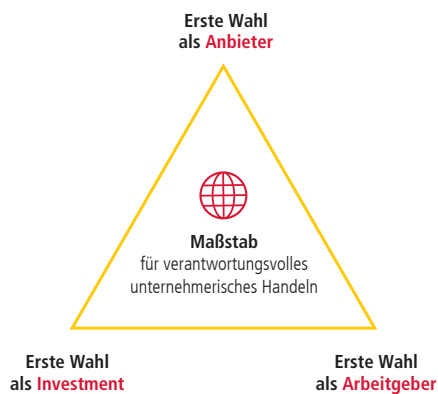


## Strategie G4 18 - 21, 24 - 27

✓ Unser Handlungsauftrag besteht darin, Menschen zu verbinden und ihr Leben zu verbessern. Mit unserem Produkt- und Dienstleistungsspektrum und der nahezu weltweiten Präsenz ermöglichen wir Einzelpersonen wie Unternehmen die Teilnahme am Welthandel und leisten einen Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung. Wir haben uns dazu verpflichtet, weltweit Standards für ethisch und rechtlich korrekte Geschäftsabläufe einzuhalten, den größtmöglichen Wertbeitrag in lokalen Gesellschaften zu leisten, Verantwortung für unsere Mitarbeiter zu tragen und die Umweltauswirkungen unseres Geschäfts so gering wie möglich zu halten. Auf diese Weise fördern wir das nachhaltige Wachstum des Konzerns und sichern Arbeitsplätze weltweit.

### Ziele der Konzernstrategie ✓



Mit der Konzernstrategie 2020: Focus.Connect.Grow. setzen wir klare Prioritäten und richten unser Handeln auf Nachhaltigkeit und unternehmerische Verantwortung aus. Unser Anspruch ist, sowohl den Anforderungen des operativen Geschäfts und den Interessen unserer Stakeholder als auch den Bedürfnissen von Umwelt und Gesellschaft gerecht zu werden. Wir wollen zur ersten Wahl als Anbieter, Arbeitgeber und Investment werden – und zum Maßstab für verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln. Bei der Wahl ihres Dienstleisters berücksichtigen Kunden zunehmend dessen gesamten gesellschaftlichen Wertbeitrag. Mitarbeiter beurteilen die Attraktivität ihres Arbeitgebers nach dessen ethischen Grundsätzen und dem sozialen wie ökologischen Engagement. Auch Investoren achten bei ihrer Anlageentscheidung immer häufiger auf Kriterien der unternehmerischen Verantwortung. Somit besteht ein direkter Zusammenhang zwischen unseren Geschäfts- und Nachhaltigkeitszielen. ✓

### Strategie im Spiegel der UN-Nachhaltigkeitsziele ✓



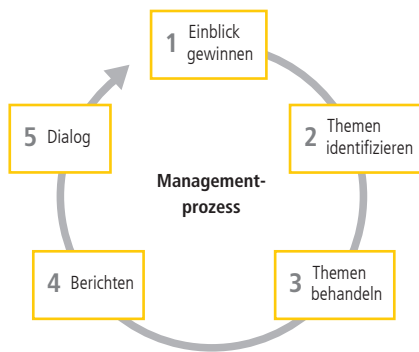
Als langjähriger Partner der Vereinten Nationen wollen wir die Ziele für nachhaltige Entwicklung (Sustainable Development Goals, SDGs) unterstützen. Folgende Ziele reflektieren unsere Verantwortung in besonderer Weise:

- **SDG 4 „Hochwertige Bildung“:** Unseren Mitarbeitern bieten wir mit umfangreichen Weiterbildungsangeboten lebenslange Entwicklungsmöglichkeiten. Weltweit verbessern wir gemeinsam mit Partnerorganisationen die Bildungs- und Berufschancen junger Menschen.  
→ Mitarbeiter, Seite 50; Gesellschaft, Seite 60
- **SDG 8 „Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum“:** Wir verbinden Menschen und tragen dazu bei, ihr Leben zu verbessern, indem wir den globalen Handel erleichtern, wirtschaftliches Wachstum unterstützen und weltweit Arbeitsplätze schaffen.  
→ Mitarbeiter, Seite 38
- **SDG 11 „Nachhaltige Städte und Gemeinden“:** Wir bieten einer wachsenden Bevölkerung nachhaltige Logistiklösungen und verbessern die Luftqualität in urbanen Räumen mit sauberen Abhol- und Zustellkonzepten. Durch unser Engagement im Bereich Katastrophenschutz und -hilfe sowie für geflüchtete Menschen fördern wir nachhaltige Gemeinschaften.  
→ Umwelt, Seite 73; Gesellschaft, Seite 59
- **SDG 13 „Maßnahmen zum Klimaschutz“:** Mit unserem ambitionierten Klimaziel und „grünen“ Lösungen tragen wir zum Erreichen der Ziele des Pariser Klimaschutzabkommens (COP 21) bei.  
→ Umwelt, Seite 67
- **SDG 17 „Partnerschaften zur Erreichung der Ziele“:** Partner- oder Mitgliedschaften in nationalen und internationalen Organisationen sind für uns von strategischer Bedeutung. Zum Beispiel nutzen wir unsere Mitgliedschaft im Weltwirtschaftsforum, um Themen der Nachhaltigkeit mitzugestalten. Seit vielen Jahren kooperieren wir mit Organisationen der Vereinten Nationen im Rahmen unserer Konzernprogramme im Katastrophenmanagement.  
→ Anhang, Seite 82

**Strategische Ausrichtung kontinuierlich überprüfen ✓**

Mit dem Anspruch, unsere Performanz im Bereich der unternehmerischen Verantwortung kontinuierlich zu verbessern, beziehen wir die Erwartungen der Stakeholder an unser Unternehmen in sozialen und ökologischen Fragen methodisch ein und stellen dies durch einen mehrstufig organisierten Managementprozess sicher.

**Managementprozess der Unternehmensverantwortung ✓**



Ausgangspunkt sind die Informationen, die wir im Dialog mit unseren Anspruchsgruppen und durch ausführliche Stakeholder-Befragungen gewinnen. Zudem nutzen wir Erkenntnisse aus unserem strategischen Themenmanagement (Issues Management), das ein intelligentes Echtzeit-Monitoring von mehr als 20.000 Online-Medien und Social-Media-Quellen beinhaltet.

In einem zweiten Schritt führen wir im zweijährlichen Turnus eine Materialitätsanalyse durch, um systematisch materielle Themen zu identifizieren und dafür konkrete Maßnahmen, Ziele und Kennzahlen festzulegen.

Die Relevanz der Themenschwerpunkte aus der Materialitätsanalyse wird fortlaufend überprüft. Regelmäßig teilen wir unsere Fortschritte mit den internen Entscheidungsgremien und berichten extern im jährlichen Bericht zur Unternehmensverantwortung. Im Rahmen unserer Stakeholder-Formate fördern wir die Diskussion über Themen der unternehmerischen Verantwortung. Die aus diesem kontinuierlichen Prozess gesammelten Erkenntnisse fließen abermals in den Managementkreislauf ein.

**Materielle Themen bestätigt ✓**

Im Berichtsjahr haben wir die bereits zwei Jahre zuvor ermittelten materiellen Themen mithilfe qualitativer Interviews auf Aktualität und Vollständigkeit überprüft und somit noch konkreter ermitteln können, welche Erwartungen unsere Stakeholder in Bezug auf die materiellen Themen an unser Unternehmen haben. Als Ergebnis wurden die in der Materialitätsanalyse 2015 identifizierten Themen im Wesentlichen bestätigt. Neu hinzugekommen ist das übergreifende Thema „Achtung der Menschenrechte“; dagegen wurde das Thema „Lärm“ weniger hoch priorisiert als zuvor. Die Vertreter der verschiedenen Anspruchsgruppen haben in den Ergebnissen stärker gewichtet, auf welche Themen das Unternehmen einen direkten Einfluss ausüben kann.

→ Anhang, Seite 81

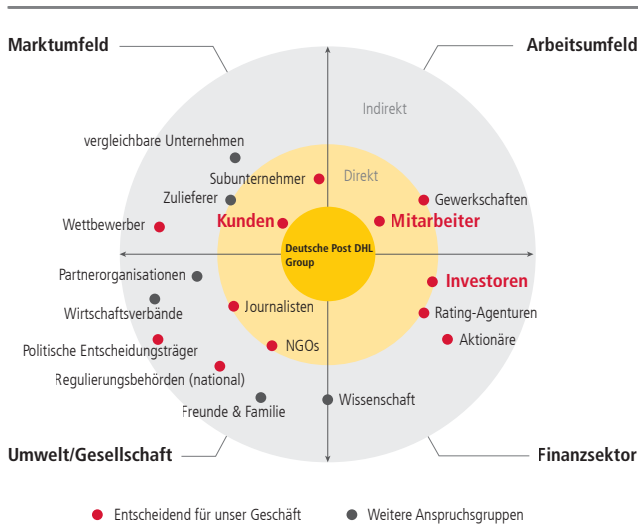


Für die materiellen Themen wurden Steuerungsgrößen und Ziele festgelegt, anhand derer wir auch den Fortschritt bei der Implementierung unserer Unternehmensstrategie im Hinblick auf unternehmerische Verantwortung überprüfen. Da diese Informationen für unser Geschäft sensible Daten betreffen, verzichten wir teilweise auf die externe Berichterstattung. Über die Fortschritte in den einzelnen Themen berichten wir in den jeweiligen Kapiteln dieses Berichts.

## AUSTAUSCH MIT ANSPRUCHSGRUPPEN

Von strategischer Bedeutung und fester Bestandteil unseres Managementprozesses ist der regelmäßige, offen und konstruktiv geführte Austausch mit unseren Stakeholdern, vor allem den Kunden, Mitarbeitern und Investoren. Dies ist auch ein wichtiges Instrument, um gemeinsam mit ihnen Lösungsansätze für zukünftige gesellschaftliche und unternehmerische Herausforderungen zu verwirklichen.

### Anspruchsgruppen von Deutsche Post DHL Group



Für den Austausch nutzen wir regelmäßige zielgruppenspezifische Dialogformate.

- **Kunden:** Befragungen zur Kundenzufriedenheit, Marktforschung, Kundenkonferenzen, Workshops zu innovationsbezogenen Themen in unseren beiden Innovation Centern in Troisdorf und Singapur, Social-Media-Kanäle und Logistics Newsroom. Unser globales Kundenmagazin „Delivered.“ erscheint fünfmal jährlich, bietet umfassende Informationen und Expertenmeinungen zu Logistiklösungen, Industrie und Sektorentrends.
- **Mitarbeiter:** Umfragen wie die jährliche Mitarbeiterbefragung, der Employee Trend Monitor sowie verschiedene interne Medien, Online-Medien und Social-Media-Kanäle
- **Investoren:** jährliche Regelveranstaltungen wie die Hauptversammlung und Bilanzpressekonferenzen zur Bekanntgabe der Jahres- und Quartalsergebnisse, Investoren-Roadshows und Investoren-Konferenzen sowie sogenannte Tutorial Workshops

An oberster Stelle stehen für uns Engagements in nationalen und internationalen Foren, bei denen wir die Möglichkeit haben, übergreifende Themen aktiv mitzugestalten. Aufolgenden Veranstaltungen im Berichtsjahr wurde der technische Fortschritt in der Logistikbranche besonders intensiv diskutiert:

- **Weltwirtschaftsforum in Davos (Januar 2017):** Diskussion und Austausch von Lösungsansätzen mit Entscheidern und führenden Experten der Logistikbranche. Schwerpunktthemen in Davos wie auch auf regionalen Gipfeltreffen in Afrika, Indien, Naher Osten/Nordafrika waren die vierte industrielle Revolution, inklusives Wachstum sowie verantwortungsvolle Führung in einer von tiefgreifenden Veränderungen geprägten Welt.
- **Capital Markets Day (Mai 2017):** Bestandsaufnahme der Strategie 2020 und ausführliche Diskussion mit Investoren
- **Smart City Forum in Bad Hersfeld (Juni 2017):** Im Austausch über wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklungen wird als Ergebnis unser neuer Zustellroboter, der PostBOT, erstmalig und schneller als geplant im realen Einsatz getestet.
- **Trends in der Robotik (November 2017):** Konferenz und Diskussion mit Investoren über innovative Lösungswege in unserer Lieferkette

Die Dialogformate basieren auf unserer Stakeholder-Engagement-Richtlinie, die dem internationalen Stakeholder Engagement Standard AA1000 SES folgt. Wir stellen interne Austauschplattformen zur Verfügung und bieten Trainingsmöglichkeiten an, um die Orientierung der Mitarbeiter an unsere Anspruchsgruppen und ihre Kenntnis der Richtlinie weiter zu verbessern.

## EXTERNE ANERKENNUNG

Anhand ökonomischer, ökologischer, sozialer und ethischer Maßstäbe bewerten Rating-Agenturen und andere Institutionen unsere Leistungen in der Unternehmensverantwortung unabhängig und nach eigenen Grundsätzen. Darüber hinaus nutzen wir Kundenplattformen, um unsere eigenen Leistungen als Anbieter extern bewerten zu lassen.

Im Berichtsjahr wurde die Leistung von Deutsche Post DHL Group wiederholt von Kunden, Umweltorganisationen, Sozialverbänden und anderen Institutionen mit Auszeichnungen geehrt. Dies spiegelt die weltweit große Anerkennung unserer Aktivitäten in der Unternehmensverantwortung wider.

Zunehmend dienen nichtfinanzielle Kennzahlen und Bewertungen von CR-Rating-Agenturen als Grundlage für Investitionsentscheidungen. Bereits mehr als 40 Prozent unseres Aktienkapitals wird von Unterzeichnern der UN Principles for Responsible Investment gehalten. Damit verpflichten sich die Investoren unter anderem, sich bei den investierten Unternehmen für mehr Transparenz in der nicht-finanziellen Berichterstattung einzusetzen. Das Rating oder die Zugehörigkeit eines Unternehmens in einem ESG-Index sind auch für Kunden immer häufiger ein zusätzliches Kriterium bei ihrer Auftragsvergabe.

Für unser Unternehmen haben die Bewertungen der Rating-Agenturen und die Zugehörigkeit zu ESG-Indizes vor allem strategische Bedeutung. Bei der Überprüfung der Ausrichtung unserer Aktivitäten in Bezug auf unternehmerische Verantwortung nutzen wir sie als Benchmark-Vergleich. Zudem sind Rating-Agenturen eine der Anspruchsgruppen, die wir im Rahmen der Materialitätsanalyse in unsere Stakeholder-Befragung einbeziehen.

## Ratings und Indexzugehörigkeiten bestätigt

Die positiven Bewertungen durch die diversen Rating-Agenturen oder ESG-Performance-Plattformen wurden im Berichtsjahr erneut bestätigt. Darüber hinaus wurde der Konzern erstmals auch in zwei Indizes aufgenommen, die ausschließlich Maßnahmen in den Aspekten Vielfalt und Inklusion sowie Mitarbeiterentwicklung oder Mitarbeiterangebote bewerten. Deutsche Post DHL Group wurde in den Thomson Reuters IX Global Diversity & Inclusion Index und in den Bloomberg Gender Equality Index (BBGEI) aufgenommen. Der Thomson Reuters Index umfasst 100 börsennotierte Unternehmen, die aus 6.000 Unternehmen ausgewählt wurden. Bloomberg stellte im Berichtsjahr zum ersten Mal einen sektorübergreifenden BBGEI zusammen, der aus 104 Unternehmen besteht.

Wesentliche Erfolge im Berichtsjahr waren die Bestätigung als Mitglied in den beiden CR-Indizes DJSI World, DJSI Europe und FTSE4Good Index. Zum vierten Mal in Folge konnten wir im MSCI das Spitzen-Rating „AAA“ im Transportsektor erzielen. Nach wie vor ist Deutsche Post DHL Group das einzige Logistikunternehmen mit dieser maximalen Bewertung. Oekom Research hat unser Unternehmen im Prime Status bestätigt. Die Performanz unserer Umweltschutzmaßnahmen wurde von CDP mit A- bewertet. Damit zählt Deutsche Post DHL Group zu den Branchenführern der DACH-Region (Deutschland, Österreich, Schweiz).

Auch als Anbieter konnten wir unsere guten Bewertungen halten. So erzielten wir bei Responsible Business Alliance 93 Prozent und werden damit als niedriges Risiko eingestuft; EcoVadis bestätigte den „Gold Standard“. Damit gehören wir zu den Top-1-Prozent aller bewerteten Unternehmen.

### Wesentliche Rating-Agenturen und Indizes



FTSE4Good



In Collaboration with RobecoSAM