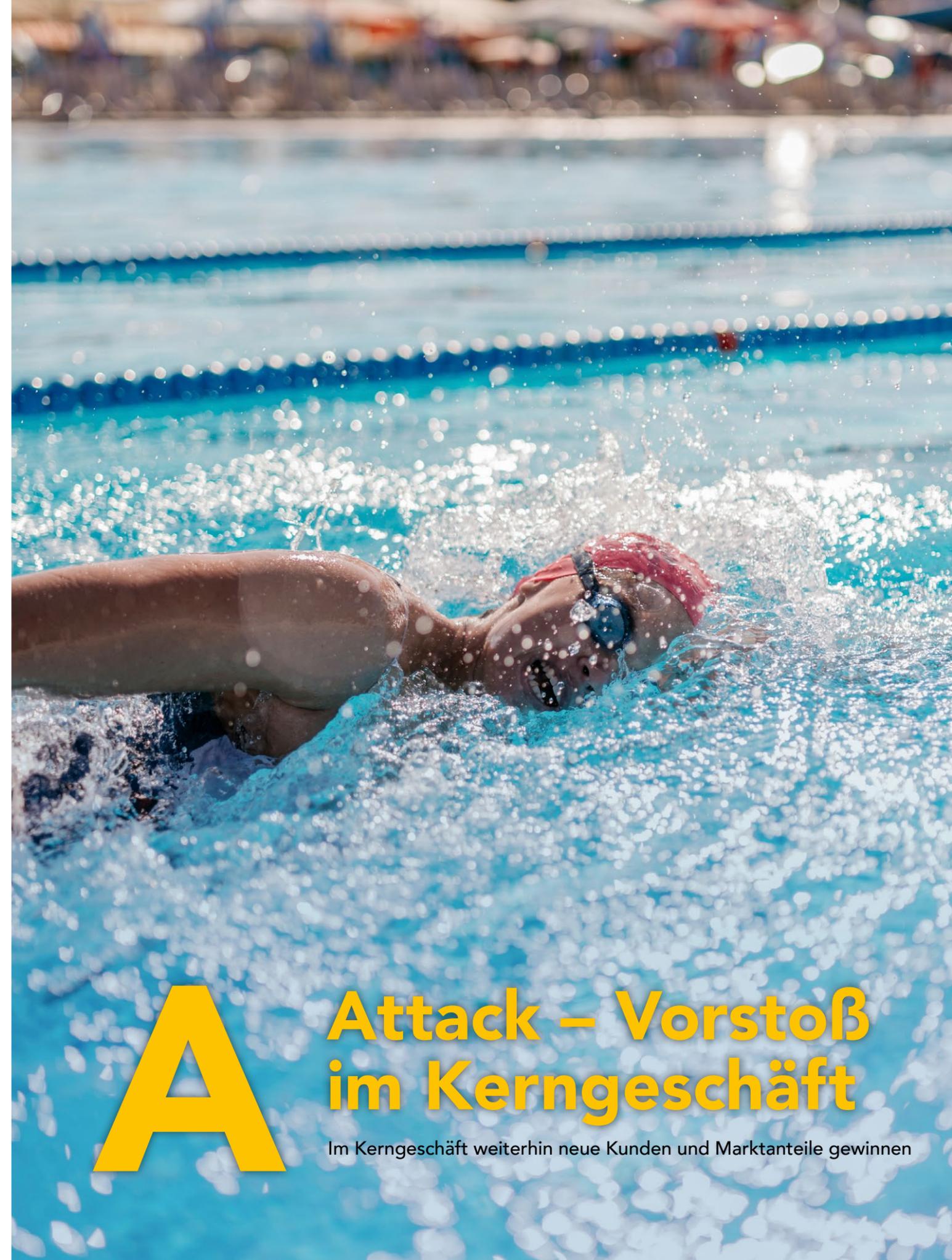
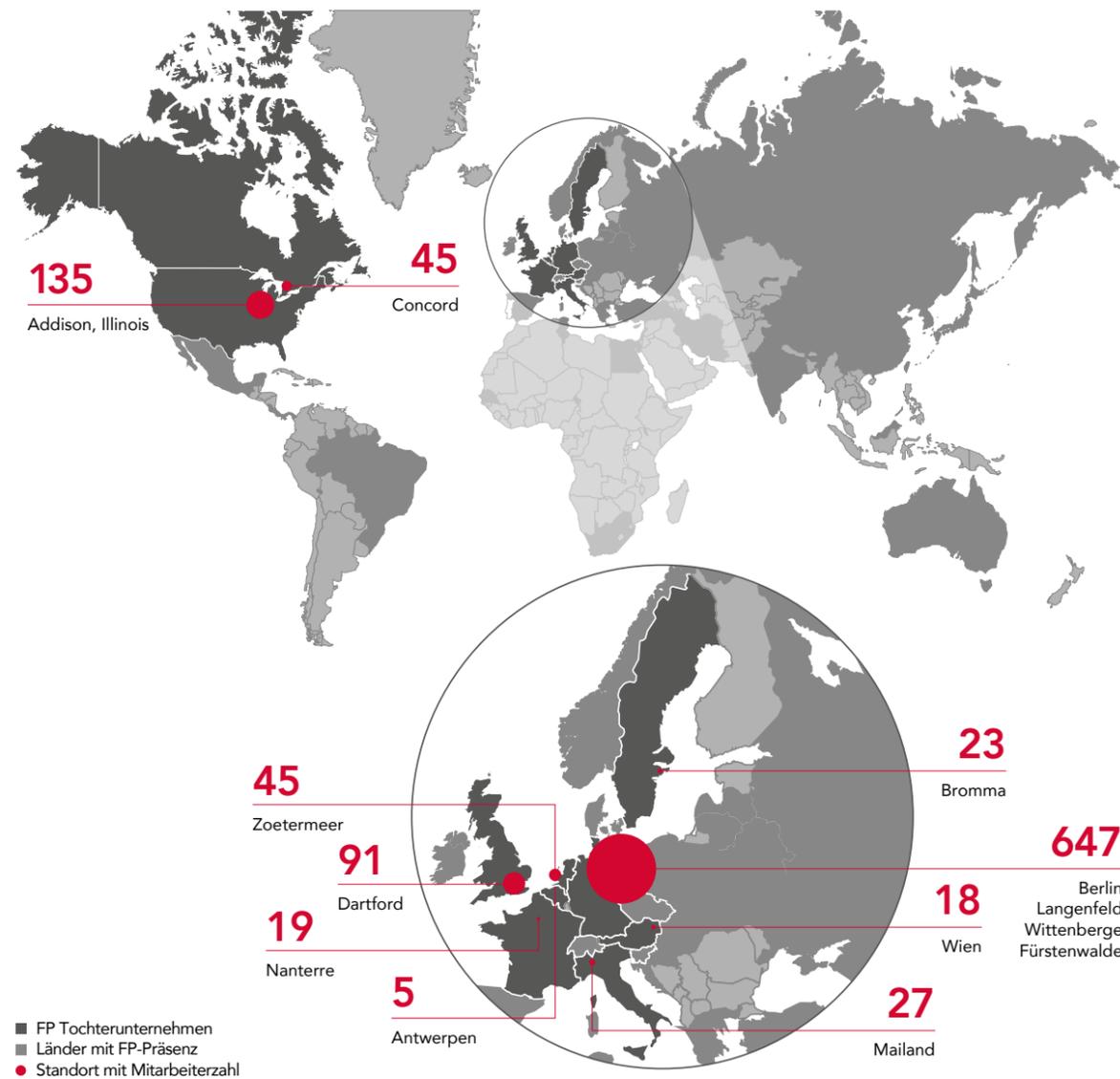
Zur sicheren vollen digitalen Kommunikation bieten wir Produkte zur Langzeitspeicherung sowie zur Absicherung elektronischer Dokumente durch Verschlüsselungs- und Signatursoftware. Zukunftsweisend ist in diesem Bereich das Produkt **FP Sign**, eine cloudbasierte Lösung für den rechtssicheren digitalen Abschluss und Austausch von Verträgen und Dokumenten, die bei mittelständischen Unternehmen, aber auch durch Vertriebspartnerschaften mit Anbietern von Unternehmenssoftware auf den Markt

gebracht wird. 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**, ab Mitte 2019, beginnend in den USA und in Deutschland), Webshop-Angebote oder die Möglichkeit, unsere Hybrid-Mail Services zu nutzen.

Internet of Things

Wenig bekannt ist, dass **FP** zu Deutschlands IoT-Pionieren gehört. 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. Durch den Erwerb des Geschäftsbetriebs des Berliner IoT-Spezialisten Tixi.com haben wir diese Kompetenz erweitert und einen gemeinsamen Vertrieb aufgebaut. Kunden nutzen die Gateways zur sicheren Übertragung von Daten ihrer verteilten Geräte und Maschinen auf eigene oder Cloud-Server zur zentralen Auswertung und Steuerung.

UNSERE STANDORTE WELTWEIT



A

Attack – Vorstoß im Kerngeschäft

Im Kerngeschäft weiterhin neue Kunden und Marktanteile gewinnen

C

Customer – das Kundenpotenzial nutzen

Unsere Kunden auf ihrem Weg ins digitale Zeitalter begleiten



T

Transformation – Verwandlung durch Technologie

IoT-Megamärkte durchdringen



1.4 Unsere ACT-Strategie Drei Ausrufezeichen

Um zu verstehen, woher **FP** seine heutige Dynamik nimmt, lassen Sie uns einleitend ein paar Worte über **ACT** verlieren. **ACT** ist die Strategie, die uns bis in das Jahr 2023 führt, das 100. Gründungsjahr des Unternehmens. 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. 2018 haben wir im Rahmen unseres **ACT-Projekts JUMP** begonnen, unseren internationalen Vertrieb zu transformieren, der künftig in **drei großen Vertriebsregionen** unter einheitlicher Leitung zusammengefasst wird.

Wir entwickeln innovative Produkte und Services, wie die neue **PostBase Vision**, die ab Mitte des Geschäftsjahres 2019 in den Markt eingeführt wird.

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 entwickelt sich 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**, ab Mitte 2019, beginnend in den USA und in Deutschland), Webshop-Angebote oder die Möglichkeit, unsere **Hybrid-Mail Services** und unsere Signaturlösung (**FP Sign**) zu nutzen.

Mit **FP Sign** erobern wir 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).

Und: Weitere Innovationen sind in Vorbereitung!

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 Portobetragen aufgebaut: Fast 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 bi-direktionale 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. Im Verlauf des Geschäftsjahres 2018 hat **FP** damit begonnen, IoT-Gateways zur hochsicheren Datenübertragung zu vermarkten. Damit erschließen sich uns völlig neue Absatzmärkte und Kundenkreise.

1.5 Klare Ziele für ein dynamisches Wachstum JUMP – der Sprung in die Zukunft

Mit der **ACT-Strategie** verfolgen wir ehrgeizige Ziele: Bis 2023 wollen wir unseren Umsatz auf rund 400 Millionen Euro verdoppeln und eine EBITDA-Marge von ca. 20% erzielen. Schon im Geschäftsjahr 2020 plant **FP**, einen Umsatz von rund 250 Millionen Euro bei einer EBITDA-Marge von mindestens 17% zu erwirtschaften. Zur Realisierung dieser Vorgaben transformiert sich **FP** derzeit mittels des **JUMP-Projekts** zu einem agileren, dynamischen Wachstumsunternehmen und vereint dabei die Vorteile aus Traditionsunternehmen und Start-up.

Wir konzentrieren uns auf unsere Stärken: Das, was uns bisher erfolgreich gemacht hat – und das, was uns in Zukunft erfolgreich machen wird. Dazu vereinfachen wir unsere Verwaltung und machen sie schlanker. Und stärken das strategische Vorausdenken und unsere digitale

Aufstellung. Für einen noch besseren Service für unsere Kunden und weitere 100 erfolgreiche Jahre!

Wir sind absprungebereit für JUMP und schon auf dem Weg nach oben. Unsere Wachstumshebel:

- Effizienz, Geschwindigkeit und Qualität.
- Spezialisierung unserer Unternehmenszentrale am Standort Berlin.
- Konzentration der Regionalorganisationen auf Marketing, Sales & Service.
- Shared Service Center für administrativ-transaktionale Aufgaben.

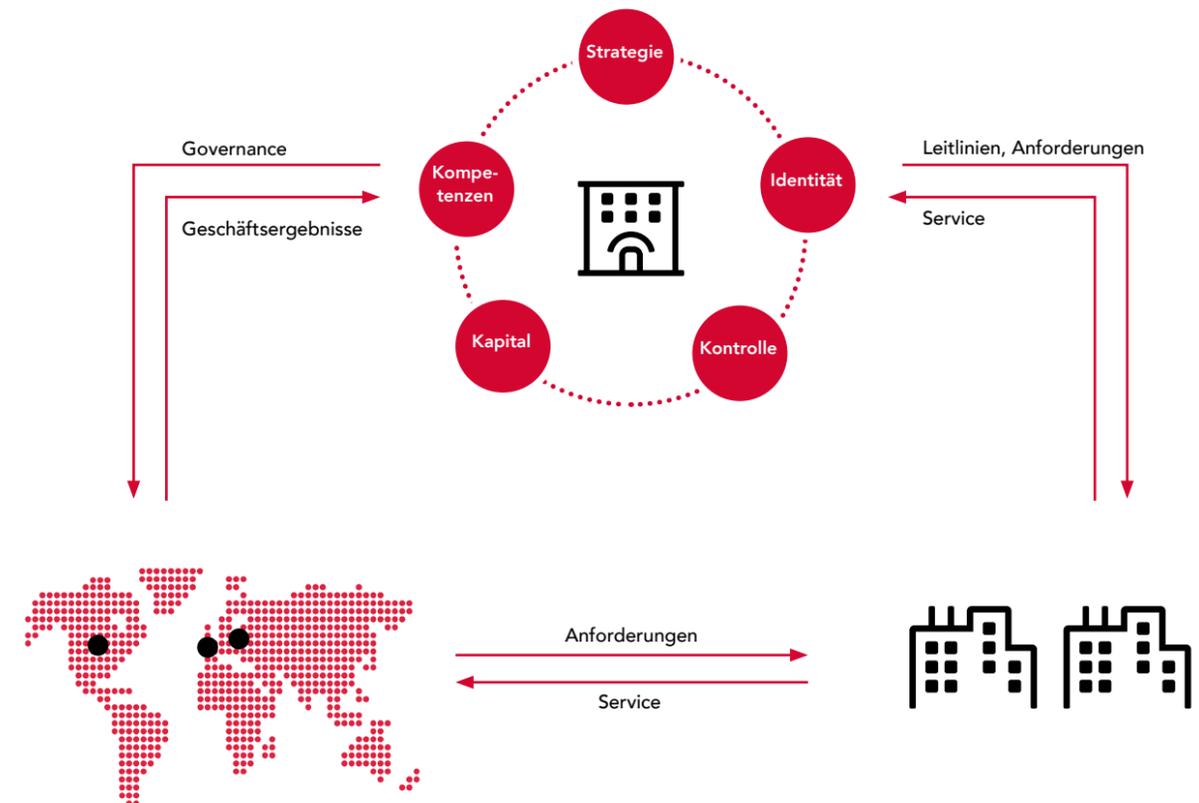
- Neue, einheitliche Prozesse, Systeme und Verantwortlichkeiten.

Um die globale Schlagkraft der **FP-Gruppe** zu verstärken, optimieren wir unsere Struktur und Organisation nach einem neu festgelegten Target Operating Model, 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.

UNSERE BRÜCKE ZWISCHEN STRATEGIE UND UMSETZUNG



Vertriebsregionen/Länder
Klare Schwerpunktsetzung auf Marketing, Vertrieb und Kundendienst in den jeweiligen Gebieten

Hauptsitz
Strategie und Führung, zentrale Governance

Shared Service Center (SSC)
Service (Verwaltungsservice, prozessorientierte Dienste) für die Vertriebsregionen/Länder und den Hauptsitz

- 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.

Die Führungsebene im internationalen Vertrieb wird 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). **FP** wird durch den Ausbau wichtiger strategischer und Unterstützungsfunktionen gestärkt, konzernweit werden Synergien gehoben und Effizienzvorteile erzielt.

Die Vorgaben der **ACT**-Strategie basieren auf der Annahme, dass die Ziele für das Geschäftsjahr 2020 im Wesentlichen ohne Akquisitionen zu erreichen sind. Gleichwohl prüfen wir sorgfältig Chancen zur Erweiterung des Geschäfts durch Zukäufe oder Beteiligungen. Vor diesem Hintergrund hat der **FP**-Konzern im Geschäftsjahr 2018 die Geschäftsbetriebe des Berliner IoT-Spezialisten Tixi.com sowie eines Online-Händlers für Frankiermaschinenzubehör in den USA übernommen. Seit Januar 2019 sind wir eine 15%ige Beteiligung an der Juconn GmbH eingegangen, um Kunden die komplette IoT-Wertschöpfungskette anbieten zu können.

1.6 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.

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.

Aufsichtsrat und Vorstand

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).

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.

Zum 1. Juni 2018 ist Patricius de Gruyter neu in den Vorstand der **Francotyp-Postalia Holding AG** eingetreten. Patricius de Gruyter verantwortet seit diesem Zeitpunkt alle nationalen und internationalen Vertriebs- und Marketingaktivitäten bei **FP** und hat Thomas Grethe abgelöst. Nach über fünfjähriger erfolgreicher Tätigkeit als Vorstand für Vertrieb und Marketing hat Thomas Grethe sich entschieden, seinen Ende Juni 2018 turnusmäßig auslaufenden Vertrag nicht weiter zu verlängern und sich neuen Projekten zuzuwenden.

Im Zuge der Umsetzung des **ACT-Projekts JUMP** hat der Aufsichtsrat mit Beschluss vom 10. August 2018 den Geschäftsverteilungsplan des Vorstands neu definiert (GRI 102-18).

UNSERE ZUKÜNFTIGE 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 Strategie

Rüdiger Andreas Günther, Vorstandsvorsitzender (CEO) und Finanzvorstand (CFO) der **FP**, verantwortet die konzernweite strategische Geschäftsentwicklung, Corporate Communications, Investor Relations, Public Relations, Finanzen, Rechnungswesen, Accounting, Controlling, Steuer, Treasury, Personal, Recht, Compliance, Internal Audit sowie Merger & Acquisition.

Der Vermarkter

Patricius de Gruyter verantwortet als Vorstand (CSO) das Geschäftsfeld Frankieren und Kuvertieren sowie das Geschäftsfeld der digitalen (mit Ausnahme IoT) bzw. hybriden Produkte in den neuen Vertriebsregionen, Product- und Business Development, globales Marketing/Brand Management sowie die Kompetenz-Center.

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.

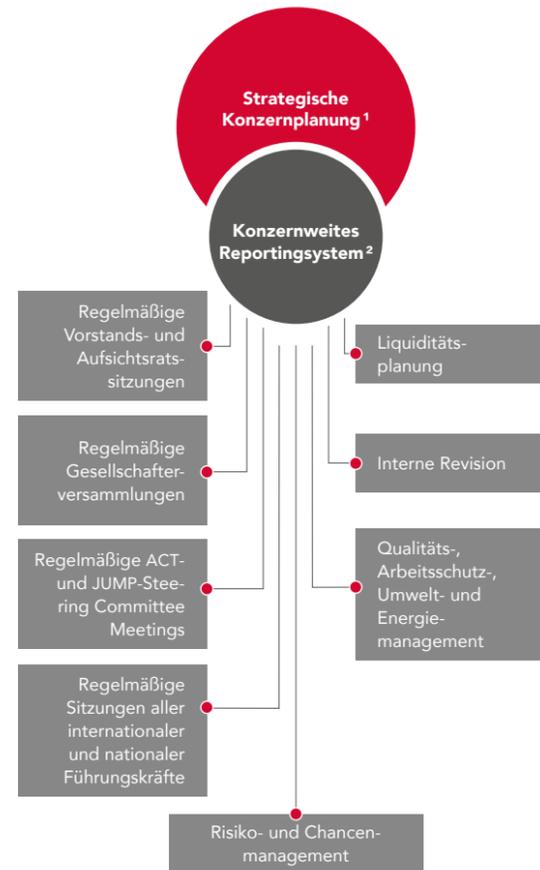
Das Executive Committee

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

Aufgaben und Verantwortung

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 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.



1) Umfasst 3 Jahre, wird jährlich im Budgetprozess angepasst, ggf. auch unterjährig.
 2) Monatlich über Ertrags-, Finanz- und Vermögenslage

Nachhaltigkeitsziele für den Vorstand

Ausführliche Details zur Corporate Governance sowie zu den, für die Vorstände individuell geregelten, Nachhaltigkeitszielen (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.

Wesentliche Kennzahlen

FP hat im vergangenen Geschäftsjahr einen Konzernumsatz von *204,2 Millionen Euro* bei einem EBITDA von *17,1 Millionen Euro* erwirtschaftet (GRI 201-1).

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 Verände-

rungen 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).

**1.7 Stakeholder-Management
Den Anspruchsgruppen gerecht werden**

Mit unserer Wachstumsstrategie **ACT** haben wir die Bedürfnisse und Erwartungen unserer Stakeholder 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 kontinuierlichen 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 – hierbei unterstützt uns das **ACT-Projekt JUMP**.

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 einen engen Kontakt zu unseren Aktionären und dem Kapitalmarkt und führen einen transparenten Dialog mit ihnen. In der jährlichen Hauptversammlung, die durch den Vorstand einberufen wird, nehmen die Aktionäre der **FP** ihre Stimm- und Kontrollrechte wahr. Sie 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. Wir veröffentlichen die für die Hauptversammlung verlangten Unterlagen zusammen mit der Tagesordnung für die Aktionäre leicht zugänglich auf unserer Internetseite. Im gleichen Zuge werden die Unterlagen den Aktionären durch ihre Banken direkt übermittelt, wobei die Satzung die Möglichkeit einer Briefwahl nicht vorsieht.

Gesetzgeber und Organisationen

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 Competence

Center für die Elektronische Signatur im Gesundheitswesen e.V. unterstützen wir wichtige Themen, die für unsere Geschäftstätigkeit relevant sind. Mit der Unterstützung des Stifterverbands für die Deutsche Wissenschaft 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 (GRI 102-12, GRI 102-13).

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 zu unseren Investoren und 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 zweiten Nachhaltigkeitsbericht – Wir nehmen weiter Fahrt auf

2017 haben wir im Rahmen von ACT 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 diskutiert (GRI 102-20, GRI 102-21, GRI 102-27, GRI 102-32, GRI 102-33).

1.8.1 Berichtsstandards und Berichterstattungsprinzipien – Alles streng nach GRI

Um die Nachhaltigkeitsberichterstattung auf allen Ebenen vergleichbar und für die kommenden Jahre weiterhin verlässlich zu gestalten, haben wir uns bei unserem ersten Nachhaltigkeitsbericht zum 31. Dezember 2017 entschie-

den (GRI 102-51) nach den G4-Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI) zu berichten. Ab 2018, entsprechend für den Berichtszeitraum vom 1. Januar 2018 bis 31. Dezember 2018, richten wir uns nach den gültigen Sustainability Reporting Standards (SRS) der GRI. Unsere Berichterstattung erfolgt jährlich (GRI 102-50, GRI 102-52).

Die GRI hat einen umfassenden Rahmen für eine vergleichbare Nachhaltigkeitsberichterstattung erarbeitet, der weltweit Anwendung findet². Darauf verweisen die in Klammern gesetzten Anmerkungen hin.

Wir berichten gemäß der Übereinstimmungsoption »Kern« (GRI 102-54). Eine externe Prüfung des Berichts durch eine Wirtschaftsprüfungsgesellschaft oder einer anderen Institution wurde nicht vorgenommen (GRI 102-56). Entsprechend § 171 Aktiengesetz wurde der 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, trotz der Akquisition des IoT-Spezialisten Tixi.com und der 15% Beteiligung an der Juconn GmbH, nicht (GRI 102-48).

Unserem Nachhaltigkeitsbericht ist der GRI-Index beige-fügt, welcher separat unter <https://www.fp-francotyp.com/nachhaltigkeitsbericht> abgerufen werden kann (GRI 102-55).

1.8.2 Wesentlichkeit der Themen und Bestimmung der Berichtsinhalte – Was zählt wirklich?

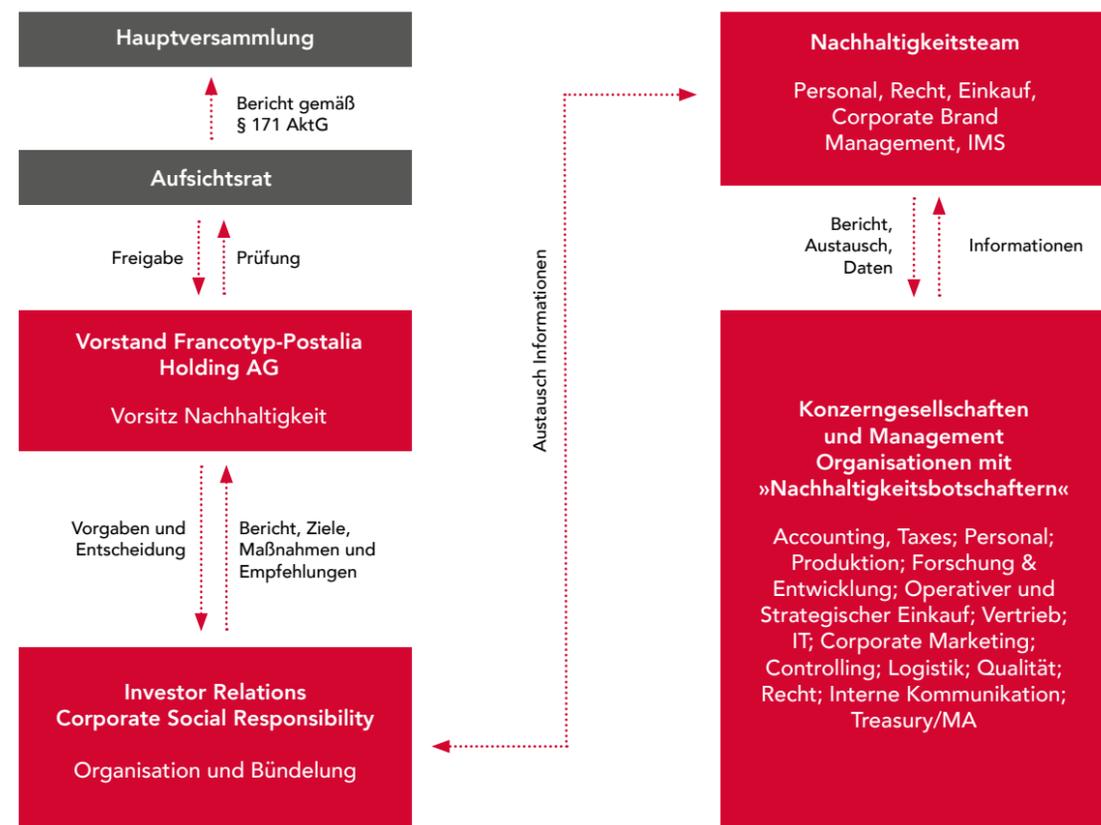
Nach der Gründung unseres Nachhaltigkeitsteams im Jahr 2017 fanden zur Bestimmung der Wesentlichkeiten sowie der Berichtsinhalte verschiedene intensive Diskussionsrunden im Jahr 2018 statt. Unter Berücksichtigung der Interessen unserer Stakeholder und unserer gesellschaftlichen Verantwortung analysierten wir 2018 insgesamt 62 verschiedene Themen (Vorjahr: 54 Themen) aus

den Bereichen Unternehmen, Kunden, Mitarbeiter, Produkte, Umwelt und Gesellschaft (GRI 102-46, GRI 102-47).

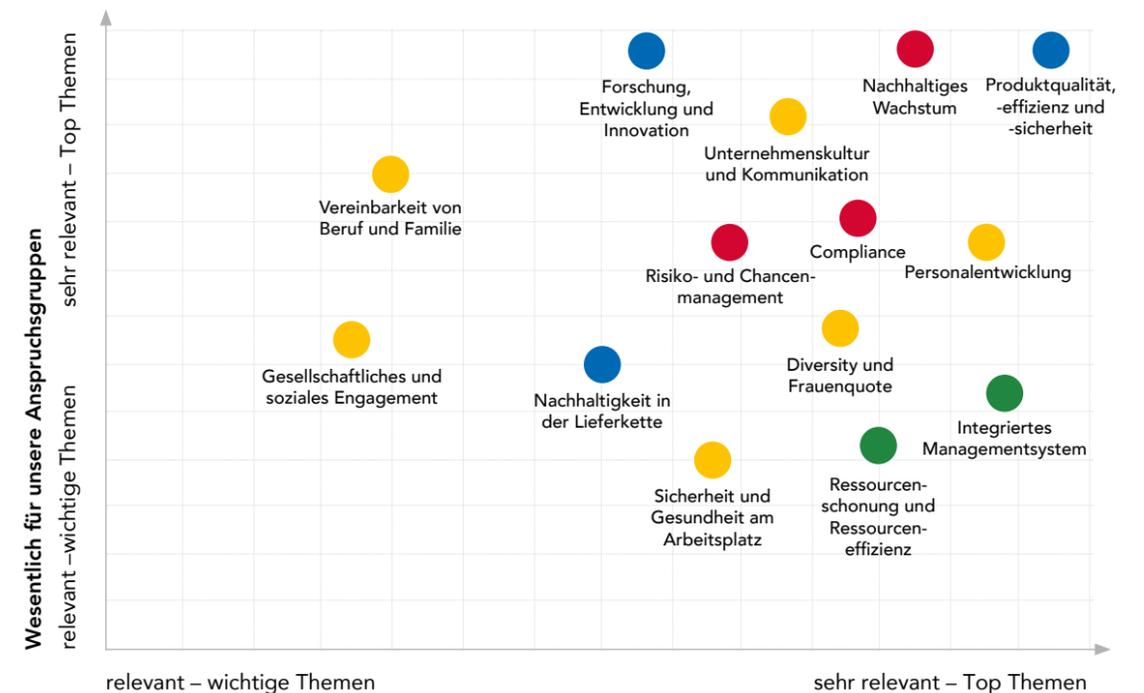
Hierbei betrachteten wir insbesondere die Aspekte der eigenen Geschäftstätigkeit, die wesentlich auf die Nachhaltigkeit einwirken. Dabei wurden ökonomische, ökologische und soziale Auswirkungen unseres Unternehmens auf die jeweiligen Aspekte ausführlich diskutiert und klassifiziert. Signifikante Änderungen 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 eben diese Themen werden wir in den fol-

STRUKTURELLE ORDNUNG IN DER BERICHTSKETTE



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

² <https://www.globalreporting.org>

genden Kapiteln umfassend berichten. Weiterhin geben sie die Struktur unseres Berichts vor (GRI 102-44).

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

1.8.3 Zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung

Mit dem Inkrafttreten des CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetzes (CSR-RUG) 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 2018 ist die gesonderte und zusammengefasste nichtfinanzielle Erklärung 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 gemäß CSR-Richtlinie-Umsetzungsgesetz alle wesentlichen Informationen zu Umwelt-, Arbeitnehmer- und Sozialbelangen. Weiterhin berichten wir über die Achtung der Menschenrechte sowie die 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 den sicheren digitalen Kommunikationsprozessen (GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3)

Unsere Zukunft kommt aus unserer Geschichte. Der Geschichte eines nunmehr 96-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.

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.

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 primär und 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 und den Verlauf 2018

Unsere Aktie startete mit einem Kurs von 4,74 Euro in das Börsenjahr 2018 und erreichte zwei Tage später ihren Jahreshöchststand von 4,94 Euro. In den darauffolgenden Monaten verlor der Kurs an Stärke. Er tendierte nach der Vorlage der Halbjahreszahlen für einige Monate seitwärts, bevor er im Zeichen der schwierigen allgemeinen Marktlage im Herbst nochmals unter Druck geriet. Am 27. Dezember erreichte die **FP**-Aktie ihr Jahrestief bei 2,97 Euro. Sie beendete das Jahr 2018 mit einem Jahresschlusskurs von 3,00 Euro. Zu Beginn des Jahres war die Kursentwicklung dann wieder positiv. Die Aktie stieg im Januar 2019 um knapp 20 % und lag zum Monatsende bei 3,56 Euro.

Eine abwartende Haltung einiger Investoren hinsichtlich der Bewertung der Erfolgseintrittswahrscheinlichkeit der grundlegenden Konzerntransformation **JUMP** (während des »laufenden Geschäfts« und innerhalb kürzester Zeit) sowie die Erwartung mancher Investoren auf noch schnellere Erfolge führten dazu, dass einzelne Aktionäre im Jahresverlauf aus der Aktie ausgestiegen sind. Allgemeine Kapitalmarktunsicherheiten gegen Ende des Jahres 2018 belasteten zusätzlich den Kurs. Wir sind mit der Entwicklung des Aktienkurses nicht zufrieden.

Die die **FP**-Aktie betreuenden Aktienanalysten teilen die Skepsis jener Investoren jedoch nicht, sehen Potenzial und raten zum Kauf der **FP**-Aktie. Auch neue Investoren sind von der **ACT**-Strategie überzeugt und haben in 2018 ihre Positionen auf- bzw. ausgebaut. Die aktuelle Aktionärsbasis wird auch zukünftig weiter ausgebaut. 2018 fanden bereits viele Gespräche mit Value-Investoren statt, die sich verstärkt für die Aktie interessieren. Die Fortsetzung sowie die weitere Beschleunigung der begonnenen Transformation **JUMP** und substanzielle Erfolge auf den neuen digitalen Geschäftsfeldern werden die Basis für den Einstieg weiterer Investoren sein. Die Investoren erkennen zunehmend, dass die **ACT**-Strategie neue Perspektiven eröffnet.

Verstärkte Investor Relations-Aktivitäten, die konsequente Fortführung der **ACT**-Strategie sowie erste Erfolge in den neuen digitalen Geschäften führten im Geschäftsjahr 2018 zu einem aktiveren Börsenhandel mit **FP**-Aktien als im Vorjahr. Durchschnittlich wurden auf der Xetra-Plattform fast 36.000 **FP**-Aktien pro Tag gehandelt. Das entspricht nahezu einem Anstieg von 50 % im Vergleich zum Vorjahr; der Höchstwert wurde kurz vor Bekanntgabe der Halbjahreszahlen am 20. August 2018 mit mehr als 270.000 Stück an einem einzigen Handelstag erreicht.

2018 haben wir unsere Ziele für Umsatz und EBITDA erreicht, für den bereinigten Free Cashflow übertroffen. So konnten wir bereits im zwölften Quartal in Folge den Umsatz im Kerngeschäft im Vergleich zu den größeren Wettbewerbern erfolgreich steigern.

Mit der Wachstumsstrategie **ACT** und tiefgreifenden Maßnahmen zur Steigerung der Profitabilität, die **FP** konsequent umsetzt, wird auch eine nachhaltige Steigerung des Unternehmenswerts erzielt. Das Unternehmen entfaltet 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 bei der Zusammenarbeit von Vorstand und Aufsichtsrat. In regelmäßigen Abständen erörtern diese Gremien den Stand der abgestimmten strategischen Ausrichtung des Unternehmens. Über alle für das Unternehmen relevante Fragen der Planung, der Geschäftsentwicklung, der Risikolage, des Risikomanagements, der internen Rechnungslegung und der Compliance informiert der Vorstand den Aufsichtsrat regelmäßig. Der Vorstand berichtet über eventuelle Abweichungen des Geschäftsverlaufs von den aufgestellten Plänen und Zielen, begründet sie und stellt Gegenmaßnahmen vor. 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 nachhaltig vergrößern werden. Wir werden in den weltweit attraktivsten Märkten USA und Frankreich unsere Aktivitäten deutlich verstärken. Wir bieten eine Vielzahl innovativer Produkte, die für Unternehmen und Behörden gleicher-

maßen interessant sind. Unser Produktportfolio deckt die Bedürfnisse unserer Kunden umfassend ab.

Mit insgesamt rund 218.000 installierten Frankiersystemen verbesserte sich unser globaler Marktanteil seit Anfang 2016 von 10% auf mehr als 11,5%; damit ist FP weltweit weiterhin der drittgrößte Anbieter. In Deutschland und Österreich sind wir mit einem Marktanteil von rund 42% bzw. 47% 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 wird die Vertriebsstruktur derzeit neu aufgestellt. Künftig erfolgt der weltweite Vertrieb in drei Regionen: North America, Central Region (Deutschland, Österreich und die Schweiz) sowie Middle Europe (übrige europäische Länder und Händlernetzwerk).

Der Trend ist weiterhin auf unserer Seite

In vielen Märkten profitierte FP im Berichtsjahr 2018 von dem anhaltenden Trend hin zu kleineren Frankiersystemen. Mit der Markteinführung unserer neuen Produktgeneration der PostBase Vision ab Mitte des Geschäftsjahres 2019 werden wir unsere Technologieführerschaft bei kleineren und mittleren Frankiersystemen weiter festigen.

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.

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.

Ein spezifisches Schulungsprogramm zielt darauf ab, den Nutzen von Compliance zu erkennen sowie angemessen im Sinne der FP und gleichwohl wirksam entsprechend den Vorgaben zu agieren. Die Teilnahme an den Schulungen ist für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verpflichtend.

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«) oder persönlichen Geschenken und Einladungen von denen angenommen werden muss,

AUS ZEHN LÄNDERN WERDEN DREI REGIONEN



dass sie geschäftliche Entscheidungen oder Transaktionen beeinflussen können.

- ... auf jegliche Handlungen, die geeignet sind, Geschäftspartnern oder Behörden und deren Mitarbeitern, Beamten und sonstigen Mitarbeitern der öffentlichen Hand oder sonstigen Dritten direkte oder indirekte Vorteile oder Zuwendungen jeglicher Art zu verschaffen, etwa durch Anbieten oder Gewähren von Geldbeträgen oder persönlichen Vorteilen (dies gilt insbesondere dann, wenn Art und Umfang dieser Vorteile dazu geeignet sind, Handlungen oder 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 (2018: 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. Aufgrund des organisatorischen Aufwands wird auf ein System verzichtet, das die Möglichkeit einräumt, geschützt Hinweise zu geben (Whistleblower-System). Wir setzen alles daran, das Risiko von Rechtsverstößen so weit wie möglich zu minimieren sowie Fehlverhalten aufzudecken und konsequent zu verfolgen. Von zentraler Bedeutung ist die Beachtung rechtlicher und ethischer Regeln und Grundsätze. Regeln und Grundsätze sind, wie auch der verantwortungsbewusste Umgang mit Insider-Informationen, in der Compliance-Richtlinie festgeschrieben (GRI 205-2).

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). Im Berichtszeitraum gab es bei **FP** keine bekannten Fälle von Korruption (GRI 205-3).

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 gesetzeswidrige 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. Wir beachten entsprechende nationale und internationale Beschränkungen des Handels (Embargos), insbesondere die Bestimmungen des Außenwirtschaftsgesetzes und der EU-Verordnung zum Umgang mit Produkten mit doppeltem Verwendungszweck sowie zur Terrorismusbekämpfung.

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 Arbeitnehmervertretungen 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 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. Wir pflegen zu all unseren Stakeholdern eine gute Beziehung, arbeiten nach unseren Führungsgrundsätzen und haben uns unserer Unternehmenspolitik verschrieben (GRI 412-2). Die Überprüfung auf Einhaltung der Menschenrechte wird daher nicht als wesentlich angesehen (GRI 412-1).

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 darauf, 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, die 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 Geldwäscheverordnungen.

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 unternehmensinterne 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 2018 gab es unserer Kenntnis nach keinen Korruptionsfall (GRI 205-3).

2.2.1 Informationssicherheit und dessen Management – Geschützt gegen Cyber-Angriffe

Wir wissen seit mehr als 96 Jahren, dass Datensicherheit für unser Geschäft unverzichtbar ist und handeln danach. Unser Integriertes Managementsystem ist in Bezug auf Informationssicherheit für unsere relevanten Unterneh-

mensteile 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 (BSI-Gesetz) 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) wurde das Informationssicherheits-Managementsystem der **FP**-Tochter **IAB** am Standort Berlin-Adlershof im Jahr 2016 nach ISO/IEC 27001 zertifiziert. Unser Informationssicherheits-Managementsystem ist deutschlandweit vernetzt und wird in den kommenden Jahren kontinuierlich im Sinne unserer Anspruchsgruppen weiterentwickelt.

Ergänzend hält die **FP**-Tochter **Mentana-Claimsoft** das IT-Sicherheitszertifikat TR-RESISCAN des Bundesamts für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) für den 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: low, normal, critical. 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 2018 lag der Istwert bei 11,0 und damit gegenüber dem Vorjahr (7,2) etwas höher.

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 2018 wurde kein einziges Datenleck festgestellt. Es gab unserer Kenntnis nach keine Fälle von Datendiebstahl oder -verlusten, jedoch eine Beschwerde über mangelnden Datenschutz und mangelnde Datensicherheit. Dieser Beschwerde haben wir umgehend Abhilfe geleistet. 2018 wurde keine Verletzung der Privatsphäre durch unerlaubte Nutzung oder Sicherung von Daten bekannt (GRI 418-1).

2.3 Risiko- und Chancenmanagement Wachsam in jeder Hinsicht

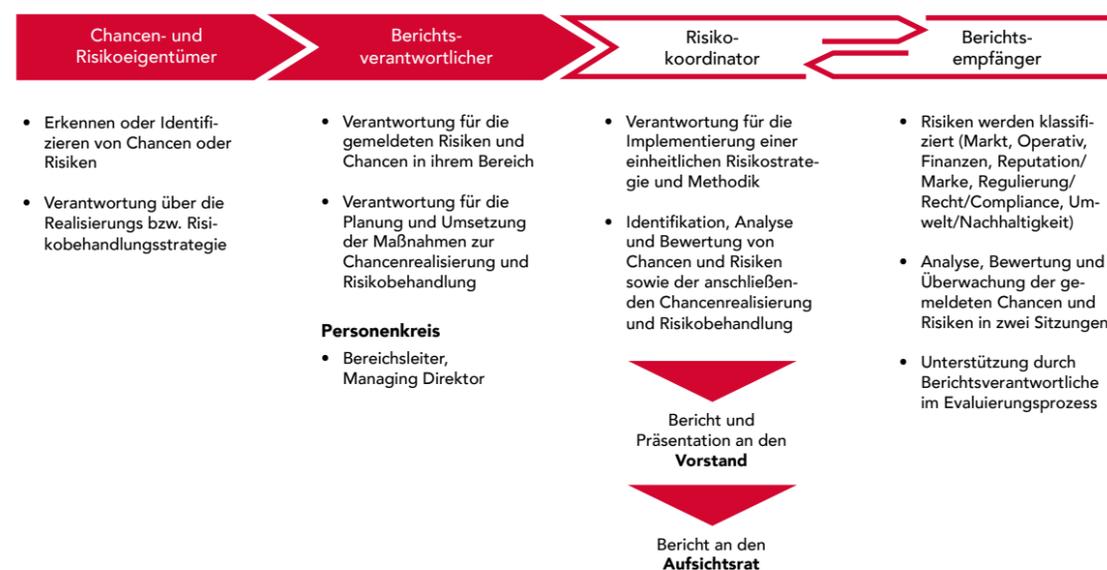
Chancen und Risiken frühzeitig zu erkennen und zu bewerten hilft uns, den Bestand unseres Unternehmens nachhaltig zu sichern und die Wettbewerbsfähigkeit kontinuierlich zu verbessern. Dementsprechend ist das Risiko- und Chancenmanagement integraler Bestandteil unserer Strukturen. Der detaillierte Bericht zu diesem Thema findet sich im [Konzernlagebericht](#).

Organisation der Früherkennung

Der Chancenerkennung dienen unter anderem detaillierte Markt- und Wettbewerbsanalysen und Prognoseszenarien sowie die intensive Auseinandersetzung mit relevanten Wert- und Kostentreibern. Für die Risiken ist ein Überwachungssystem nach § 91 Abs. 2 AktG eingerichtet. Dieses System dient besonders der Früherkennung bestandsgefährdender Risiken.

Wir verstehen unser Risikomanagement als kontinuierlichen und durchgängigen Prozess. Darüber hinaus werden unterjährig identifizierte Risiken, die eine hohe Eintrittswahrscheinlichkeit und ein hohes potenzielles Schadensausmaß haben, unverzüglich im Rahmen von Berichtslinien an den Vorstand und im zweiten Schritt an den Aufsichtsrat kommuniziert (GRI 102-33). Das Risiko- und Chancenfrüherkennungssystem wird im Rahmen der Abschlussprüfung evaluiert, um sicherzustellen, dass das

RISIKOMANAGEMENT BEI FP



System geeignet ist, alle potenziell den Bestand des Unternehmens gefährdenden Risiken rechtzeitig zu erfassen, zu bewerten und zu kommunizieren (GRI 102-29).

Optimierung der Risikobewertung

Das Verfahren zur Risikobewertung wurde im Berichtsjahr 2017 geändert. Um das Risikomanagementsystem klarer vom Überwachungssystem nach § 91 Abs. 2 AktG abzugrenzen, wurden die Risikogruppen neu definiert. Die Gesamtverantwortung für das Risiko- und Chancenmanagementsystem liegt beim Vorstand. Der Vorstand wird über die aktuelle Risikosituation der FP durch den Risikokoordinator informiert und ordnet gegebenenfalls weitere Maßnahmen an. Nachdem der Vorstand den Konzernrisikobericht verabschiedet hat, wird er dem Aufsichtsrat vorgelegt. Im Auftrag des Vorstands überwacht der Risikokoordinator die Implementierung einer einheitlichen Risikostrategie und Methodik, die Identifikation, Analyse und Bewertung von Chancen und Risiken sowie die anschließende Chancenrealisierung und Risikobehandlung. Er wird dabei von Berichtsempfängern unterstützt. Alle Berichtsempfänger bilden ein Gremium, das sich in regelmäßigen Abständen über die Identifikation, Analyse und Bewertung von Chancen und Risiken abstimmt (GRI 102-30).

Für die Beobachtung, Bewertung und Meldung der Chancen und Risiken sind Berichtsverantwortliche benannt, die aus dem folgenden Personenkreis bestehen: Geschäftsführer der in- und ausländischen Gesellschaften, Bereichsleiter und Beauftragte für die implementierten Managementsysteme.

Die Berichtsverantwortlichen erheben für ihr Themenfeld die Chancen und Risiken und sind für die Realisierung der Chancen und die Vermeidung der Risiken zuständig (GRI 102-48). Hierfür erhalten sie durch den Risikokoordinator halbjährlich eine Aufforderung zur Meldung der Chancen und Risiken. Die Berichtsverantwortlichen entwickeln für ihr Themenfeld die zur Behandlung der erhobenen Risiken geeigneten Maßnahmenoptionen, die von den Berichtsempfängern ausgewertet und vom Vorstand beschlossen werden.

2.3.1 Risiken der FP

Zweimal im Jahr werden alle marktbezogenen Risiken, operationellen Risiken und Finanzrisiken sowie Regulierungs-, Rechts- und Compliance-, Reputations- und Markenrisiken einschließlich der Umwelt- und Nachhaltigkeitsrisiken in der FP inventarisiert (GRI 102-31).

ÜBERBLICK ÜBER DIE RISIKEN DES FP-KONZERNS

	Schadenhöhe	Eintrittswahrscheinlichkeit	Risikogruppe	Entwicklung ¹
Marktbezogene Risiken				
Änderungen des Kundenbedarfs aufgrund der digitalen Transformation	5	3	A1	→
Operationelle Risiken				
Erfolgreiche Umsetzung strategischer und operativer Projekte und Maßnahmen	5	4	A1	→
Personalanpassungsrisiko	5	4	A1	↗
Personalengpassrisiko	4	4	A1	↗
Personalloyalitätsrisiko	3	5	A1	↗
Länderübergreifende IT-Risiken	4	3	A	→
Finanzrisiken				
Abwertungsrisiken für Geschäfts- oder Firmenwerte und sonstige Assets	4	4	A1	→
Potenzielle Auswirkungen des Brexit auf die künftige Vermögens-, Finanz- und Ertragslage	5	3	A1	↗
Währungsrisiko	4	3	A	↘

1) Entwicklung Risikokennzahl im Vergleich zum Vorjahr.

↗ Erhöhtes / neues Risiko
→ Unverändertes Risiko
↘ Verringertes Risiko

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

Insgesamt wurden zum Bilanzstichtag neun Einzelrisiken (A) (Vorjahr: elf) für den FP-Konzern identifiziert. Davon sind sieben Risiken sogenannte Schlüsselrisiken (A1) (Vorjahr: sieben), deren Eintritt den Bestand des Konzerns voraussichtlich gefährden würde (GRI 102-15, GRI 102-34). Durch den Klimawandel bedingte finanzielle Folgen sowie weitere Risiken und Chancen wurden nicht identifiziert (GRI 201-2).

Unter Berücksichtigung möglicher Schadensausmaße und Eintrittswahrscheinlichkeiten sind derzeit keine Risiken erkennbar, die zu einer dauerhaften, wesentlichen Beeinträchtigung der Vermögens-, Finanz- oder Ertragslage der FP führen werden. Insgesamt sind die Risiken beherrschbar; der Fortbestand des Konzerns ist aus heutiger Sicht nicht gefährdet. Grundlegende Änderungen der Risikolage werden derzeit nicht erwartet, da FP alle Voraussetzungen dafür geschaffen hat, frühzeitig über mögliche neue Risikosituationen informiert zu sein und schnell reagieren zu können. Mögliche weitere Risiken, die durch unsere Geschäftstätigkeit, unsere Produkte und Dienstleistungen sowie unsere Zusammenarbeit mit Geschäftspartnern und Lieferanten im Hinblick auf die Nachhaltigkeit entstehen könnten, sind nicht vorhanden (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 unserem Risikomanagementsystem angesehen werden. Eine detaillierte Beschreibung der einzelnen Risiken der FP findet sich im Konzernlagebericht.

2.3.2 Chancen der FP Wachstum als digitaler Begleiter

Wir haben unsere Chancen für das Geschäftsjahr 2018 qualitativ ermittelt; sie wurden, wie im Vorjahr, nicht für Steuerungszwecke quantifiziert oder in einer Chancenmatrix erhoben. Mit der ACT-Strategie hat der FP-Konzern seine Chancen in einem sich wandelnden Markt noch einmal grundsätzlich überprüft und neu bewertet.

Im Rahmen von ACT wird die FP ihre 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, diese auf dem Weg der Digitalisierung zu begleiten und ihnen 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, mit allen drei Bestandteilen: Attack, Customer Journey und Transformation. Die Transformation des FP-Konzerns beinhaltet die grundlegende Modernisierung und Neugestaltung der Aufbau- und Ablauforganisation zur Steigerung von Effizienz, Qualität und Geschwindigkeit. Sie wird nach sorgfältiger Planung und Vorbereitung im Geschäftsjahr 2018 derzeit im ACT-Projekt JUMP umgesetzt. Entsprechend der Entwicklung dieses und der übrigen laufenden ACT-Projekte wurden diese Chancen in der strategischen Konzernplanung, in der Prognose für 2019 und in den mittelfristigen Zielen bis 2020 berücksichtigt. Darüber hinaus hat sich der FP-Konzern mit ACT bis 2023 langfristige Ziele gesetzt.

Um den Erwartungen der Stakeholder an 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.



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 sichere IoT. In allen Marktbereichen wollen wir wachsen und Marktanteile gewinnen. Dieses Ziel erreichen wir durch organisches Wachstum, Akquisitionen, regionale Expansion und ingenieure 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 Relevant Set unserer Kunden bei sicherem Mail-Business und sicheren digitalen Kommunikationsprozessen sein sowie nachhaltig profitabel in unserem Markt wachsen.

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.

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 betreute Unternehmen 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 als bisher 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. Ab Mitte des Jahres: Unsere **PostBase Vision**. Mit diesem Portfolio haben wir für jede Anforderung die passende Lösung.

Im Bereich der sicheren voll digitalen 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 neue digitale Produkte und Dienstleistungen mithilfe des Kundenportals **discoverFP**. Hierzu zählen zum Beispiel eine online vom Desktop des Kunden nutzbare Lösung für den Paketversand, das heißt die Multicarrier-Auswahl, die Frankierung, die Nachverfolgung (**FP Parcel Shipping**, ab Mitte 2019, beginnend in den USA und in Deutschland), Webshop-Angebote oder die Möglichkeit, mit unseren **Hybrid-Mail Services** wie dem **WebBrief24** digitale Dokumente auf Papier zu drucken, zu frankieren und zu versenden.

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 das Begleiten 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, Erfindergeist und die Stärke unserer Ingenieure, wobei Begeisterung und Leidenschaft zugleich im täglichen Handeln Maxime sind.

Unsere DNA:

Aus einer mehr als 95-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

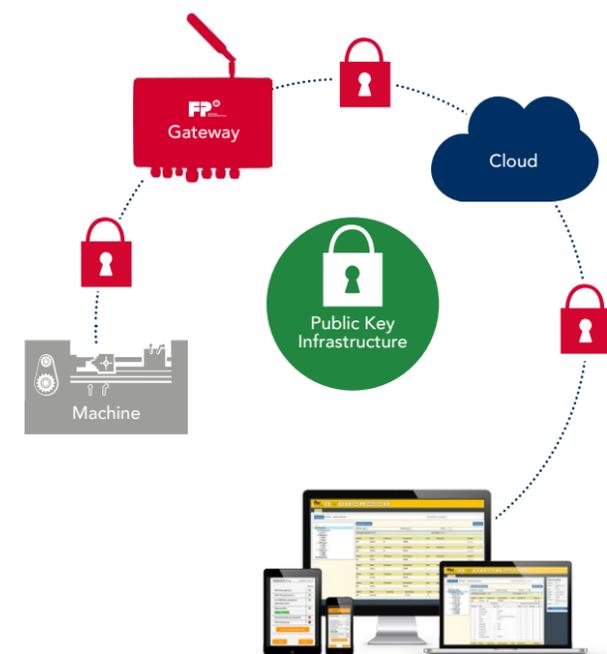
geldwerter Daten – immerhin transferieren wir jährlich über 1,2 Milliarden Euro an Portokosten von der **FP** Infrastruktur in die Sicherheitsmodule unserer Frankiermaschinen. Auf dieser Erfahrung aufbauend sichern wir in unserem Geschäftsfeld der sicheren digitalen Kommunikationsprozesse auch IoT Datenübertragungen jeder Art.

... 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.

Mit der erworbenen **FP-Tixi-Schnittstellentechnologie** können darüber hinaus Daten aus nahezu allen Datenquellen wie Industriesteuerungen, Energiezählern oder analogen und digitalen Sensoren jeder Art gewonnen und für die Auswertung und Nutzung in digitalen Services bereitgestellt werden. Unsere 2018 mit **FP-Tixi-Gateways** realisierten Anwendungen reichen vom Gebäudemanagement über die Steuerung von Photovoltaikanlagen und virtuellen Kraftwerken sowie das Energiemanagement in Flughäfen bis zu Industrieanlagen wie Ölfiltern in Spritzgussmaschinen, Schiffen oder Härtereianlagen.

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 150.000 PostBase, 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.

Software von entscheidender Bedeutung

Wir konsolidieren die Softwareentwicklung zunehmend in Kompetenzzentren, die sicherstellen, dass wir immer am Puls der Zeit bleiben. Unsere wichtigsten Themen sind traditionell Maschinensteuerung und Kryptografie.

2018 haben wir zwei neue Kompetenzbereiche gebildet: Anwendungsentwicklung – mit Fokus auf PC- und Serversoftware sowie der Entwicklung mobiler Applikationen auf Android und iOS – und Embedded Software mit den Schwerpunkten industrielles IoT und Weiterentwicklung der Produkte des Kerngeschäfts Frankieren und Kuvertieren. Softwareentwicklung ist heute weit mehr als die »einfache« Maschinensteuerung und reicht von der PC- und Webanwendung über Embedded Software bis hin zu den Servern zur Realisierung der Kryptografie.

Optimaler Einsatz von Ressourcen und Kompetenzen

Durch den bewährten Einsatz agiler Entwicklungsmethoden gewinnt **FP** die Möglichkeit, Produkte dynamisch an die Marktbedürfnisse anzupassen. Hierbei besteht am Anfang eines Projekts eine Vorstellung, die nicht starr im Sinne eines herkömmlichen Wasserfall-Modells umgesetzt wird, sondern durch den frühzeitigen Kontakt mit Kunden und Marketing fortwährend verbessert werden kann. Neben der agilen Umsetzung von Projekten setzt **FP** vermehrt auch agile Methoden in der Definitionsphase von Produkten ein. Diese sogenannten »Design Sprints« führen zu einem schnellen Marktfeedback bereits in der Phase der Entstehung der Produktidee. Mittlerweile arbeitet **FP** in allen Projekten, bei denen es zielführend ist, mit agilen Prozessen und Methoden.

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bereich Forschung & Entwicklung

Ende 2018 waren in den Bereichen Forschung & Entwicklung des **FP**-Konzerns (einschließlich unseren Tochtergesellschaften) 78 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter fest angestellt (Vorjahr: 69 Beschäftigte); dies entspricht 7,4 % (Vorjahr: 7,1 %) der Konzernbelegschaft. Für bestimmte Projekte setzen wir bei Bedarf zusätzliche, externe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein. Ende 2018 betrug deren

Anteil etwa 11 % der festangestellten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Bereich Forschung & Entwicklung.

Zusammenarbeit mit Universitäten

Der FP-Konzern steht seit Langem in regem Austausch mit Hochschulen und akademischen Einrichtungen. FP bietet Bachelor- und Masterstudenten die Möglichkeit, mit erfahrenen FP-Entwicklern zusammenzuarbeiten und unsere Labore und Werkstätten für die eigene Forschung zu nutzen. Für interessierte Studenten bietet FP die Gelegenheit, ein Semester in ausländischen Niederlassungen zu verbringen.

3.1.1 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 ausgefilterter 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 den nutzerzentrierten Ansatz aus dem Design Thinking. Das heißt, Ideen werden in einem iterativen Verfahren zusammen mit potenziellen Kunden begutachtet und entwickelt.

Stellt sich im Laufe dieses Verfahrens heraus, dass Änderungen nötig sind, werden diese im nächsten Wiederholungsschritt eingefügt und erneut verprobt.

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

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.

Über 2.500 Patente

FP ist seit 96 Jahren ein von Ingenieuren, ihrer Erfahrung, ihrem Wissen und ihrer Kompetenz getriebenes Unternehmen – mehr als 2.500 Patente prägen unsere Geschichte. Mithilfe unserer 360°-IP-Strategie begleiten wir den gesamten Entwicklungszyklus von Neuprodukten und erreichen 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.

Die nächsten Schritte

Folgende Ziele setzen wir uns im Bereich Forschung & Entwicklung im sicheren Mail-Business:

- Wir unterstützen die wesentlichen strategischen Maßnahmen der ACT-Strategie mit der Entwicklung neuer, innovativer Produkte und der Überarbeitung bestehender Produkte im Sinne der Markt- und Technologieevaluierung.
- Wir steigern unsere Effizienz und Innovationsfähigkeit durch Implementierung neuer, agiler Innovationsmethoden.
- Wir steigern unsere Effizienz bei Schutzrechten und Marken und reorganisieren diesen Bereich.

GesagtGetanGeschafft – Sicheres Mail-Business

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

- Wir entwickeln einen Nachfolger der PostBase im Segment für das kleine und mittlere Briefvolumen der Frankiermaschinen mit innovativen Produktmerkmalen auf dem neuesten Technologiestand und in Rekordzeit.
- Implementierung des Sicherheitsstandards IMI-PC (Intelligent Mail Indicia Performance Criteria) der USPS für US-amerikanische Frankiersysteme und Integration in unsere PostBase Vision.



- Finalisierung des Einsatzes alternativer Drucktechnik für Frankierprodukte und Einsatz von Webtechnologien (Embedded Software) in Verbindung mit der FP Portallösung **discoverFP**.
- Realisierung von elf weiteren Ländervarianten für den internationalen Rollout unserer **FP** PostBase Familie, zum Beispiel Taiwan, Philippinen, Südafrika.

3.1.1.1 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.

3.1.1.2 »Familienzuwachs« PostBase Vision 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. Mehr als 55 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben an ihrer Entwicklung im vergangenen Jahr mitgewirkt. Unsere PostBase Familie wächst!

UNSERE POSTBASE FAMILIE



PostBase Mini
Perfekt für Einsteiger



PostBase
Schnell, schick, flüsterleise



PostBase 100
Die Frankiermaschine nach dem Baukastenprinzip



PostBase One
Die richtige Wahl für Poststellen

UNSERE POSTBASE VISION



Mit einem um über 40 % vergrößerten farbigen und automatisch schwenkbaren Touch-Display, das sich dem Benutzer automatisch anpasst, können nun auch Funktionen per Wisch-Gesten vereinfacht und kundenfreundlich gesteuert sowie direkt an der PostBase Vision Text und QR-Codes eingegeben werden. Die intuitive grafische Benutzeroberfläche wurde noch bedienerfreundlicher und die Konnektivität mit neuen Schnittstellen wie WLAN und Bluetooth deutlich komfortabler gestaltet. Das Frankiersystem beruht weiterhin auf dem bewährten One-Button-Konzept. Es unterstützt den Nutzer durch neue optische Orientierungshilfen wie LEDs im Briefeinlauf und beim Kartuschenhandling, wo 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 Kalibrierungsprozesse entfallen ebenso. Zusätzlich gibt es LEDs zur Akzentuierung der Waage sowie akustische Unterstützung 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 Serviceanfahrten zu verringern und somit die auch 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 erhalten. Die PostBase Vision ist aktuell in fünf modernen Farbgestaltungen erhältlich, jeweils passend zum aktuellen Bürodiesign unserer Kunden.

3.1.1.3 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 24 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, im Jahr 2009,

FP Green News

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.

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 und PostBase Mini 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 wiederverwenden, 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 1: Unsere umweltfreundlichen Verpackungen

Bei unserer PostBase Vision treffen Ingenieurskunst und Nachhaltigkeit aufeinander:

- 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.

- 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.

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

Insbesondere im Bereich des Energieverbrauchs erfüllen PostBase und PostBase Mini bereits die strengeren Anforderungen des Energy Star³ in der Version 2.0.

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

Bei unserer PostBase Vision steht die finale Zertifizierung derzeit noch aus. Dennoch konnte bereits bei den ersten Leistungsaufnahmen und Vergleichsmessungen mit großer Freude festgestellt werden, dass wir trotz ergänzender Komponenten, wie zum Beispiel den LEDs der Logo- und der Schachtbeleuchtung, der LEDs des Anlagebereichs, des größeren Displays und der neuen WLAN/Bluetooth-Platine, leistungsmäßig und bei der Energieeffizienz gegenüber unserer PostBase Classic ausgeglichen sind.

Für die Verbrauchsmaterialien haben wir ein neues Recyclingkonzept entwickelt, 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:

FP Green News

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

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.
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.

3.1.2 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. In nur zwei Jahren 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. Der Gedanke mag vielleicht unangenehm und möglicherweise gar beängstigend sein, wenn es um den Kühlschrank im eigenen »smarten« Zuhause geht, doch bei der Energieversorgung oder in einem selbstfahrenden Auto kann dies lebensbedrohlich 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 Frankiermaschine, 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 –, das der gesamte Prozess der Datensammlung, Datenverwaltung, Datenverschlüsselung und Datenübertragung „am Leben bleibt“ und vor allem eines, 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 Security 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.

Unsere Ziele

Folgende Ziele setzen wir uns bei Forschung & Entwicklung im Bereich der sicheren digitalen Kommunikationsprozesse:

- Entwicklung neuer Produkte aufgrund der **FP**-eigenen DNA, insbesondere im Markt für Signaturprodukte und im Bereich industrielles IoT (Internet of Things).
- Starker Aufbau und Ausbau des IoT-Bereichs durch Fokussierung interner Teams sowie Zukauf und Onboarding von Technologie Know-how.
- Entwicklung und FIPS-Zulassung (Federal Information Processing Standard) einer neuen Generation von Hardware-Sicherheitsmodulen für Frankiersysteme und Produkte im IoT-Bereich.

GesagtGetanGeschafft – Sichere digitale Kommunikationsprozesse

Dies sind unsere Fortschritte bei der Forschung & Entwicklung im Bereich der sicheren digitalen Kommunikationsprozesse im vergangenen Jahr:

- IoT Value Chain: Entwicklung des **FP** Secure Gateway und Vermarktung von IoT-Lösungen
- Mai 2018: Zukauf des Geschäftsbetriebs des IoT-Spezialisten Tixi.com, damit Zugang zur Technologie, beliebige IoT Datenquellen auszulesen.
- Januar 2019: 15% Beteiligung an der Juconn GmbH – Ziel: Zugang zur innovativen Cloud-Plattform für IoT Businessmodelle und Ausbau der Inkubatorrolle
- Weiterentwicklung der cloudbasierten digitalen Signaturlösung **FP Sign** und Internationalisierung in wichtigen Ländern
- Entwicklung von **FP Sign** Mobile Apps für Android und iOS und Rollout über App-Stores
- Entwicklung und Rollout-Support für das internationale **FP** Kundenportal **discoverFP**
- **FP Parcel Shipping** für den Versand von Päckchen und Paketen, ebenso als Bestandteil von **discoverFP**

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.

3.1.2.1 FP Secure Gateway Schnittstelle für hochsicheres IoT

IoT, das Internet of Things, wird die Gewohnheiten aller Menschen grundsätzlich verändern. Mittels IoT kann ein Gerät, das mit dem Internet verbunden ist, mit anderen Geräten, einer Gruppe von Geräten oder einer Gerätezentrale kommunizieren. Das reicht vom Übertragen einfacher Statusmeldungen, zum Beispiel der aktuellen Temperatur, bis hin zu komplexen Steuerungen von Industrieanlagen. So unterschiedlich die Anwendungen auch sein werden – das Verlangen nach Sicherheit ist groß.

FP bietet Ingenieurwissen und höchst zuverlässige Technologie

Das neue **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.

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.

Der Standard unterteilt sich in vier Sicherheitsstufen:

- Level 1 Nur Softwaresicherheit – keine physischen Sicherheitsmechanismen.
- Level 2 Softwaresicherheit sowie physischer Sicherheitsmechanismus, der Manipulationen am Gerät sichtbar macht, zum Beispiel bei Brechen eines Siegels zum Öffnen des Geräts.
- Level 3 Softwaresicherheit sowie starke physische Sicherung, einschließlich Löschung kritischer Sicherheitsparameter wie privater Schlüssel im Hardware-Sicherheitsmodul im Falle von Gerätemanipulation, zum Beispiel beim Bruch des Vergusses der Leiterplatte.

Level 4 Höchste Sicherheitsstufe, die zusätzliche physische Gefahren- und Manipulationsschutzmaßnahmen wie Schutz gegen Umwelteinflüsse (Hochspannung, Temperaturextreme, Chemikalien oder Röntgenstrahlung) umfasst.

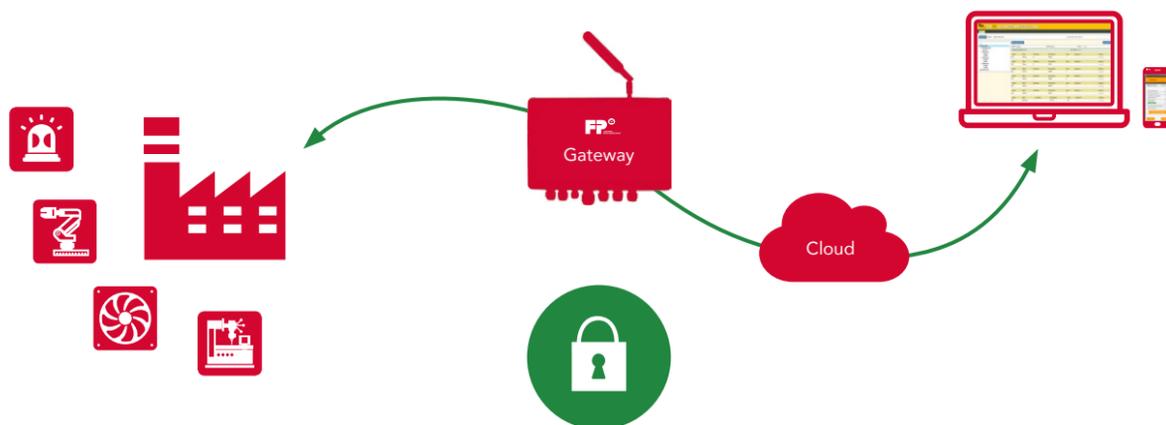
Zusammenfassend bedeutet das, dass wir mit unserer Technologie ein Hardware-Sicherheitsmodul bereitstellen, das einen der höchsten verfügbaren Sicherheitsstandards erfüllt. Neben unserem Sicherheitsmodul verwalten wir auch eine eigene **PKI** und unsere **FP**-spezifische Konfigurationsmanagement-Plattform zur Verwaltung unserer installierten Basis von über 150.000 IoT-Geräten.

Hieraus ergeben sich folgende Alleinstellungsmerkmale:

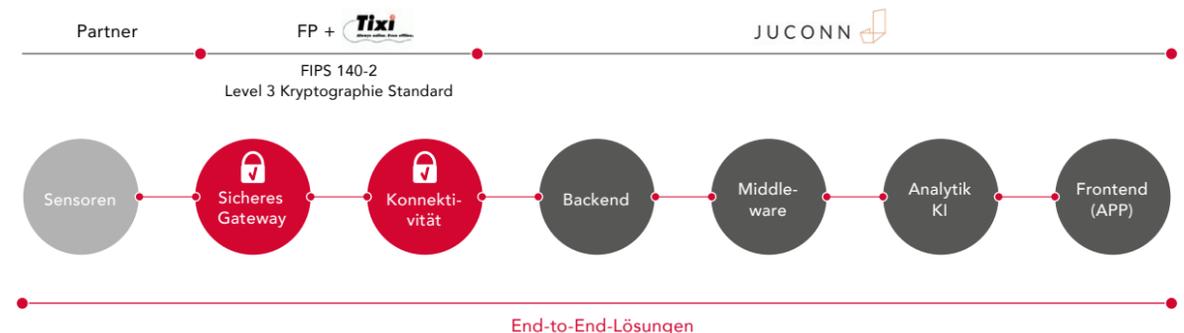
1. Wir bieten skalierbare, modulare Lösungen an, die auf die Bedürfnisse unserer Kunden eingehen.
2. Ergänzend kann **FP** flexible Abrechnungs- und Berichtssysteme aus ihrem traditionellen Angebot einbinden.
3. **FP** ist in der Lage, Datenquellen jeder Art zu vernetzen.
4. **FP** ist bei der Vernetzung nachgeschalteter Lösungen und der relevanten IoT-Cloud-Plattformen wie Juconn, AWS, cumocity und sonstiger Plattformen flexibel.
5. **FP** ist in der Lage, ihren Kunden innerhalb von weniger als zwei Wochen Machbarkeitsnachweise (Proof of Concept) zu erbringen. Dadurch werden wir auf Kundenseite Vertrauen und Sicherheit gewinnen.

Die sichere Infrastruktur ermöglicht den Transfer von Milliarden geldwerter Daten pro Jahr und zeigt, dass wir bereits seit vielen Jahren herausragende Datensicherheit bieten. Auf der Grundlage unserer DNA und unserer Kernkompetenzen sowie, hergeleitet aus den Basistechnolo-

INDUSTRIE 4.0 – ÜBERWACHUNG, ALARMIERUNG, DATENPROTOKOLLIERUNG, FERNBEDIENUNG. ÜBER CLOUD UND IOT.



FP IOT VALUE CHAIN



gien der traditionellen **FP**-Produkte, wird damit ein neues Anwendungsfeld »Pay as you go« im IoT erschlossen.

FP bietet, um es in Kürze zu beschreiben, mit seiner Technologie ein Hardware-Sicherheitsmodul mit einem der höchsten Sicherheitsstandards an. Neben unserem Hardware-Sicherheitsmodul verwalten wir auch unsere eigene **PKI** und unsere **FP**-spezifische Konfigurationsmanagement-Plattform, um unsere installierte Basis von mehr als 150.000 IoT-Geräten zu verwalten.

In unserer IoT-Wertschöpfungskette verfügen wir über fundiertes Know-how im Bereich Secure Gateway und Konnektivität. Aber dies deckt nur einen Teil der gesamten Wertschöpfungskette ab.

Wir haben Kunden, die nicht wissen, wie Datenströme aus Sensoren oder Steuerungen analysiert und ausgelesen werden. Andere Kunden wissen nicht, wie Daten visualisiert werden können und wie sich daraus einen entsprechender Mehrwert ergibt.

Mit der Übernahme von Tixi.com haben wir eine Lücke im vorgeschalteten Bereich der Wertschöpfungskette geschlossen und ermöglichen den einfachen Zugriff auf Sensoren und Steuerungseinheiten. Wenn wir uns den Bereich Dashboarding, Monitoring und die Nutzung von Analytics und Blockchain-Funktionalität anschauen, konnten wir durch unsere, im Januar 2019 abgeschlossene, Beteiligung an der Juconn GmbH eine weitere Lücke schließen, um unseren Kunden echte End-to-End-Lösungen anbieten zu können.

Juconn entwickelt für seine Geschäftskunden individuelle IoT-Lösungen und unterstützt beim Einstieg in die Ära Industrie 4.0. Darüber hinaus bietet das Start-up neuen Gründern Zugang zu seiner flexiblen Cloud-Plattform. Im Gegenzug beteiligt sich Juconn an den jungen Unternehmen, baut so sein Netzwerk kontinuierlich aus und erwirbt umfangreiches Know-how aus den unterschiedlichsten Branchen.

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.

Laut einer Studie von Pricewaterhouse Cooper haben Elektrizität mit 38% und Transportmittel mit 32% den größten Anteil am globalen CO₂-Ausstoß. Smart Meter, dies sind intelligente Stromzähler, wie zum Beispiel unser **FP** Secure Gateway, sollen durch eine Verbesserung der Energieeffizienz zu einer Reduzierung der Treibhausgase

beitragen. Die Idee dahinter: Viele Stromerzeuger und -verbraucher integrieren und miteinander vernetzen. So kann das Stromnetz effizienter und stabiler gesteuert werden. Das Internet der Dinge ist hierbei ein wichtiger Treiber⁴: »Es gestattet uns, Elektrizität effizienter zu nutzen, den Ressourcenverbrauch zu optimieren und es hilft uns, mehr erneuerbare Energien zu verwenden«, so der RedMonk-Analyst Tom Raftery⁵.

Ein anderes Beispiel aus unserem Alltag: Das Internet der Dinge sperrt Straßen oder gibt neue Spuren frei – je nach Bedarf. Sensoren in Autos oder Straßensystemen liefern die Daten dazu. So können Staus vermieden und die Parkplatzsuche in Städten beschleunigt werden. Weltweit ließen sich allein durch Vernetzung und intelligentere Streckenplanung bei Flugzeugen, Autos und in der Logistik weltweit jährlich 1,9 Gigatonnen CO₂ einsparen⁶. Fernwartungen ermöglichen Kosteneinsparungen und eine verbesserte Ressourceneffizienz. Hier gibt es ein enormes Potential, welches zu heben ist.



Abbildung 2: **FP Sign**

3.1.2.2 **FP Sign**

Signieren als Vorteil im Wettbewerb

Unsere Signaturlösung **FP Sign** haben wir 2018 mit weiteren neuen Funktionen, insbesondere im Bereich des Workflow-Managements und Dokumenten-Handlings, ausgestattet. Zudem wurden nationale und internationale Identitätsservices integriert.

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.

FP Sign wurde in Deutschland entwickelt und nutzt vom Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) zertifizierte Rechenzentren in Deutschland. 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«. **FP Sign** ist zertifizierter Anbieter des qualifizierten Vertrauensdienstes »Zustellung elektronischer Einschreiben« gemäß der europäischen Signaturverordnung eIDAS.

Weitere Kernmerkmale von **FP Sign** sind:

- Vollständige Kontrolle und Nachvollziehbarkeit des digitalen Geschäftsprozesses.
- Nahtlose Integration in Business-Anwendungen aufgrund modernster APIs.
- Mobile App zum Arbeiten von unterwegs.

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 Toneraustauschentwicklung.
- Digitalisierung wird vorangetrieben.
- Lean-Prozesse mit deutlich kürzeren Durchlaufzeiten und schnelleren Ergebnissen.
- Kosteneinsparungen durch schnellere Prozesse.
- Wegfall von Logistikkosten und Einsparung von Ressourcen durch weniger Transporte (Post).

3.1.2.3 **discoverFP**

Begleiter des Wandels

Hybride Technologien, die die analoge mit der digitalen Welt verbinden, liegen voll im Trend der Weltwirtschaft. Wir begleiten unsere Kunden in diesen Wachstumsmarkt mit unserem Portal **discoverFP**, 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

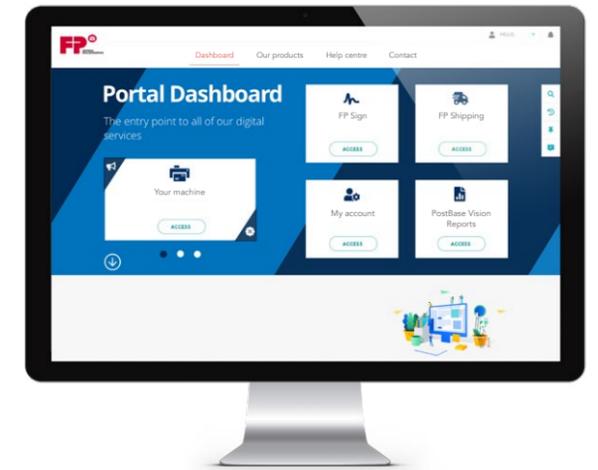


Abbildung 3: **discoverFP**

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-Dashboard: 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 kurzfristig Kundenfeedback in die Entwicklung weiterer Portal-funktionalitäten einfließt, sodass unser Angebot einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess im Interesse der Kunden unterliegt.

Im ersten Quartal 2018 hat **FP** das Kundenportal **discoverFP** in Großbritannien, den Niederlanden und Belgien freigeschaltet. Der weltweite Rollout mit Zugang zu mehrwertschaffenden Portal-funktionalitäten wurde im Jahresverlauf 2018 umgesetzt und im Februar 2019 mit Deutschland in Europa vollendet. Aktuell ist **discoverFP** in allen EU-Ländern mit **FP**-Tochtergesellschaften eingeführt. 2019 wird **discoverFP** in den USA und Kanada etabliert.

⁴ <https://reset.org/knowledge/das-internet-der-dinge-11162015>

⁵ <https://news.sap.com/germany/2015/08/internet-der-dinge-energieeffizienz>

⁶ <https://www.wiwo.de/technologie/green/internet-der-dinge-wie-plaudernde-maschinen-das-klima-retten/13545436.html>

3.1.2.4 WebBrief24

Online Papierpost versenden

Unser digitales Online-Brief-Portal **WebBrief24** bietet unseren Kunden eine bequeme, einfache und flexible Lösung für die Bearbeitung und Versendung ihrer Geschäftspost. **WebBrief24** dient als digitale Poststelle, wo der Kunde seine Geschäftskorrespondenz online erstellt oder 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 **WebBrief24** Druck- und Frankiercenter weitergeleitet. Wir produzieren für unsere Kunden zuverlässig, schnell, qualitativ hochwertig und umweltfreundlich. Die Geschäftspost wird auf Qualitätspapier gedruckt, gefaltet, kuvertiert, passend frankiert und von der Deutschen Post am nächsten Werktag zugestellt. Mit **WebBrief24** 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 **WebBrief24** ganz ohne Vertragsbindung und Mengenverpflichtung nutzen.

Ihre Briefe in sicheren Händen

Unsere abgesicherten Server in deutschen Rechenzentren bieten höchste Sicherheit und kürzeste Reaktionszeiten zur Behebung bekannt werdender Schwachstellen. Sie werden von qualifizierten Mitarbeitern betrieben und von unabhängigen Stellen kontrolliert. Durch jährliche externe Überwachungsaudits werden die Umsetzung und die Weiterentwicklung der IT-Sicherheitsmaßnahmen überprüft. Aktuell ist die Lösung nach der neuen Norm ISO/IEC 27001:2013 zertifiziert.



Abbildung 4: WebBrief24

3.2 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.

Bei unserer neuen **PostBase Vision** haben wir das User-Interface auf nunmehr 5 Zoll vergrößert und weitere Kundenwünsche berücksichtigt. Ein Beispiel ist die Implementation einer QWERTZ-Tastatur zur leichteren und schnelleren Bedienung. Im letzten Herbst haben wir in einem weiteren agilen Sprint das neue User-Interface

mit 15 Kunden gemeinsam getestet und die Ergebnisse ebenfalls in der Entwicklung berücksichtigt.

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 Zulieferteilen 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 Nationally Recognized Testing Laboratories bestätigt werden kann.

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

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

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

Einige Länder verlangen darüber hinaus Umweltverträglichkeitsprüfungen, mit denen sichergestellt wird, dass die Produkte unter verschiedenen Umweltbedingungen, der Gesundheit oder Sicherheit spezifikationsgemäß funktionieren (GRI 416-1). Es gab im Berichtsjahr 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.

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), um nur die wichtigsten zu nennen.

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

TYPISCHER ZULASSUNGSVERLAUF



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.

3.2.1 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.

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

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 wird in Deutschland erhoben, da aufgrund der hiesigen Organisationsstruktur die Erfassung und die Auswertung von Serviceeinsätzen am besten möglich sind, und sie wird vergleichend auf die international tätigen Tochtergesellschaften angewandt, wo sie beispielsweise der Kostenkalkulation für Vertriebspartner dienen kann.

Durch die Neuentwicklung unserer PostBase Frankiersysteme konnten wir in den letzten Jahren die Qualität deutlich steigern. Der Wert verbesserte sich von PQI 16,35 in 2017 um 10 % auf PQI 14,62 in 2018. Grund hierfür ist die verbesserte Qualität der Produktreihen, die aktuell vertrieben werden. Sie überwiegt auch die Verschlechterung der Qualität bei den älteren Produkten MyMail und CentorMail, deren Anteil an den gesamten Maschinen sich weiterhin verringert.

Für 2019 erwarten wir eine weitere leichte Verbesserung des Wertes, da zum einen die beiden nicht mehr verkauften Produkte MyMail und CentorMail aus der Betrachtung herausfallen und zum anderen mit der PostBase Vision der Nachfolger von der PostBase in den Vertrieb geht.

Auch der Verbesserungsindikator erfasst die Qualität der FP-Produkte und hier insbesondere die Qualität neuer Frankiersysteme. Er basiert auf dem Teileaufwand für Nachbesserungen an ausgelieferten Maschinen und misst das Verhältnis der Teilekosten aus Gewährleistungen zum Gesamtumsatz. Wir erfassen die notwendigen Daten monatlich, wobei eine Analyse der vergangenen Jahre zeigt, dass der Indikator bei der Neueinführung einer neuen Generation von Frankiersystemen tendenziell steigt. Der Verbesserungsindikator (nF IQ) wurde im Jahr 2017 fehlerhaft übermittelt. Der nF IQ lag 2017 bei 0,14 (aktualisiert). Im Jahr 2018 ist der nF IQ leicht gesunken, auf 0,13. Somit haben wir uns leicht verbessert.

Für das Geschäftsjahr 2019 ist eine Verbesserung der nichtfinanziellen Leistungsindikatoren vorgesehen, um die Aussagekraft zur Steuerung der Qualität der Produkte zu erhöhen. So wird beim Qualitätsindikator die Datenbasis für Serviceeinsätze erweitert. Beim Verbesserungsindikator werden nur noch aktuell hergestellte Produkte betrachtet.

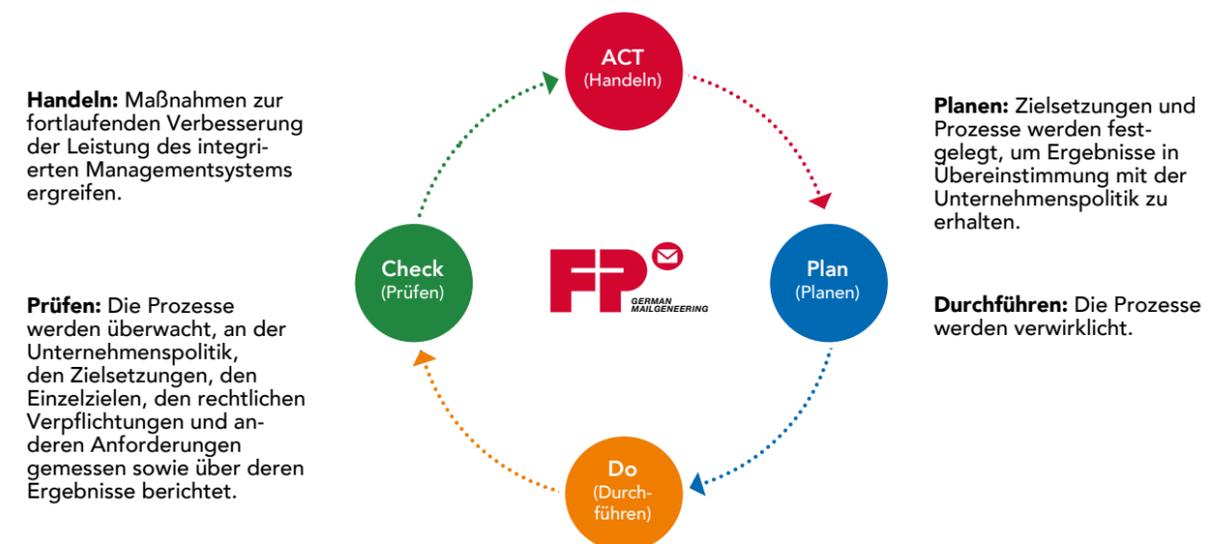
Die Verbesserung beider Indikatoren dient der Kundenzufriedenheit und dadurch dem ökonomischen Erfolg des Unternehmens. Zugleich wird auf diesem Wege auch ein schonenderer Einsatz von Ressourcen an Material und Personal erreicht. Beide im folgenden Jahr modifizierten Kennzahlen werden in ihren Zielgrößen angepasst und es werden fortlaufende Verbesserungen erwartet.

3.2.2 Kundenservice bei FP Fokus auf KMU

Im Hinblick auf unser Leistungsversprechen schätzen unsere Kunden uns für dreierlei: Die Sicherheit, die Einfachheit und den Komfort unserer Lösungen. 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.

Blicken wir auf unsere zwei Hauptgeschäftsfelder, in denen wir aktiv sind. Auf der einen Seite steht unser Kernmarkt Frankierung, unser sicheres Mail-Business. Auf der anderen Seite gibt es unseren neuen Zukunftsmarkt der sicheren digitalen Kommunikationsprozesse.

PDCA-METHODE DER FP



In diesem Markt ist zuvorderst die wichtige Gruppe der E-Signatur-Lösungen vertreten.

Kundenstruktur

Bezüglich des strategischen Kurses der Kundensegmente konzentriert **FP** sich auf die Gruppe der kleinen und mittelständischen Unternehmen. Rund 85 % unserer Kunden stammen 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.

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 mehr als 10 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unsere Kunden bei ihren Anliegen. Die Service Hotline kann für weiter gehende Fragen wiederum den nationalen Second Level Support in Anspruch nehmen. Darüber hinaus kann sich der Landesservice an den internationalen Third Level Support wenden, der gegebenenfalls in Verbindung mit der Entwicklung schnellstmöglich eine Lösung herbeiführt. Um das hierfür benötigte fundierte und produktspezifische Fachwissen zu erwerben, braucht es viele Jahre 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 40 Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen, 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 Serviceleistungen.

Sofern der Einsatz einer technischen Fachkraft vonnöten ist, ist diese innerhalb weniger Stunden vor Ort, um einen Defekt möglichst schnell zu beheben. In einigen Ländern sind unsere Handelspartner für diesen Service zuständig. In Deutschland, den USA, England, Schweden, den Niederlanden, Frankreich und Italien haben wir jeweils eine eigene Zentralwerkstatt, die es ermöglicht, Frankier- und



Abbildung 5: Einblick in die Zentralwerkstatt



EINBLICK IN DAS ERSATZTEILLAGER UND DIE KOMMISSIONIERUNG AM STANDORT WITTENBERGE



Kuvertiermaschinen zu reparieren, wenn dies nicht durch eine technische Fachkraft vor Ort geleistet werden kann.

Reparatur und Entsorgung

Im Durchschnitt wurden 2018 von uns in Deutschland pro Jahr insgesamt 1.300 Frankier- und Kuvertiermaschinen repariert, gewartet oder altersbedingt ordnungsgemäß verschrottet und recycelt.

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 Prozent, 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.

Ersatzteile

Das deutsche Service Parts Center 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, Farbbändern, Briefumschlägen, Ersatzteilen und Etiketten. Um einen höchstmöglichen Servicestandard zu erfüllen, stehen diese Ersatzteile und Verbrauchsmaterialien kurzfristig zur Verfügung und können auf Wunsch per Express bereits innerhalb eines Werktages dem Kunden zugestellt werden.

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 vermehrte 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 durchgeführt, um Kundenbedürfnisse optimal zu berücksichtigen.

Beschwerde- und Servicemanagement

Beschwerden sind Äußerungen von Unzufriedenheit, die von Kunden gegenüber der FP geäußert werden und mit denen unsere Kunden uns auf ein als nachteilig empfundenen Verhalten aufmerksam machen. Sie wollen Wiedergutmachung für erlittene Beeinträchtigungen erreichen und/oder eine Änderung des kritisierten Verhaltens bewirken.

Zwischen Reklamationen und Beschwerden ohne Rechtsrelevanz unterscheiden wir in der Bearbeitung nicht, beide behandeln wir stets gleich. Service- und Beschwerdemanagement dienen dem Ziel, die Kundenzufriedenheit zu erhalten, wiederherzustellen und zu steigern, eventuelle negative Auswirkungen von Kundenunzufriedenheit zu minimieren und die in den Beschwerden enthaltenen Hinweise auf Schwächen und Chancen zu identifizieren und für laufende Verbesserungen zu nutzen.

Die Dokumentation von Beschwerden schafft zudem Transparenz hinsichtlich eingeleiteter und durchgeführ-

ter Maßnahmen im Rahmen der Beschwerdeabwicklung. Sie ermöglicht eine zielführende Kommunikation mit dem Kunden, erzeugt Klarheit und vermeidet Doppel- und Fehlarbeiten. Mitarbeiter, an die eine Beschwerde herangetragen wird, 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.

3.3 Nachhaltigkeit in der Lieferkette Politik der kurzen Wege (GRI 102-9)

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 auf eine sehr standortnahe Beschaffung umgestellt. Alleinigiger 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 Antriebstechnik. Im Jahr 2018 arbeiteten wir mit ca. 240 Lieferanten (Vorjahr: ca. 200) zusammen.

Heimatnahe Einkauf

Seit mehr als fünf 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,



Abbildung 6: Die FP Produktionsgesellschaft mbH & Co. KG in Wittenberge

nur noch fünf unserer Lieferanten stammen aus Asien und den USA. 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 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: 100) arbeiten wir mit 58 von ihnen seit mehr als 15 Jahren vertrauensvoll zusammen, mit weiteren 13 Lieferanten mehr als 10 Jahre und mit 20 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, werden bei der Qualifizierung bevorzugt. Diese Informationen werden bei der jährlichen Lieferantenbewertung erhoben und fließen in die Bewertung ein.

Erhält ein Lieferant in diesen Bereichen unzureichende Bewertungen, so kann er im Zusammenhang mit anderen negativen Auffälligkeiten 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 2018 haben wir 20 Bestandslieferanten erneut bewertet, bei denen keinerlei negative Umwelt- und Sozialaspekte benannt werden konnten. (GRI 414-1, GRI 414-2)

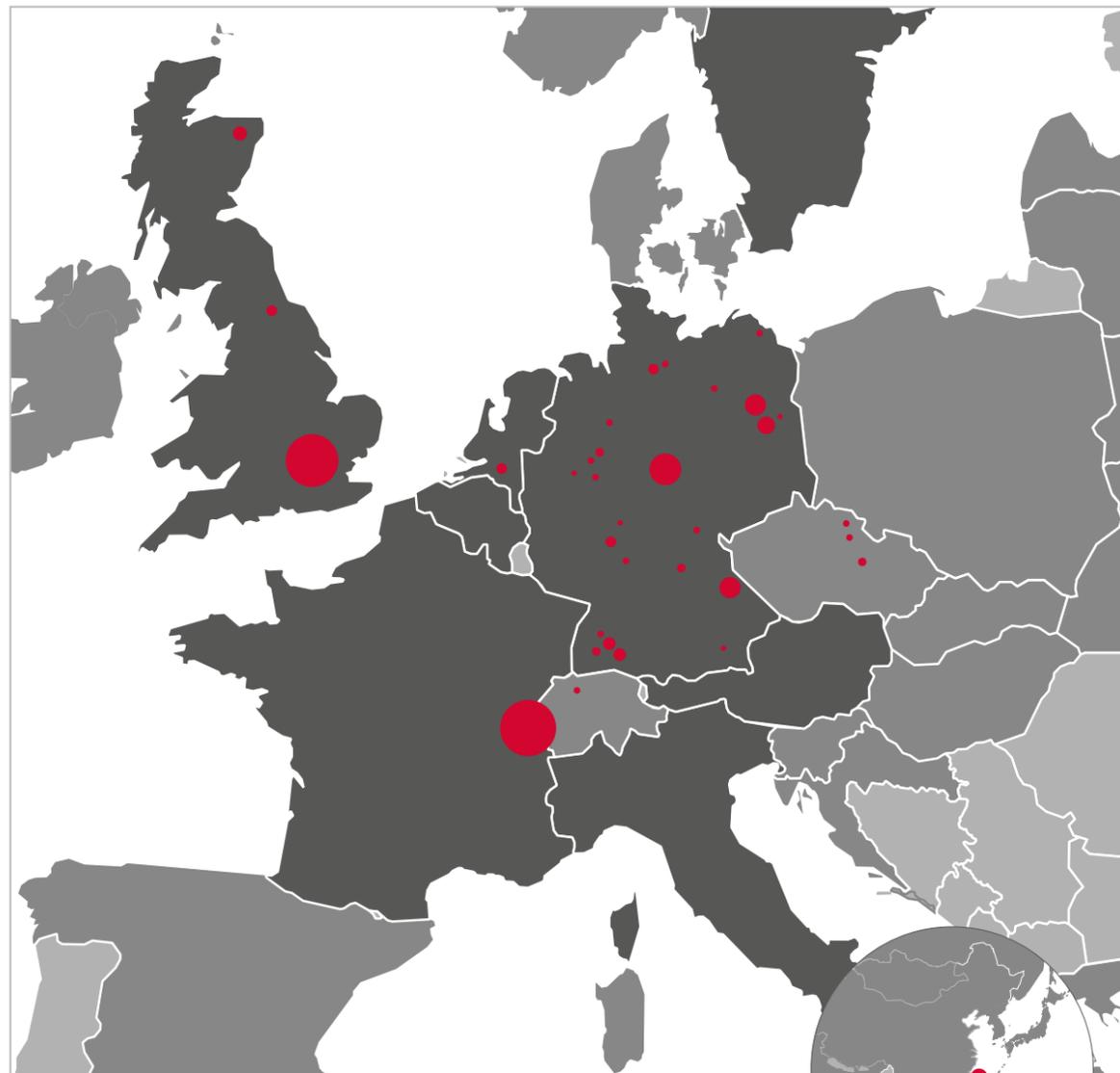
Wir unterhalten keine Beziehungen zu Lieferanten, bei denen der Verdacht auf negative ökologische oder menschenrechtliche Auswirkungen, negative Arbeitspraktiken oder negative Auswirkungen auf die Gesellschaft besteht (GRI 308-2). Da unsere Lieferanten fast ausschließlich in Europa ansässig sind und 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 kam dieses Verfahren zum Einsatz. Dadurch vermeiden wir Einwegverpackungen und reduzieren die Umweltbelastung auf ein mögliches Minimum.

Im Rahmen des Projekts »Best Material Purchase« 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 im Berichtsjahr 2018 erreicht.

UNSERE 35 TOP-LIEFERANTEN 2018 IM ÜBERBLICK



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



FP USA



FP Italien



FP Italien



FP USA



FP Deutschland



FP Kanada



FP Deutschland



FP Niederlande

4. ACT TOGETHER Gemeinsam stark

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

ACT TO WIN and ACT TOGETHER – wir sind unterwegs. Der Wandel schreitet voran, und unsere neue Unternehmenskultur nimmt Gestalt an. 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 – durch die konsequente Verfolgung unserer gemeinsamen Vorhaben.

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** wollen wir zukünftig noch schneller, effizienter und leichter arbeiten können.

Fit4Change (GRI 404-2)

Erfolg hängt wesentlich auch von der persönlichen Wirkung ab. Wer sie stärken will, braucht zunächst glaubwürdiges Feedback. Vor diesem Hintergrund haben wir 2016 die Initiative **Fit4Change** gestartet. Ziel war es, allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein mindestens ein eintägiges Training zukommen zu lassen. In den letzten 18 Monaten haben etwa 1.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in zehn Ländern erfolgreich an dem Programm teilgenommen, mit Unterstützung durch unseren Partner, die Stärkenkompass GmbH. Der Stärkenkompass ist das weltweit erste und einzige digitale Werkzeug zur Sammlung und Visualisierung von Stärken-Feedback. Er speist sich aus anonymen Feedbacks zu vorhandenen Ressourcen des Teilnehmers und bildet einen nur für den Moment gültigen, einzigartigen »Fingerabdruck« des aktuellen Stärkenprofils ab, ohne dabei Teilnehmer zu typisieren

oder unveränderbaren Kategorien zuzuordnen. Stärken werden ausdrücklich als Ergebnis aktueller Wirkung und als Basis des persönlichen Wachstums dargestellt.

In Stärkenkompass-Workshops erhielten unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Feedback von Menschen, die sie in den unterschiedlichen Rollen begleiten und ihre Wirkung dabei wahrnehmen.

Auszeichnung der besonderen Art

Der Stärkenkompass und **FP** wurden für das **Fit4Change** Programm vom Berufsverband für Training, Beratung und Coaching (BDVT) mit dem Europäischen Preis in Silber für Training, Beratung und Coaching ausgezeichnet. Der BDVT ist mit seiner Gründung 1964 der älteste und heute der aktivste Berufsverband für Training, Beratung und Coaching im deutschsprachigen Raum.

Unsere Leiterin der Personalbetreuung Frau Dana Müller nahm den Preis gemeinsam mit Hanka Schrader und Torben Schacht von Stärkenkompass entgegen. Beide begleiten **FP** schon länger erfolgreich und organisieren gemeinsam mit der Personalabteilung interne Trainings und Workshops. Gefeierte wurden nicht nur die Preisträger, sondern alle **FP**ler – ohne so engagierte und offene Teilnehmer hätte das Programm nicht den gleichen Erfolg erzielen können.



Abbildung 7: Die Gewinner des europäischen Silber-Preises für Training, Beratung und Coaching vom BDVT

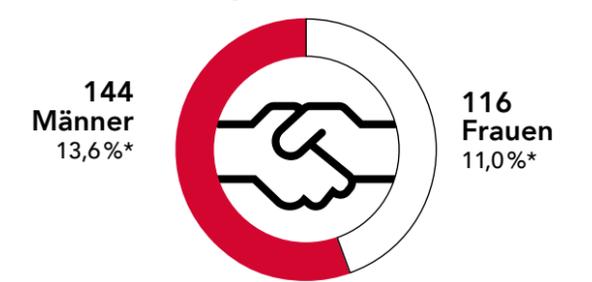
Kennzahlen zu unseren Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen

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 gelungen, unseren Fokus auf unsere Personalkennzahlen deutlich zu erweitern.

FP: Dynamik in Zahlen 2018



Neueinstellungen weltweit



*prozentualer Anteil weltweit, 1.055 Mitarbeiter

Durchschnittsalter in Deutschland*



*betrachtete Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen: 537

Durchschnittsalter weltweit*

45%* unserer Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen sind zwischen **30–50 Jahre alt**

41%* sind über 50 Jahre alt

14%* sind unter 30 Jahre alt

*betrachtete Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen: 920



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

848 Mitarbeiter
521 Männer (56,7%)
327 Frauen (35,5%)

*betrachtete Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen: 920

42 Mitarbeiter weltweit sind in Betriebsratstätigkeiten eingebunden.

Elternzeit

16 Mitarbeiter



Beschäftigungsdauer weltweit

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

13% sind mehr als 10 Jahre bei **FP** beschäftigt

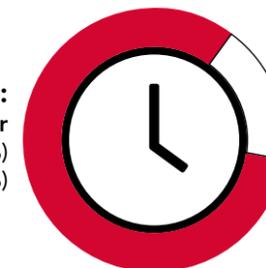
19% sind mehr als 5 Jahre bei **FP** beschäftigt

unter einem Jahr: 88 Männer und 72 Frauen
unter fünf Jahr: 184 Männer und 138 Frauen
unter zehn Jahren: 138 Männer und 64 Frauen
unter fünfzehn Jahren: 78 Männer und 54 Frauen
über fünfzehn Jahren: 155 Männer und 84 Frauen

Beschäftigungsart

Teilzeit (17%):
177 Mitarbeiter
59 Männer (6%)
118 Frauen (11%)

Vollzeit (79%):
838 Mitarbeiter
556 Männer (53%)
282 Frauen (27%)



Studenten, Azubis:
40 Mitarbeiter

Unsere weltweite Krankenquote* beträgt im Durchschnitt 4,1%.

*ohne Langzeiterkrankte

160 Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen engagieren sich in Deutschland im Bereich des Arbeits-, Umwelt-, Energie- und Gesundheitsmanagements.



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.

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

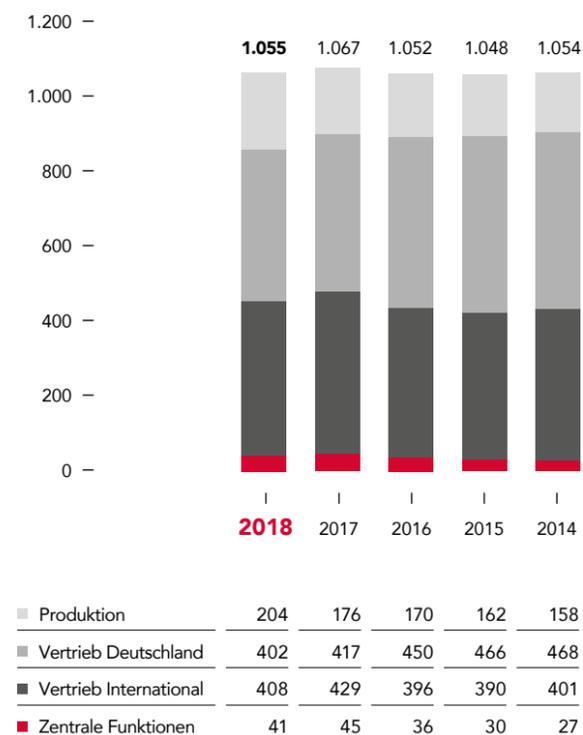
Rahmenbedingungen zu schaffen und umzusetzen, die die Belegschaft und das Management stärken, sie begleiten, ihnen Sicherheit geben und sie unterstützen: Das ist eine strategische Aufgabe in unserem täglichen Miteinander. Unser gemeinsames Ziel ist es, unser Handeln so zu gestalten, dass alle Ressourcen 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.

Weltweit gut aufgestellt

2018 arbeiteten 1.055 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (Vorjahr: 1.067) weltweit in unseren Tochtergesellschaften – in zehn Ländern und an 19 deutschen Standorten

MITARBEITERZAHL (nach Segmenten)



(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.

Als mittelständischer Konzern profitieren wir von kurzen Kommunikationswegen und dem engen persönlichen, direkten Austausch. Innerhalb der einzelnen Unternehmenssteile 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	2018	2017
Mitarbeiter in Deutschland gesamt	647	638
Mitarbeiter in Europa	228	247
Mitarbeiter in den USA und Kanada	180	182
Mitarbeiter weltweit	1.055	1.067

Tabelle 1: Mitarbeiter weltweit per 31.12.2018

Führungskräfte mit Personalverantwortung 2018 ¹	Verhältnis 2018 ²	Verhältnis 2017 ²	Verhältnis	
Anzahl Führungskräfte	111	10%	87	10%

¹ Betrachtete Mitarbeiter: 1.055 (weltweit)

² Betrachtete Mitarbeiter: 902 (Deutschland, Österreich, Italien, Frankreich, USA, Kanada)

Tabelle 2: Anzahl der Führungskräfte per 31.12.2017

JUMP unterstützt die Stärkung nachhaltiger Unternehmensführung und nachhaltiger Unternehmenskultur

FP wird 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, Controlling, Personalwesen, Vertrieb, Service und andere Funktionen einrichten, um Abläufe zu standardisieren und eine klare globale Governance umsetzen zu können. Weiterhin ändern wir den Vertrieb und die Servicestruktur von zehn Ländern zu drei Regionen. Parallel dazu werden wir die lokal vorgehaltenen administrativen Funktionen in zwei funktionsübergreifenden Shared Service Centern zusammenfassen. Eines davon wird in den USA für unser nordamerikanisches Geschäft, eines in Europa für diesen Kontinent und den Rest der Welt zuständig sein.

Die Shared Service Center beinhalten:

- einen Service-Desk zur Bearbeitung aller eingehenden Anfragen inklusive dem internen und externen Beschwerde- und Verbesserungsmanagement und
- der Ausführung der Prozesse:
 - von der Bestellung bis zum Zahlungseingang,
 - vom Einkauf bis zur Bezahlung und
 - von der Aufzeichnung zum Bericht

und in einer späteren Phase ebenso den Prozess von der Einstellung bis in den Ruhestand für alle betreuten Vertriebsregionen sowie des Headquarts in Berlin.

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 gut 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. Der Anstieg der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter um 14 % im Geschäftsjahr 2018 im Segment Produktion ist im Wesentlichen auf die Integration des IoT-Spezialisten Tixi.com im Juni 2018 sowie auf die im Vorjahr initiierte Konzentration der produktionsnahen Aktivitäten am Standort Wittenberge zurückzuführen (im Berichtsjahr: 201 Mitarbeiter; Vorjahr: 176).

Unsere Arbeitswelt in Zahlen

Im Segment Vertrieb Deutschland beruhte der Rückgang der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Berichtsjahr im Wesentlichen auf der Fortführung der Neuausrichtung des Vertriebs und des Kundenservice im Produktbereich Frankieren und Kuvertieren. 2017 waren im Segment Vertrieb in Deutschland 417 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt, 2018 waren es 402 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (ein Minus von 3,6 %).

Im Produktbereich Software waren im Vorjahr Effizienzsteigerungsmaßnahmen eingeleitet worden, die im Vorjahresvergleich zu einer niedrigeren Beschäftigtenzahl führten.

Der Rückgang der Beschäftigten im Segment Vertrieb International im Geschäftsjahr 2018 resultiert im Wesentlichen aus erfolgten Anpassungen im Vertrieb in Großbritannien.

Die Zahl der Neueinstellungen lag im Jahr 2018 weltweit bei 260 Mitarbeitern, 144 Mitarbeiter und 116 Mitarbeiterinnen (Vorjahr: 146 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Deutschland, Österreich, Italien, Frankreich, den USA und Kanada).

Die Eigenkündigungsquote lag weltweit bei 13,3 %, und betraf insgesamt 141 Kündigungen von Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. In Deutschland lag die Eigenkündigungsquote bei 7,7 % (Vorjahr: 7,5 %).

Die Kündigungsquote durch **FP** lag weltweit bei 7,9 % und betraf insgesamt 84 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (GRI 401-1). In Deutschland lag die Kündigungsquote durch **FP** bei 4,6 % (Vorjahr: 4,9 %).

Die Betriebszugehörigkeit an den deutschen Standorten (539 betrachtete Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter) beträgt im Durchschnitt 11 Jahre. 77 unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter begleiten **FP** bereits mehr als ein viertel Jahrhundert, einigen Kollegen dürfen wir im kommenden Jahr zu ihrem 40. Jubiläum gratulieren.

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	88	72	184	138	138	64	78	54	155	84

Tabelle 3: Beschäftigungsdauer

Ein Blick in unsere **FP**-Welt:

160 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind weniger als 1 Jahr bei uns beschäftigt (15 %). Unter 5 Jahren sind es 322 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (31 %). Mit 202 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verbindet uns bereits mehr als 5 Jahre ein Beschäftigungsverhältnis (19 %). Zwischen 10 und 15 Jahre sind 132 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter uns beschäftigt (13 %). 23 Prozent unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind mehr als 15 Jahre bei uns beschäftigt, insgesamt 239 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

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 nicht hemmt 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.

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. Wöchentlich 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.

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 weltweit 42 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (insgesamt 4 %), die sich aktiv im Betriebsrat engagieren und sich mit Betriebsratstätigkeiten auseinandersetzen.

Erinnerungskultur

Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind eingeladen, das hauseigene und liebevoll aus zum größten Teil privaten Exponaten zusammengestellte Museum am Standort Berlin-Pankow zu besuchen und in über 96 Jahre **FP**-Er-

finderhistorie einzutauchen. Seit vergangenem Jahr ist ein Besuch für neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter obligatorisch. Mittlerweile sind 34, zum Teil noch funktionsfähige, Frankiermaschinen ausgestellt. Auch unsere im Januar 2018 produzierte 100.000ste PostBase hat hier Einzug gehalten. Jedes einzelne Museumsstück trägt dazu bei, unsere Geschichte lebendig und verständlich zu präsentieren. Eine Historie, die uns mit Stolz erfüllt.



Abbildung 8: Ein Einblick in das Museum

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 acht junge Menschen in vier Berufen aus, weltweit hatten wir 21 Auszubildende zum Ende des Berichtszeitraums. Zum 1. September 2018 haben wir vier 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.

Junge Menschen sollen auch an unseren Standorten weltweit eine Ausbildung absolvieren können. In Großbritannien wird für das kommende Jahr überlegt, wie und in welchem Rahmen eine Ausbildung angeboten werden kann. In den USA arbeiten wir bereits mit lokalen Universitäten zusammen und bieten verschiedene Praktika an, um neue Talente für **FP** zu gewinnen. Wir begrüßen unsere Auszubildenden bei Welcome Days und begleiten 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 Februar 2018 hatten wir ein Azubi-Treffen in der Konzernzentrale in Berlin. Die Auszubildenden haben sich gesellschafts- und ausbildungsübergreifend damit beschäftigt, Optimierungsbedarf zu finden und Lösungsvorschläge zu erarbeiten. Sie steckten die Köpfe zusammen, diskutierten heiß und entwarfen fleißig Pläne. Dabei entstanden tolle Ideen und Ergebnisse, die im Anschluss zusammen mit den Ausbildern in den jeweiligen Gesell-

FP News

Unsere Ausbildungsberufe im Überblick:

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

schaften geprüft wurden. In der Freizeit erkundeten sie dann gemeinsam Berlin.

Im April nahmen wir an der Studienaussteigermesse der IHK teil, im Mai gab es einen Ausbildungstag in Berlin-Pankow. Im September zeigten wir Präsenz auf der Ausbildungsmesse »vocatium«. Ebenso waren wir Gastgeber der regionalen Ausbildungsverbände.

Für das Jahr 2019 streben wir in Deutschland eine Ausbildungsquote von 2,5 % aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an – Ziel soll weiterhin eine Ausbildungsquote von



Abbildung 9: Ein kleiner Rückblick auf das Jahr 2018

vier Prozent bis 2020 sein. 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 (25 % unserer Auszubildenden haben zuvor ein Studium abgebrochen, im Vorjahr waren es 22 % unserer Auszubildenden). Neben der Vermittlung von beruflichen Fertigkeiten, Kenntnissen und Fähigkeiten können sie das Gelernte selbstständig anwenden.

Chancengleichheit

Bildungserfolg und Aufstiegschancen junger Menschen hängen in Deutschland auch heute immer noch oftmals von der sozialen Herkunft ab. Weil dieses Thema uns am Herzen liegt, haben wir im vergangenen Jahr ein Projekt unterstützt, das sich um Bildungschancen in Deutschland bemüht: »Netzwerk Chancen« setzt sich deutschlandweit mit regelmäßigen Vernetzungsveranstaltungen, Jobbörsen und Workshops für Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene aus finanzschwachen und bildungsfernen Familien ein. Außerdem fördert die gemeinnützige Plattform den Austausch der Teilnehmer mit Personen, die selbst sozial aufgestiegen sind. Aktuell werden [180 junge Aufsteiger gefördert](#).

Übrigens: Gern teilen wir unsere Erfahrungen und Kenntnisse auch persönlich jungen Menschen mit. Drei unserer Führungskräfte übten in den vergangenen Jahren diverse Lehraufträge und Gastdozentenaufträge an Hochschulen aus.

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 als neue Denk- und Arbeitsweise benötigen wir das aktive Mitdenken und Mitwirken aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Hierzu wurde im Rahmen der ersten Zertifizierungen ein Verbesserungswesen, unser Ideenmanagement, eingeführt. Es hat die Aufgabe, alle Mitarbeiter anzuregen, ihre Ideen einzubringen und deren Umsetzungsmöglichkeiten zu prüfen oder prüfen zu lassen. Dieses Engagement, das oft über die eigenen Aufgabengebiete hinausgeht, wird dann anerkannt und prämiert.

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 Verfahren mit einer crowdbasierten 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. 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 im 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	2018 ¹	Verhältnis	2017 ²	Verhältnis
unter 30 Jahre	130	14 %	39	7 %
30 bis 50 Jahre	412	44 %	220	41 %
über 50 Jahre	399	42 %	272	51 %

¹ Betrachtete Mitarbeiter: 940
² 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** be-

schäftigen wir zahlreiche 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 erfüllten wir auch 2018 erneut, über alle Gesellschaften hinweg, die gesetzlichen Quoten.

Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen	2018 ¹	2017 ²
Anteil an Minderheiten	94	97
Anteil aus Einschränkungen	77	84

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

Tabelle 5: Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus Minderheiten und mit Einschränkungen

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. Dafür stehen zwei Arbeitsplätze in der Produktionshalle bereit.

Diversität auf Führungsebene

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 einzelnen 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 (GRI 102-24). 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 6. Juni 2017 für den Zeitraum bis zum 30. Juni 2019 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 2019 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 Geschäftsführer der in- und ausländischen Gesellschaften sowie die Bereichsleiter im Inland bzw. ihnen gleichgestellte Stabsfunktionen im Unternehmen definiert. Über eine zweite Führungsebene unterhalb des Vorstands verfügen wir nicht. Der Vorstand hat mit Datum vom 26. Juni 2017 erneut festgelegt, dass der Frauenanteil in der ersten Führungsebene unterhalb des Vorstands mindestens neun Prozent betragen soll. Diese Zielgröße wird vorübergehend 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 Mit-

arbeiterinnen 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.

Hierzu nutzen wir ein Managementsystem, das an unseren deutschen Standorten nach BS OHSAS 18001 zertifiziert ist und bereits die Anforderungen nach ISO 45001 erfüllt. Die entsprechende Zertifizierung erfolgt im kommenden Jahr. 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.

Insgesamt engagieren sich an allen 19 deutschen Standorten 25 % (Vorjahr: 27 %) aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (entspricht 160 Personen, Vorjahr: 172 Personen) im Bereich des Arbeits-, Umwelt-, Energie- und Gesund-

heitsmanagements (GRI 403-1). Zudem 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 Mitarbeiter gilt – unterwiesen werden, um mögliche Risiken zu minimieren. Für den Fall, dass Fremdfirmen Arbeiten in unseren Räumen ausführen, wird eine entsprechende Sicherheitseinweisung mit der Fremdfirma durchgeführt und schriftlich von beiden Parteien bestätigt. Diese Bestätigung wird archiviert. Dort ist auch geregelt, wie mit Gefahrstoffen, Arbeiten an elektrischen Anlagen und Schweißarbeiten umzugehen ist.

An allen Standorten sind insgesamt 45 Mitarbeiter (Vorjahr: 37 Mitarbeiter) im Arbeitssicherheits- und Umweltschutz-Ausschuss (AUSA) vertreten. In dessen regelmäßigen Sitzungen werden die Themen der Grundbetreuung und der betriebsspezifischen Betreuung nach DGUV, Vorschrift 2, sowie ergänzende Themen zum Umwelt- und Energiemanagement besprochen und eventuelle Maßnahmen mit dem Arbeitgebervertreter abgestimmt. Termine für die Angebotsuntersuchungen werden jährlich abgestimmt und alle Mitarbeiter informiert.

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 Standorten in Berlin, Wittenberge und Langenfeld gab es im Jahr 2018 drei meldepflichtige Arbeitsunfälle und vier meldepflichtige Wegeunfälle – im Vorjahr jeweils einen meldepflichtigen Arbeits- und Wegeunfall (GRI 403-2). Wir legen besonderen Wert auf die Analyse des Unfall-

Vorsorgeuntersuchungen/Ersthelferschulungen	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Gesetzliche Pflichtuntersuchungen <small>(nicht erforderlich)</small>	entfällt	entfällt	entfällt	entfällt	entfällt	entfällt
Fahr-, Steuer und Überwachungstätigkeiten ¹⁾	6	2	2	1	2	1
Bildschirmarbeitsplätze ²⁾	39	16	32	72	33	40
Lärm ³⁾	6	2	4	–	8	–
Muskel-/Skelettsystem, Belastung ⁴⁾	–	–	–	–	–	1
Ärztliche Beratungen (Betriebsarzt)	52	33	25	51	38	113
Gripeschutz-Impfungen (ergänzendes Angebot)	43	47	46	20	18	51
Erste-Hilfe Kurse (Ersthelfer)	23	14	25	10	19	24

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

Arbeits- und Wegeunfälle	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Summe im Jahr	9	0	7	5	2	7
meldepflichtige Arbeitsunfälle (AU)	4	0	6	2	1	3
meldepflichtige Wegeunfälle (WU)	5	0	1	3	1	4

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

Tabelle 7: Arbeits- und Wegeunfälle 2018

geschehens 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 Wegeunfällen entgegenzuwirken.

Health Weeks

Entscheidend für unsere Gesundheit sind vor allem Ernährung und Fitness. Dass diese im Alltag oft hintenangelassen werden, wissen wir nur zu gut. Doch wie durchbrechen wir den Teufelskreis des inneren Schweinehunds und kommen aus unserer Komfortzone wieder heraus? Genau dieser Frage haben wir uns gemeinsam im Rahmen der **Health Weeks** gewidmet, die vom 17. September bis zum 14. Oktober 2018 erstmals in Deutschland stattfanden. Dabei haben wir uns mit den Themen Ernährung, Fitness und Gesundheit beschäftigt und unseren Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen Programmpunkte wie Balance und Body Check, die aktive Mini-Pause, ein Faszientraining, eine Rauchercomedy, einen Smoothiestand, gesunde Obstkörbe und die Möglichkeit zur Meditation angeboten. Außerdem konnten wir eine Laufgruppe gründen, unsere **FP** Road Runners, und bieten täglich ein Bio-Frühstück der Breakfast Company an.

Der erste Programmpunkt der Health Weeks war die bundesweite Corporate Health Challenge 2018. Wir traten vier Wochen lang gemeinsam als Team im Schritte-Wettbewerb gegen andere Unternehmen aus ganz Deutschland an. Egal ob klein oder groß – alle Unternehmen haben die gleichen Chancen auf den Sieg. Das beste Team wurde ausgezeichnet, außerdem ging pro teilnehmenden Mitarbeiter ein Euro als Spende direkt an die Stiftung KinderHerz zur Unterstützung herzkranker Kinder. Weiterhin bieten wir in der Zentrale Berlin-Pankow regelmäßige Massageterminale an.

In Zusammenarbeit mit den Krankenkassen haben wir unseren Mitarbeitern in der Zentrale weitere Angebote bereitgestellt, um eine Auswahl davon zukünftig auch an unseren anderen Standorten anzubieten.

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 vergangenen Jahr haben wir aktiv an der Einführung des Betrieblichen Eingliederungsmanagement gearbeitet und in Abstimmung mit dem Betriebsrat am Hauptstandort Berlin wurde eine Betriebsvereinbarung zum Betrieblichen Gesundheitsmanagement (BEM) erarbeitet und verabschiedet (GRI 403-4).

Zielgruppe 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

Health Week in Zahlen

Wir haben:

- durchschnittlich ca. **6.000 Schritte** pro Tag zurückgelegt – Die FP Road Runners haben alles gegeben.
- mit **130 Kollegen** Smoothies geschlürft und dabei über den tieferen Sinn des Lebens ausgetauscht.
- ganze **180 Kilo Obst** verspeist und unsere Vitaminedepots aufgefüllt.
- rund **30 Min. meditiert** und stehen somit kurz vor der Erleuchtung – Buddha nimm dich in Acht.
- insgesamt **70 Spender** bei der DKMS Registrierungsaktion gesammelt!



Arbeitsplatz erhalten werden kann. Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wurden über die Ziele und Möglichkeiten des Betrieblichen Eingliederungsmanagements informiert. Bisher haben wir 21 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eingeladen und seit Sommer 2018 bis dato 25 positive Gespräche geführt.

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 tageweise durch »MAP« auch 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).

90% unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind unbefristet angestellt

Mitarbeiter	2018 ¹	Verhältnis	2017 ²	Verhältnis
Unbefristet	850	88 %	460	87 %
Befristet	72	7 %	55	10 %
Ausbildungsvertrag	22	2 %	9	2 %
Werkstudenten	18	2 %	7	1 %

¹ 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).

	Männer	Frauen
Mitarbeiter in Elternzeit	5	11
Rückkehrquote aus Elternzeit	100 %	nn

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 – Von Bergsteigern und Markspendern

ACT TOGETHER benennt Teamplay und Haltung als unsere Kernwerte. Diese Werte in gemeinnützigen Aktionen umzusetzen, war unser erklärtes Ziel in 2018 – mit Erfolg: Dank des kombinierten Engagements von Mitarbeitern und Unternehmensleitung konnten wir im Verlauf des Jahres eine beachtliche Anzahl an guten Taten vollbringen. »Gute Taten« klingt in unseren digitalen Zeiten leicht retro, aber angesichts der Tatsache, dass Retro gerade wieder angesagt ist – man denke nur an das Comeback der Vinylschallplatte –, dachten wir uns, wir bleiben bei der Bezeichnung. Wir freuen uns, einige Beispiele dokumentieren zu können, die auf eindrucksvolle Weise das Zitat von Henry Ford belegen: »Die wichtigsten Dinge für das Unternehmen tauchen nicht in der Bilanz auf: Die Reputation und die Menschen.«



Hilfe für Kinderhospiz

Begonnen haben wir das Jahr mit einer Spende in Höhe von 1.444,35 Euro für das Kinderhospiz Sonnenhof in Berlin-Pankow, welche von **FP** noch einmal verdoppelt wurde. Somit gingen 2.888,70 Euro an das Kinderhospiz, einen Ort für Familien, um Kraft für schwere Zeiten zu sammeln und leider auch, um Abschied zu nehmen. Unsere erste gute Tat unterstützte die laufende tägliche Arbeit im Hospiz, die Trauerarbeit und den Trauerraum. Als

Anerkennung und Dank für das Engagement verlieh uns das Hospiz eine Urkunde. Im Sommer legten einige Kollegen noch einmal nach: Die drei Sieger unseres Tippspiels zur Fußball-WM beschlossen, den gesamten Gewinn in Höhe von 120 Euro dem Sonnenhof zu spenden.

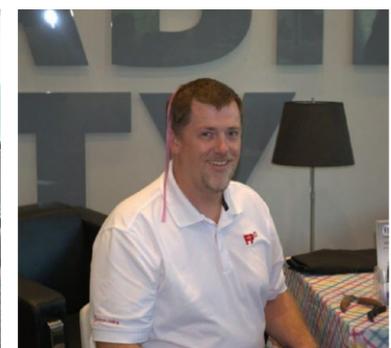
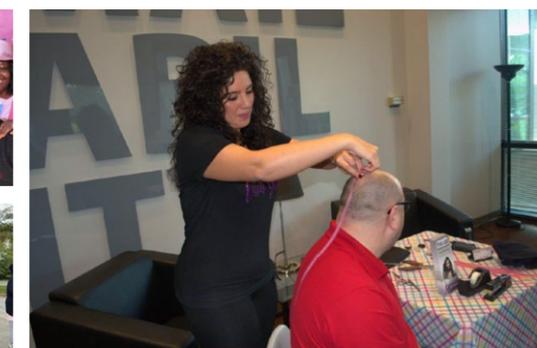
Hauptsache gesund

Im Herbst 2018 starteten in unserem Berliner Hauptquartier zum ersten Mal die **FP Health Weeks** und nahmen wir an der Corporate Health Challenge teil. Mit einem bunten Programm zeigte das engagierte Team auf originelle Art Wege zu nachhaltiger Gesundheit und Fitness.

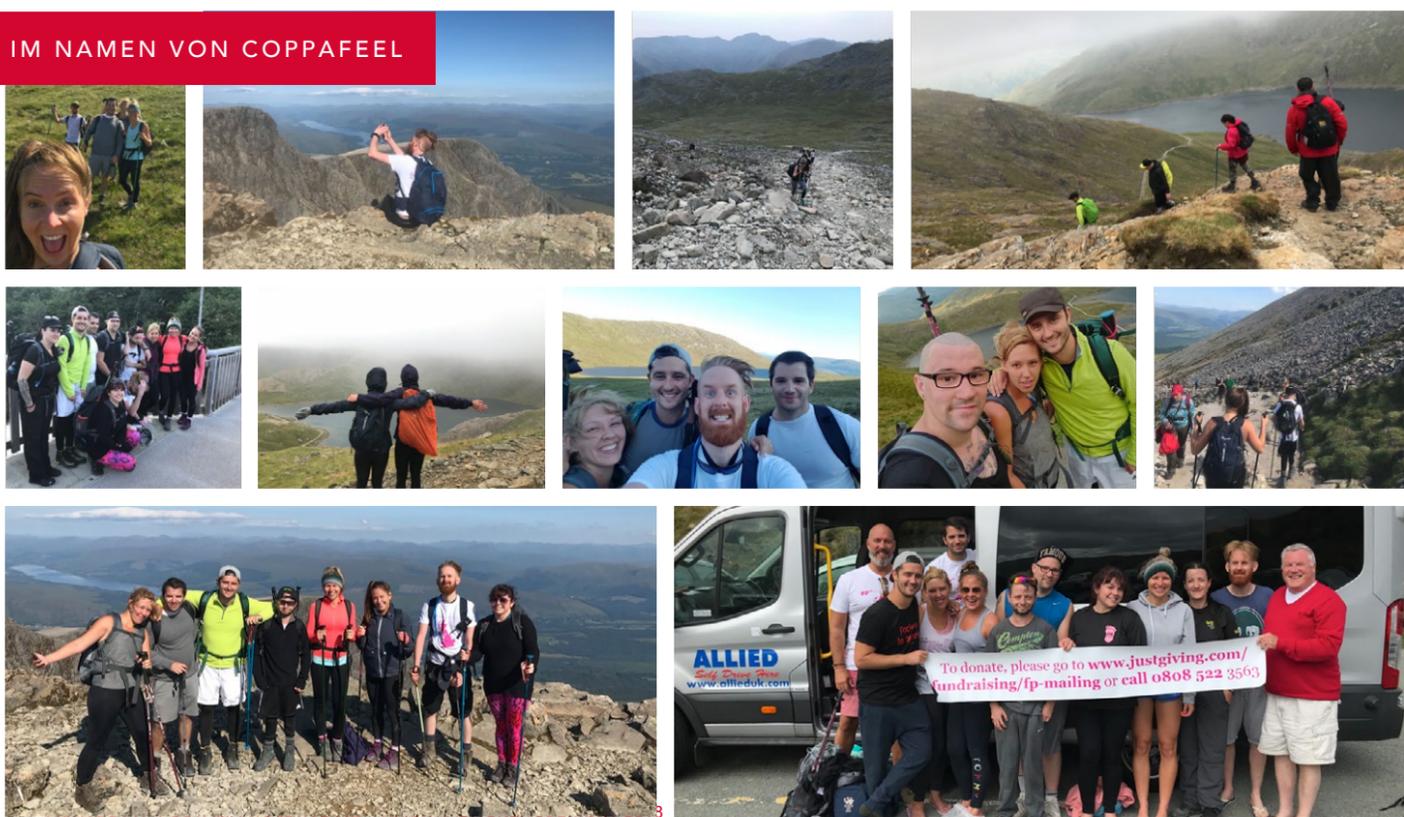


Drei Gipfel stürmen

Zehn Kolleginnen und Kollegen in Großbritannien erfanden eine sportliche Variante der guten Tat. Sie riefen die »**FP Mailing 3 Peak Challenge**« aus, um das »Charity of the Year«-Projekt in ihrem Land zu unterstützen: Coppafeel, das sich die Früherkennung von Brustkrebs auf die Fahnen geschrieben hat. Die Freizeitsportler bereiteten sich sechs Monate darauf vor, die jeweils höchsten Berge von Wales, England und Schottland zu besteigen und unterwegs über Social Media für Spenden zu werben. Die drei Gipfel, der Ben Nevis, der Scafell Pike und der Snowdon, sind allerdings recht weit voneinander entfernt. Len Fletcher, Geschäftsführer in UK, sowie Vertriebsleiter Adam Branch unterstützten das Vorhaben und fuhren die Bergsteiger mit dem Auto von Berg zu Berg, wobei sie gut 2.000 Kilometer zurücklegten. Insgesamt kamen mehr als 10.000 Pfund an Spenden zusammen.



IM NAMEN VON COPPAFEEL



Hinein in die DKMS



Alle 15 Minuten erhält ein Mensch in Deutschland die niederschmetternde Diagnose Blutkrebs. Seine größte Hoffnung ist dann die DKMS, die deutsche Knochenmarkspenderdatei. Die Organisation, die dahintersteht, will den Blutkrebs besiegen: Für jeden Blutkrebspatienten versucht sie, einen passenden Spender zu finden – überall auf der Welt. Derzeit haben sich weltweit 29 Millionen potenzielle Lebensretter registrieren lassen. Dennoch findet immer noch jeder zehnte Patient keinen Spender. Grund genug, die Anzahl der potenziellen Lebensretter zu erhöhen: Unser offizieller Registrierungstag am 9. Oktober 2018 verhalf der DKMS zu insgesamt 70 neuen Einträgen, wobei viele Kolleginnen und Kollegen bereits vorher stolze Besitzer der DKMS Spendercard waren.



Abbildung 10: DKMS Registrierungstag

Jenseits des großen Teichs

Unsere Kolleginnen und Kollegen in den USA haben sich im vergangenen Jahr im Kampf gegen den Brustkrebs engagiert. Viele von ihnen nahmen am »Living Well Cancer Research Center Bridge Walk« teil und konnten mit den dabei gesammelten Spenden zwei Brustkrebserkrankte bei der Genesung unterstützen. Überdies engagierte sich Carl Amacker, Geschäftsführer der FP Mailing Solutions, als einer von 25 Kandidaten für die Kampagne »Real Men Wear Pink« der American Cancer Society. Carl verpflichtete sich, jeden Tag im Oktober Pink zu tragen und damit Bewusstsein für die Kampagne gegen Brustkrebs zu schaffen. Zusammen mit seinem OneFP-Komitee und unserem Team in den USA sammelte er 5.183 Dollar für die »Real Men Wear Pink«-Kampagne und 876 Dollar für den »Making Strides Against Breast Cancer Walk«.



Chancen für jeden

Ein weiteres Feld unseres sozialen Engagements ist die Chancengleichheit bei der Ausbildung. FP achtet nicht nur auf Fairness bei der Einstellung seiner eigenen Auszubildenden, sondern unterstützte darüber hinaus ein unabhängiges Projekt. Der Verein Netzwerk-Chancen setzt sich deutschlandweit für Bildungserfolg und Aufstiegschancen junger Menschen aus finanzschwachen und bildungsfernen Familien ein. Mit regelmäßigen Vernetzungsveranstaltungen, Jobbörsen und Workshops verbindet er Aufstiegswillige mit erfolgreichen Aufsteigern.

Gelebte Toleranz und frohere Weihnachten

Ein Ja zur Diversität unserer Gesellschaft vervollständigte unseren letztjährigen Katalog der guten Taten. Mit dem Verein Hockey is Diversity e. V. haben wir eine Organisation unterstützt, die für ein neues Miteinander wirbt. Der Verein macht auf die ethnische und kulturelle Vielfalt in der Gesellschaft aufmerksam und ermutigt Menschen mit Migrationshintergrund, sich als Teil unserer Gesellschaft zu verstehen. Die Vielfalt, die den Sport in Deutschland schon lange bereichert, soll ein Beispiel für die ganze Gesellschaft sein. Im Eishockey zählt nicht die Herkunft, sondern die Leistung eines jeden Spielers. Und nur als Team kann man gewinnen.

Zum Jahresende schloss sich der Kreis und wir engagierten uns nochmals für krebskranke Kinder. Ein Projekt hat uns, gerade bei all dem Engagement unserer Kolleginnen und Kollegen und besonders vor Weihnachten, sehr berührt: Seit 2004 besucht und beschenkt Hockey is Diversity e. V. an Heiligabend krebskranke Kinder im Helios Klinikum Krefeld. Heute ist aus der Initiative eine schöne Tradition geworden und wir freuen uns, an Heiligabend auch einen Teil beitragen zu können. Wir haben weltweit eine besondere und originelle Fotoaktion rund um die beiden Weihnachtsmänner Santa und Claus gestartet. Hier sollten alle unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ACTiv werden – und dabei sogar etwas gewinnen können. Wir haben ein handsigniertes »Pink in the Rink«-Trikot der Eisbären Berlin verlost. Darauf haben alle Spieler der Mannschaft unterschrieben – ein absolutes Unikat im Kampf gegen den Krebs!

Weihnachtswichtel unterstützen Santa und Claus

In den Tagen rund um Nikolaus war einiges los am Standort in Berlin – viele Kolleginnen und Kollegen waren mit Eigeninitiative in einer wundervollen Angelegenheit unterwegs, die Gänsehaut schafft. Drei Paletten mit Spielzeug haben durch ihren besonderen Einsatz in einer spontanen Nacht- und Nebelaktion den Weg ins Headquarter gefunden und beim Auspacken wurden die Augen dann groß. Mit großer Freude konnten wir diese besonderen Gaben an das Kinderhospiz in Pankow und – im Rahmen

unserer Weihnachtsaktion – an die Kinderkrebstation in Krefeld verschenken. Für ganz besondere Kinder, die so tapfer und mutig kämpfen!

Im Rahmen unserer FP-Weihnachtsaktion konnten wir den Kindern der Krebsstation des Helios Klinikums Krefeld eine Freude an Heiligabend bereiten. Die alljährlichen weihnachtlichen Spenden des Hockey is Diversity e. V. haben wir mit 250 Euro tatkräftig unterstützt und durch unsere Fotoaktion mit »Santa und Claus on Tour« konnten wir diesen Betrag sogar noch um 110,50 Euro erhöhen. Für diese Fotoaktion aus dem Dezember 2018 haben wir mittlerweile einen Gewinner ermittelt, der unser handsigniertes »Pink in the Rink«-Trikot der Eisbären Berlin erhält. Glücksbringer Sven »Felle« Felski, auch »Bürgermeister von Hohenschönhausen« genannt, hat unseren stolzen Gewinner beim HiD Winter Classic in Hof vor den Augen der Zuschauer und der anwesenden Presse gezogen. »Felle« bestritt 1.000 Spiele in der DEL und wurde mit den Eisbären Berlin sechsmal Deutscher Meister. Bei der Verlosung anwesend war auch der ehemalige Eishockey-Profi Dr. Martin Hyun, der sporttechnische Leiter im Bereich Eishockey und Sledge-Eishockey der Olympischen und Paralympischen Winterspiele 2018. Begleitet wurde

die Verlosung vom Gitarristen der Söhne Mannheims, Ehrengast Andras Bayless.

Unser Dank gilt allen, die sich freiwillig für unsere vielfältigen Charity-Aktionen engagiert oder großzügig gespendet haben. Auch im Jahr 2019 werden wir ACT TOGETHER wieder mit Leben füllen und uns engagieren, um unsere Gesellschaft ein kleines Stück besser zu machen.



Abbildung 11 & 12: Bilder von der Weihnachtsaktion in der Krefelder Kinderklinik 2018
Fotos von Andreas Drabben



FP Frankreich



FP Italien



FP Kanada



FP USA



FP Deutschland



FP Kanada

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. Das kann man auch nachlesen: Seit 2010 erscheint jährlich unser Umweltschutz-, Energieeffizienz- und Arbeitssicherheitsbericht, der in Ergänzung zum Nachhaltigkeitsbericht publiziert wird.

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.

5.1 Integriertes Managementsystem – Energie- und Umwelt Umweltschutz normgerecht

Die Anforderungen der internationalen Normreihen ISO 14001, ISO 50001 und ISO 45001 (aktuell noch BS OHSAS 18001) 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 Umwelt- und Energiemanagementsystem an die Zertifizierungsanforderungen der ISO 50003 angepasst und es rezertifizieren lassen. Zur Unterstützung der risikogestützten Denkweise werden auch Ansätze aus der ISO 31000 (Risikomanagement) genutzt und umgesetzt. Der gesetzlich geforderte ASA (Arbeitssicherheitsausschuss) wurde frühzeitig 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 Beschwer-

den hinsichtlich ökologischer Aspekte, die in einem Beschwerdeverfahren 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 Stakeholdern haben wir im Jahr 2018 die strategischen Ziele des Integrierten Managementsystems überarbeitet. Das Energiemanagement aller unserer deutschen Standorte wurde erfolgreich frühzeitig rezertifiziert. In diesem Zusammenhang wurde der Zertifizierungsbereich für den Standort Langenfeld um das Umwelt- und Arbeitsschutzmanagementsystem erweitert. Die Effizienz der Strom- und Wärmeverbräuche an den deutschen Standorten konnten wir gegenüber dem Vorjahresniveau weiter verbessern.

GesagtGetanGeschafft – 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 2018: 48.890,16 Euro)
- Effizienz des Wasserverbrauchs an den Standorten oberhalb der energetischen Basis halten
- Emissionsverbrauch der FP-Autoflotte unter 65.000 kg CO₂ p.m. (2018: 57.691 kg CO₂ p.m.) halten
- Gefährdungsbeurteilungen für alle Arbeitsplatzgruppen nach §10 MuttschG bewerten
- DGUV-V3-Prüfungen für alle Geräte prüfen und erneuern
- Energetische Ausgangsbasis bei Veränderungen aktualisieren

Zudem haben wir im Jahr 2018 folgende Maßnahmen weitergeführt, eingeleitet und umgesetzt:

- Pflege unserer Gefahrstoff-, Abfall-, Energie- und Rechtsquellenkataster
- Stetige Überprüfung der integrierten Systemaspekte
- Leitlinien-, Prozess- und Richtlinienergänzungen im Mitarbeiter-Handbuch
- Informationen und Schulungen
- Aktualisierung der Gefährdungsbeurteilungen an allen Standorten
- Regelmäßige Betriebsbegehungen an unseren Standorten Berlin-Pankow, Berlin-Adlershof, Langenfeld und

Wittenberge sowie den 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 2018 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 erfüllen wir auch die aktualisierten Anforderungen von Zertifizierungsaudits nach ISO 50003. Die Entsorgungskosten beliefen sich 2018 auf knapp 42.000 Euro an allen deutschen Standorten (Vorjahr: knapp 60.000 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 war eine energetische Ausgangsbasis des Jahres 2015 für alle 19 deutschen Standorte. Sie wird jährlich überprüft und nach definierten Kriterien für jeden Standort angepasst. Da wir auch eine größere Autoflotte betreiben, werden deren Kraftstoffverbräuche von den Wärmeverbräuchen getrennt betrachtet. Unsere jährlich überprüfte energetische Ausgangsbasis bildet gleichzeitig die Kennzahl des jeweiligen Standorts für das laufende Jahr.

An allen deutschen Standorten wurden im Jahr 2018 insgesamt 1.250 MWh Strom (Vorjahr aktualisiert: 1.273 MWh), 1.970 MWh Wärme (Heizöl, Erdgas, Fernwärme) (Vorjahr aktualisiert: 2.590 MWh) und 2.221 MWh an Kraftstoffen (Vorjahr aktualisiert: 2.587 MWh) verbraucht.

Der Gesamtenergieverbrauch für alle 19 Standorte inklusive der Autoflotte lag bei insgesamt 5.441 MWh (Vorjahr aktualisiert: 6.441 MWh). Der gesamte Erfassungsumfang bezieht sich zurzeit auf die deutschen Standorte, die ausländischen Gesellschaften werden noch nicht erfasst (GRI 302-1).

5.2.2 Energieintensität – In Zukunft leuchtet LED

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

Kernziel unserer Energiepolitik 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 Bürotätigkeiten überwiegend anhand der echten Nutzungszeiten der Mitarbeiter errechnet, in Produktionen legen wir das Produktionsvolumen zugrunde. Bei den Wärmewerten sind die 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 2018 nur den spezifischen Wärmeverbrauch pro Fläche ins Verhältnis zu standardisierten Gebäudevorgaben setzen.

Im Rahmen der Erstanalysen des Stromverbrauchs zeigte sich, dass ca. 26% des Verbrauchs durch unsere bislang genutzten Beleuchtungsträger verursacht wurden. Server (mit 20%), Produktionsgeräte (mit 17%) und Rechnerarbeitsplätze (mit 11%) folgten noch vor Kompressoren und Klimageräten. Daher wurden im Jahr 2018 Investitionsrechnungen für Beleuchtungsumrüstungen an den Standorten auf LED-Beleuchtung durchgeführt.

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

5.2.3 Verringerung des Energieverbrauchs Ausgaben für Einsparungen

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

Um Energie einzusparen, haben wir an vielen unserer Standorte investiert. Das betraf zu einem guten Teil die Umrüstung auf LED-Beleuchtung, zum Weiteren die Optimierung der Heizeffizienz in Wittenberge.

Am Produktionsstandort der FP IAB haben wir 2017 im Rahmen der Hallen- und Produktionserweiterung weitere 20.000 Euro für die Umstellung auf LED-Beleuchtung investiert. 2018 konnte die durch die Erweiterung verursachte Stromverbrauchssteigerung um ca. 40% (700 kWh) vermindert werden. Die dadurch erzielte Reduzierung der CO₂-Emissionen lag bei knapp 5.000 kg p.a.

Bereits durch diese und weitere kleinere Maßnahmen ist es gelungen, den Stromverbrauch an den deutschen Standorten um rund 70.000 kWh zu senken. Die für 2019 und die kommenden Jahre noch geplante LED-Umrüstung wird zu einer Ersparnis von mindestens 100.000 kWh und damit zu einer Verbesserung der Klimabilanz um rund 60.000 kg CO₂ p.a. führen (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 dividiert durch den Verbrauch) von 168 /W auf 257 /W erhöht werden, was 53% entspricht (GRI 302-3). Im Vergleich zum Primärenergieverbrauch des Gebäudes (208,7 kWh/m²a) konnte dieser Wert mit 73 kWh/m²a auch deutlich unter dem EnEV-Anforderungswert (169,5 kWh/m²a) gehalten werden.

5.2.4 CO₂-Emissionen – Sparen, wo wir können

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

Wir verursachen in mancherlei Hinsicht CO₂-Emissionen, und das wird auch so bleiben. 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 2018 über 193 Millionen Briefsendungen (Vorjahr 196 Millionen), unsere Pkws waren 175.845 Nutzungsstunden im Einsatz (Vorjahr 186.818 Nutzungsstunden). Für die Fahrzeugflotte des Unternehmens wird ein eigenes CO₂-Flottenkataster (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.

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 2018 bereits bei 56.691 kg CO₂. Im Berichtsjahr fielen 692.290 kg CO₂ an (Vorjahr: 803.688 kg); gegliedert nach Fahrzeugtypen auf die 103 Pkws 498.890 kg, auf die 22 Transporter 193.400 kg. Damit konnten wir den CO₂-Ausstoß um 16% senken.

Einsparungen bei Scope 1 und 2

Bei der Nutzung von insgesamt 1.970 MWh Wärme aus Heizöl, Erdgas und Fernwärme (Vorjahr: 2.590 MWh) sind 1.276 t CO₂ entstanden, die unter den Scope 1 (»direkte Emissionen«) fallen, der die direkten Emissionen aus stationären sowie mobilen Energiequellen bezeichnet. Somit ergibt sich aus der Nutzung von Wärme und dem CO₂-Flottenkataster (692 t CO₂) ein Gesamtwert von 1.968 t CO₂ (Vorjahr aktualisiert: 3.049 t CO₂). Dies entspricht einer Reduzierung um 35 % (GRI 305-1).

Bei der Nutzung von 1.250 MWh Strom (Vorjahr aktualisiert: 1.273 MWh), die unter Scope 2 (indirekte Emissionen) einzuordnen sind, fielen insgesamt 750 t CO₂ an (Vorjahr aktualisiert: 764 t CO₂); hierbei werden nur die Emissionen aus der Erzeugung von Strom betrachtet (GRI 305-2).

CO₂-Emissionen, die in der vor- und nachgelagerten Wertschöpfungskette entstehen und in einem indirekten Zusammenhang mit unserer Unternehmensaktivität stehen, haben wir für das Berichtsjahr 2018 für unsere Landverkehre eines Logistikdienstleisters genauer identifizieren können.

CO₂-Emissionen infolge von Landverkehren

Für unsere Landverkehre, die wir für den Wareneingang unserer Materialien sowie für den Versand unserer Frachtmaschinen nutzen, sind insgesamt 55.970 kg CO₂ entstanden.

Sendungen	10.835
Bruttogewicht (Tonnen)	885,23
Transportproduktion (Gross Tonnen/km)	738.423,45
Transportproduktion (Taxi Tonnen/km)	924.427,50
Kraftstoffverbrauch (l)	22.773,86
Tank to Wheel CO ₂ (kg)	55.970,36
Well to Wheel	
CO ₂ (kg)	68.893,56
CO _{2e} (kg)	71.931,32
HC (kg)	31,7
NO _x (kg)	226,91
PM (kg)	8,09
SO ₂ (kg)	81,26

Tabelle 10: Statistik unserer CO₂-Emissionen für unsere auswertbaren Landtransporte

Eine Unterscheidung der Landverkehre in die vor- und die nachgelagerte Wertschöpfungskette ist derzeit nicht möglich, auch eine Gesamtheit der CO₂-Emissionen aus der

vorgelagerten Wertschöpfungskette lässt sich derzeit noch nicht im Detail ableiten (GRI 305-3).

Lieferungen von Ersatzteilen und Verbrauchsmaterial

Das **Service Part Center** an unserem Produktionsstandort in Wittenberge hat im vergangenen Jahr 31.623 Pakete mit Verbrauchsmaterialien und 5.771 Pakete mit Ersatzteilen versendet. Der Versand der insgesamt 37.394 Pakete erfolgte klimaneutral, das heißt, es sind im Rahmen von »Total Zero« alle anfallenden CO₂-Emissionen durch Klimaschutzprojekte des Logistikdienstleisters ausgeglichen worden.

Gutes für Klima, Kenia und Peru

Wir haben im vergangenen Jahr unsere Hauptversammlung klimafreundlich durchgeführt. Jedes Gramm der insgesamt rund 20.000 kg CO₂, die wir auf der Hauptversammlung durch die An- und Abreise sowie die Nutzung von Strom erzeugt haben, wurde durch ein Waldschutzprojekt in Kenia kompensiert. Zudem haben wir dort 350 Arbeitsplätze gesichert, den Bau von Schulen unterstützt und für eine nachhaltige Entwicklung im Projektland gesorgt.

Auch auf unserem internen Sommerfest in Berlin haben wir verantwortlich gehandelt und dafür gesorgt, dass es im Sinne der Nachhaltigkeit klimafreundlich ablief. Auch hier wurden alle CO₂-Emissionen, die durch unsere Anreise, unsere Übernachtungen und unser gemeinsames Abendessen entstanden sind – insgesamt 11.000 kg CO₂ – durch ein Klimaprojekt in Peru kompensiert. Wir haben in einer der ärmsten Regionen des Landes die Bekämpfung von Mangelernährung unterstützt sowie bei der Anlage von Gemeindegärten geholfen und damit für eine langfristige Versorgung mit frischen und gesunden Lebensmitteln gesorgt.

ACTiv werden – unsere Baumsamen

Auf unserer Hauptversammlung und auch bei unserem Sommerfest haben wir mehr als 500 Papiertüten mit Robinien- und Tannensamen an unsere Investoren und Kollegen verschenkt, mit der Aufforderung, gemeinsam mit **FP** für nachhaltiges Wachstum zu sorgen. Die Robinie ist übrigens ein Baum der Zukunft, der schnell wächst und eines der Laubbäume ist, aus dem unsere Kinderspielplätze gebaut werden.

Zusammenfassung

Insgesamt verursachten wir 2018 durch die Nutzung von Wärme und Strom, unseren Fuhrpark und unsere derzeit auswertbaren Landverkehre 3.362 t CO₂ (Vorjahr: 3.808 t CO₂), dies entspricht 16,5 t CO₂ pro Million Euro Umsatz oder 3,19 t CO₂ pro Mitarbeiter (im Vorjahr korrigiert:

3,57 t CO₂ pro Mitarbeiter) (GRI 305-4). Das bedeutet eine Verbesserung um 10,7 % in 2018 im Vergleich zum Vorjahr (GRI 305-5).

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

Weiter geht's

Im Jahr 2019 wurden für unsere deutschen Standorte am Hauptsitz in Berlin, an unserem Produktionsstandort in Wittenberge und an den Standorten der **FP**-Tochter freesort 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. Gemessen an den Verbräuchen aus dem vergangenen Jahr werden wir ca. 550.000 kg CO₂ durch die Nutzung von Ökostrom einsparen, was rund 75 % unserer CO₂-Emissionen im Bereich Strom entspricht.

Übrigens: Bei der Errechnung der CO₂-Emissionen bedienen wir uns der Empfehlungen des Umweltbundesamtes und runden zudem die angegebene Grammmzahl 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

Lagerort	ohne Gefährlichkeitsmerkmale	mit Gefährlichkeitsmerkmalen	Summe
Standort Berlin-Pankow	43	13	56
Standort Berlin-Adlershof	10	21	31
Standort Wittenberge	15	15	30
Standort Langenfeld	3	1	4
Standort Service	5	1	6
nicht mehr verwendet	15	7	22

Tabelle 11: Übersicht der Gefahrstoffe

Bewirtschaftung von Abfällen sicherstellen. Abfälle werden daher getrennt gehalten und behandelt, um sie in die Kreislaufwirtschaft zurückführen zu können. Wir erstellen jährlich Mengenbilanzvergleiche mit Abfallbilanzen und ermitteln die Verhältnisse der Abfallarten.

Relevant ist hierbei die Reduzierung (- 3,7 %) unserer Abfälle auf 230,2 t (Vorjahr: 238,7 t). Im Jahr 2018 konnten wir die vorhandenen Kostensteigerungen bei den Abfällen deutlich unter dem Zielwert von 60.000 Euro halten (48.890,16 Euro). An unseren deutschen Standorten fielen 230,2 t (davon 1,0 t gefährliche) Abfälle an (GRI 301-1). Der Anteil der gefährlichen Abfälle stieg im Vergleich zum Vorjahr leicht um 0,48 % an (GRI 306-2). Es gibt keine Exporte von Abfällen gemäß dem Basler Übereinkommens (GRI 306-4).

5.2.6 Gefahrstoffe – Einsatz deutlich reduziert (GRI 103-1, GRI 103-2, GRI 103-3)

An unseren Standorten werden zurzeit 127 Gefahrstoffe genutzt, davon 76 ohne Gefährlichkeitsmerkmale, was 60 % entspricht. Sechs Gefahrstoffe sind an zwei oder allen Standorten im Einsatz. Im Vergleich zum Vorjahr verwenden wir 7 Gefahrstoffe mit Gefährlichkeitsmerkmalen nicht mehr.

Der größte Anteil der am Standort Berlin-Pankow genutzten 56 Stoffe wird nur in Kleinstmengen gelagert bzw. in der Entwicklung verwendet. An den produzierenden Standorten Berlin-Adlershof und Wittenberge werden jeweils 30 bzw. 31 Stoffe genutzt. Gelistet wurden alle Stoffe, für die Sicherheitsdatenblätter erforderlich sind. Hierzu zählen beispielsweise auch unsere Tinten, da diese zwar der Wassergefährdungsklasse 1 unterliegen, aber keine Gefahren- (GHS H) oder Sicherheitshinweise (GHS P) benötigen. Kontaktsprays, Caramba oder Raster Clean sind Stoffe, für die es entsprechende zu beachtende Gefahren- und Sicherheitshinweise gibt – auch wenn sie nur in Kleinstmengen zum Einsatz kommen. Bevor ein potenzieller Gefahrstoff bei uns zur Anwendung kommt oder

eine weitere Verwendung findet, werden zuvor alle davon ausgehenden Gefährdungen für die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeiter und unserer Kunden sowie die Umweltauswirkungen beurteilt und geprüft (GRI 306-3).

5.2.7 Wasser

Wichtiges 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 (1.171 m³), Wittenberge (467 m³) und Adlershof (311 m³) sowie am Hauptstandort in Berlin (1.715 m³) liegt bei insgesamt 3.664 m³. Gemessen an den Nutzungsstunden beträgt der Wasserverbrauch 4,22 Liter pro Nutzungsstunde (Vorjahr: 4,66 Liter pro Nutzungsstunde). Ziel ist, den Wasserverbrauch 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 eingesetzten Tinten entsprechen lediglich der Wassergefährdungsklasse 1.

WGK ¹⁾	0	1	2	3	Gesamt
Anzahl Stoffe ²⁾	8	85	29	2	124

¹⁾ WGK = Wassergefährdungsklasse nach WHG (Wasserhaushaltsgesetz),
²⁾ zentrales Gefahrstoffverzeichnis

Tabelle 12: 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 NICHTFINANZIELLEN ERKLÄRUNG DER FRANCO-TYP-POSTALIA HOLDING AG GEMÄSS DEN ANFORDERUNGEN DES CSR-RICHTLINIE-UMSETZUNGSGESETZ (CSR-RUG)

Allgemeine Anforderungen		Kapitel
§ 289c, Absatz 1 HGB	Geschäftsmodell	1.1, 1.2
§ 289c, Absatz 3, Satz 1 und Satz 2 HGB	Konzept und Strategie einschließlich der Ergebnisse	1.2, 1.5.2
§ 289c, Absatz 3	Wesentlichkeitsbestimmung	1.6
§ 289c, Absatz 3, Satz 3 HGB	wesentliche Risiken der eigenen Geschäftstätigkeit	2.3
§ 289c, Absatz 3, Satz 4 HGB	wesentliche Risiken, die mit den Geschäftsbeziehungen und Dienstleistungen verknüpft sind	2.2, 2.3, 3.1, 3.2
§ 289c, Absatz 3, Satz 5 HGB	nichtfinanziellen Leistungsindikatoren	2., 3., 4., 5.
§ 289d HGB	Rahmenwerk	1.6
Umweltbelange	wesentliches Thema	
§ 289c, Absatz 2, Satz 1 HGB	Ressourcenschonung	5.1
	Ressourcenschutz	5.2
	Integriertes Managementsystem	1.5, 5.1
Arbeitnehmerbelange	wesentliches Thema	
§ 289c, Absatz 2, Satz 2 HGB	Personalentwicklung	4.2
	Unternehmenskultur	4.1, 4.5
	Diversity und Frauenquote	4.3
	Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz	4.4
Kunde	wesentliches Thema	
§ 289c (2) HGB	Produktqualität	3.2
	Produkteffizienz	3.1, 3.2
	Produktsicherheit	3.2
	Nachhaltigkeit in der Lieferkette	3.3
	Forschung, Entwicklung und Innovation	3.2
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 Frankiermaschinensegment 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 Frankiermaschinensegment 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 Frankiermaschinensegments 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. Ähneln 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 eingescanneten 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 Prozent 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

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.

»Die wichtigsten Dinge für das Unternehmen tauchen nicht in der Bilanz auf: Die Reputation und die Menschen.«

Henry Ford