



Innehållsförteckning

2	VD-ord
4	PostNords arena
5	Intressentdialog och väsentlighetsanalys
6	Styrning och mål
9	Ägare
10	Samhälle
11	Kapitalmarknad
12	Kunder
15	Externa partners
17	Medarbetare
21	Miljö
25	Leverantörer
26	Hållbarhetsdata
29	Redovisningsprinciper
32	Bestyrkanderapport
	Kontaktuppgifter



PostNords
målsättningar



Så minskar vi våra
koldioxidutsläpp



PostNords roll
i samhället



Så ökar vi
våra kunders
konkurrenskraft

Om redovisningen

Hållbarhetsredovisningen 2012 är koncernens fjärde hållbarhetsredovisning. Den vänder sig till dig som vill få en bild av hållbarhetsarbetet under det gångna året och ambitionerna för framtiden. Redovisningen omfattar, om inte annat anges, de nordiska verksamheterna, då huvuddelen av koncernens försäljning och medarbetare finns i denna region. Föregående redovisning publicerades den 15 mars 2012. Information om tillämpade redovisningsprinciper samt avgränsningar finns beskrivna i Redovisningsprinciper. Hållbarhetsredovisningen är upprättad enligt Global Reporting Initiatives (GRI:s) riktlinjer för hållbarhetsredovisning, version 3.0, tillämpningsnivå C+. Hållbarhetsredovisningen har fastställts av PostNords styrelse den 21 februari 2013. Ernst & Young AB har översiktligt granskat PostNords hållbarhetsredovisning för 2012 och bekräftat att den har upprättats enligt Global Reporting Initiatives tillämpningsnivå C+. En korsreferenstabell enligt GRI finns på koncernens hemsida www.postnord.com.



Läs mer om
PostNords utveckling
i Årsredovisningen.

PostNord erbjuder kommunikations- och logistiklösningar till, från och inom Norden. Vi har bland annat de viktiga samhällsuppdragen att svara för posttjänsterna i Sverige och Danmark. Vi är också den ledande aktören inom affärskommunikation i Norden och en av de största logistikaktörerna i regionen.

Varje arbetsdag distribuerar vi 11 miljoner brev, 400 000 paket och 11 000 pallar med gods. Vi lyssnar på och för dialog med våra kunder för att genomföra ständiga förbättringar och erbjuda lösningar som stärker kundernas konkurrenskraft.

Vår roll.

Vårt ansvar.

PostNords aktiva arbete med kvalitets- och miljöfrågor skapar värde för våra kunder, ägare och andra intressenter samt ökar deras förtroende för oss som aktör. Ett gott ledarskap och engagerade medarbetare är avgörande för våra möjligheter att skapa nya affärer och förbättrar våra förutsättningar att fortsätta leverera högkvalitativa kommunikations- och logistiklösningar.

PostNords verksamhet bygger på transporter och vi arbetar kontinuerligt med att minska vår miljöbelastning. Förbrukar vi mindre bränsle så minskar vi våra kostnader och stärker vår konkurrenskraft – samtidigt som vi reducerar vår miljöpåverkan.

Hållbart företagande skapar hållbara affärer

Vi skapar värde för våra kunder, ägare och andra intressenter när vi effektivt hanterar och distribuerar fysiska och digitala försändelser. Med en öppen intressentdialog säkerställer vi att vi utvecklar våra erbjudanden och vår verksamhet i rätt riktning.

Omställningar och investeringar för framtiden

PostNords nettoomsättning 2012 minskade med 1 procent till 38 920 (39 466) MSEK. Rörelseresultatet uppgick till 364 (1 571) MSEK och rörelsemarginalen till 0,9 (4,0) procent. Justerad rörelsemarginal¹⁾ uppgick till 4,0 (4,7) procent.

PostNords redovisade resultat för 2012 präglas av de stora omställningar som koncernen har genomgått. Vår strategi syftar till att ompositionera verksamheten i förhållande till marknadsutvecklingen. De stora investeringar som genomförs i den svenska terminalstrukturen är centrala för att vi ska kunna möta de kraftiga förändringar i brev- och paketvolymerna som förutses.

Att vi har chefer och ledare som utövar ett effektivt ledarskap under förändring och att vi har engagerade medarbetare, är avgörande för att vi ska vara framgångsrika även i morgon. Det är en utmaning att ständigt anpassa verksamheten till förändrade förutsättningar, effektivisera och minska kostnader. Men åtgärderna är nödvändiga och vi strävar efter att agera både effektivt och ansvarsfullt vid all omställning.

Leveransprecision skapar värde

Hög leveransprecision och kvalitet i hela kedjan är viktiga konkurrensfördelar som är avgörande för vår trovärdighet och möjlighet att göra affärer. Leveransprecision är en av de viktigaste framgångsfaktorerna för våra kunder och kvaliteten i våra leveranser är därför av största vikt. Det är glädjande att konstatera att leveranskvaliteteten för övernattbefordran av 1:a-klassbrev sammantaget har ökat i koncernen.

Minskade koldioxidutsläpp

För att mottagaren ska få sin leverans i rätt tid använder vi olika transportslag. Väg- och flygtransporter står för 88 procent av koncernens totala koldioxidutsläpp. Reducering av koldioxidutsläpp är prioriterat och vi arbetar målmedvetet mot vårt övergripande mål att minska koldioxidutsläppen med 40 procent mellan åren 2009 och 2020.



En öppen dialog

En förutsättning för att PostNord ska leva upp till de krav, förväntningar och önskemål som ställs på oss är att vi vet om och tar till oss de frågor som är viktiga för våra intressenter. Bland viktiga intressentdialoger bör nämnas våra dialoger med beslutsfattare och opinionsbildare, då utformningen av framtidens servicekrav och i förhållande till pågående marknadsförändringar är central.

Våra kunders tilltro till oss som leverantör och affärspartner är avgörande för vår förmåga att generera värde och dialogen med såväl kunder som samarbetspartners i vårt servicenätverk är av största vikt. Vi genomför regelbundet mätningar av kundernas och allmänhetens uppfattning om oss, mätningar som hjälper oss att utvecklas.

Den interna dialogen inom företaget är viktig då gott ledarskap och engagerade medarbetare är avgörande för utveckla vår verksamhet i rätt riktning. Under året har vi genomfört omfattande insatser för att stärka medarbetarnas kunskap och insikt kring PostNords marknadsförutsättningar och strategi.

Vårt ansvar är att förändras

PostNord stödjer FN:s Global Compact-principer och vårt ansvar innefattar även områden utanför vår egen verksamhet. Våra marknader förändras och erbjuder nya affärsmöjligheter. Vi har ett ansvar mot oss själva och vår omgivning att ständigt utvecklas och ständigt arbeta med förbättringar för att tillvarata dessa möjligheter och skapa värde.

Lars Idermark

Verkställande direktör och koncernchef

¹⁾ Rörelsemarginal före omstruktureringkostnader och engångseffekter.



Viktiga händelser 2012

- Fortsatt implementering av koncernstrategi Roadmap PostNord 2015. Strategin syftar till att ompositionera verksamheten i förhållande till marknadsutvecklingen, säkra lönsamhet inom Mail och generera fortsatt expansion inom Logistik.
- Koldioxidutsläppen från PostNords verksamhet minskade med 5% jämfört med föregående år.
- 65 MSEK öronmärktes till koncernens Klimatfond.
- Medarbetarindex (MIX) och ledarskapsindex (LIX) ökade till 63 (57)% respektive 65 (59)%.
- Leveranskvaliteten för 1:a-klassbrev (över natt) i Sverige och Danmark uppgick till 95,4 (94,7)% respektive 93,5 (94,0)%.
- Fortsatta investeringar i terminalstrukturen. Investeringarna innebär ökad flexibilitet, effektivitet och lönsamhet samt skapar förutsättningar för minskade koldioxidutsläpp.

PostNords arena

PostNords intressenter har olika krav och förväntningar på koncernen. Dessa kan snabbt förändras när marknadsförutsättningarna i kommunikations- och logistikbranschen ändras. Att förstå

intressenternas syn på oss och vår verksamhet är en förutsättning för att kunna skapa och erbjuda de tjänster som efterfrågas – idag och i morgon.

Miljö

PostNords verksamhet kräver omfattande transporter. Miljökraven ökar och reduktion av koldioxidutsläpp är en prioriterad fråga.

Läs mer på sid. 20-24, 26

Leverantörer

Varje år köper PostNord in varor och tjänster för miljardbelopp. Utgångspunkten är att enbart teckna avtal med parter som förbinder sig att följa PostNords kod för leverantörer.

Läs mer på sid. 25

Ägare

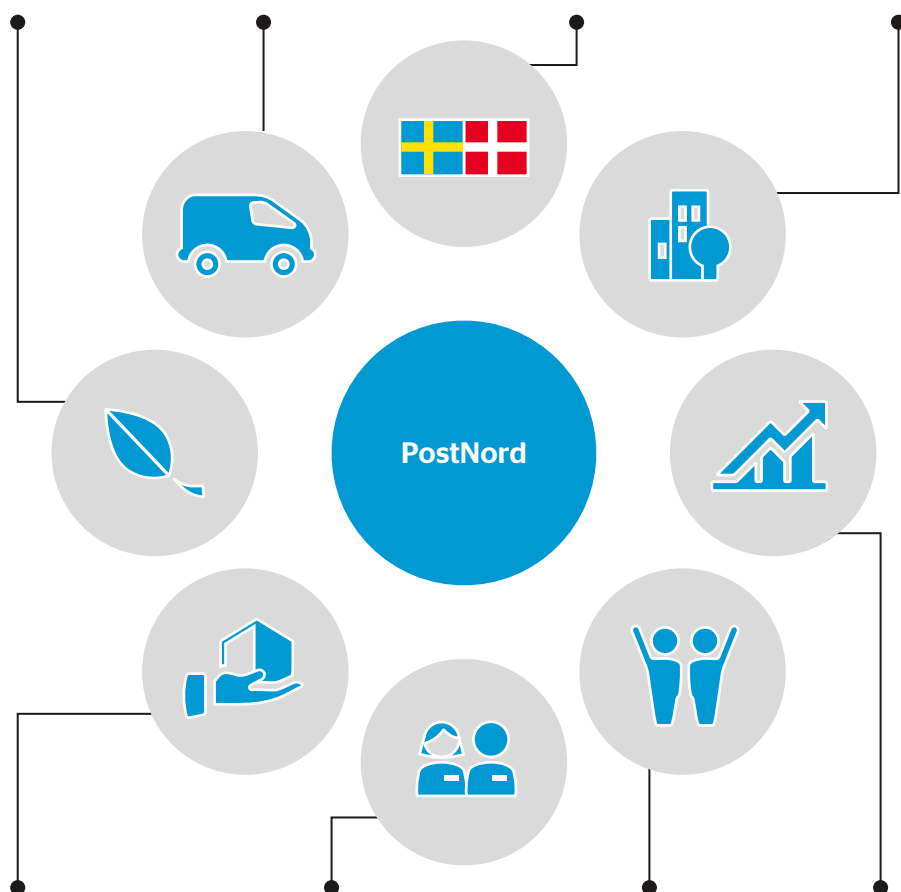
PostNord ägs till 60% av svenska staten och till 40% av danska staten. Det övergripande uppdraget från ägarna är att PostNord ska skapa värde och säkerställa utförandet av en samhällsomfattande posttjänst.

Läs mer på sid. 9

Samhälle

PostNord är en viktig samhällsaktör. Med en långsiktig, stabil och lönsam affär skapas möjligheter att möta och överträffa krav på miljöanpassning och socialt ansvar.

Läs mer på sid. 10-11



Externa partners

PostNord har idag 4 879 utlämningsställen, varav 4 363 i externa partners regi. Dessa spelar en viktig roll för PostNords möjlighet att erbjuda kunderna god service.

Läs mer på sid. 15

Medarbetare

Med knappt 40 000 medarbetare är PostNord en av Nordens största arbetsgivare vilket innebär ett stort socialt ansvar. Att vara en attraktiv och utvecklande arbetsplats är en del av vår vision.

Läs mer på sid. 16-19, 27-28

Kunder

Våra kunder ska kunna nå sina mottagare. I rätt tid, säkert och effektivt.

Läs mer på sid. 12-14

Kapitalmarknad

PostNord finansierar verksamheten genom bland annat externa lån. Kapitalmarknadens förtroende är därför viktigt för PostNord.

Läs mer på sid. 11

Intressentdialog och väsentlighetsanalys

En förutsättning för att kunna leva upp till de krav och förväntningar som ställs på PostNord är att vi förstår vilka frågor som koncernens intressenter ser som angelägna. Dialogen med intressenterna ger värdefull kunskap som bidrar till att vi kontinuerligt kan utveckla koncernens erbjudande och verksamhet.

PostNord genomför olika undersökningar och för dialog med såväl interna som externa intressenter för att bättre förstå och kunna agera på de förväntningar som ställs på företaget. Genom denna dialog kan PostNord bättre förstå och hantera trender, marknader, möjligheter och risker.

Intressentdialogerna förs i olika format och med olika frekvens. Ansvar för dialogerna är allokerade till olika delar av PostNords verksamheter beroende på frågans karaktär. Nedan sammanfattas PostNords intressentdialoger under 2012, fördelat på intressentgrupp, typ av dialog samt frågor i fokus.

Intressent	Dialog	Frågor i fokus	Regelbundna mätningar av intressenters syn på PostNord	Annan uppföljning	Läs mer på sid
Ägare	Årsstämma, samtal, möten.	Värdeskapande och finansiell stabilitet, hållbart företagande, utförande av samhällsuppdrag fastställt i lag samt koncessionsvillkor.		Delårsrapportering, årsredovisning inkl. bolagsstyrningsrapport, hållbarhetsredovisning, presentationer, annan rapportering.	9
Kapitalmarknad	Telefonkonferenser, möten och annan korrespondens.	Finansiell stabilitet, kassaflöde, ägarstruktur, hållbart företagande, transparens.	Pris på PostNords utestående obligationer.	Delårsrapportering, årsredovisning inkl. bolagsstyrningsrapport, hållbarhetsredovisning, presentationer.	11
Samhälle	Samtal, möten och korrespondens med reglerande myndigheter, politiker och opinionsbildare, dialoger och samarbeten med branschorganisationer, intresseorganisationer (exempelvis för landsbygd), idrotts- och kulturorganisationer, organisationer för hållbar utveckling och socialt ansvar.	Kvalitet, säkerhet, enkelhet, pålitlighet, tillgänglighet, hänsynstagande till kundbehov, prisvärdhet i produkter och tjänster, att företaget är välskött.	Mätningar (två gånger per år) av allmänhetens uppfattning om verksamheten (Corporate Image) i Sverige och Danmark.		10-11
Kunder	Kommunikation genom försäljningsorganisation, kundtjänst, kundombudsmän/överklagandeinstans, chaufförer och brevbarare samt genom PostNords servicenät med 4 879 utlämningsställen.	Tillgänglighet genom god geografisk täckning och räckvidd, hög säljarkompetens och gott kundbemötande, pålitlighet, säkerhet, miljö, fokus på lösningar för kunden.	Mätningar (två gånger per år) av kundnöjdhet och privat- och företagskundernas uppfattning om PostNords och PostNords verksamhet. Kundernas uppfattning om PostNords externa partners inkluderas i undersökningen.	Mätningar av leveranskvalitet för brev och paket, mätningar av verksamhetens miljöpåverkan.	12-14
Externa partners	Kontinuerligt pågående dialog med externa partners i olika kanaler.	Hur samarbetet med ansvariga kontakter hos PostNords externa partners fungerar, tillförlitlighet i leveranser, information från PostNord som stöd i kundmottagande.	Årliga mätningar av partners nöjdhet (NPI).	Mystery shopping-mätningar.	15
Medarbetare	Utvecklingssamtal, arbetsplats-träffar, medarbetardialoger, kommunikation via olika interna kanaler, dialog med fackliga organisationer, Senior Management Meetings.	Kundfokus, tydlig information om koncernens utveckling och inriktning, bra arbetsvillkor.	Årlig medarbetarundersökning (FOCUS).	Uppföljning av ledarskapskvalitet, medarbetarengagemang, sjukfrånvaro och jämställdhet mellan kvinnor och män.	16-19, 27-28
Leverantörer	Upphandlingar, inköpsförhandlingar, övriga dialoger i samband med inköp och kvalitetsuppföljningsmöten.	Transparens i upphandlingsprocesser, betalningsförmåga, kvalitet i leverans.		Mätningar av avtalstrohet och efterlevnad av leverantörskod.	25

Styrning och mål

PostNord ska skapa långsiktigt värde för ägare och övriga intressenter samt säkerställa utförandet av en samhällsomfattande posttjänst på affärsmässiga grunder. Hållbarhetsfrågor är integrerade i PostNords styrmodell och flera av PostNords koncernmål är kopplade till hållbarhet.

Roadmap PostNord 2015

Minskande brevvolymer medför ett behov av stora omställningar i koncernen. Samtidigt växer logistikmarknaden och den rymmer möjligheter för en stark regional aktör som PostNord att ytterligare öka marknadsandelarna i Norden. En förstärkning av marknadspositionen inom logistik är även viktigt för att möta konkurrensen i branschen.

PostNords strategi syftar till att utveckla företaget i enlighet med mission, vision och kärnvärden. Strategin innebär en ompositionering av koncernens verksamhet i samklang med marknadernas förändring, för att säkra en lönsam brevaiffär samt fortsätta utvecklingen inom logistik. Under 2012 har genomförandet av strategin fortlöpt enligt plan.

Hållbarhetsfrågor är integrerade i PostNords strategi och målstyrning.

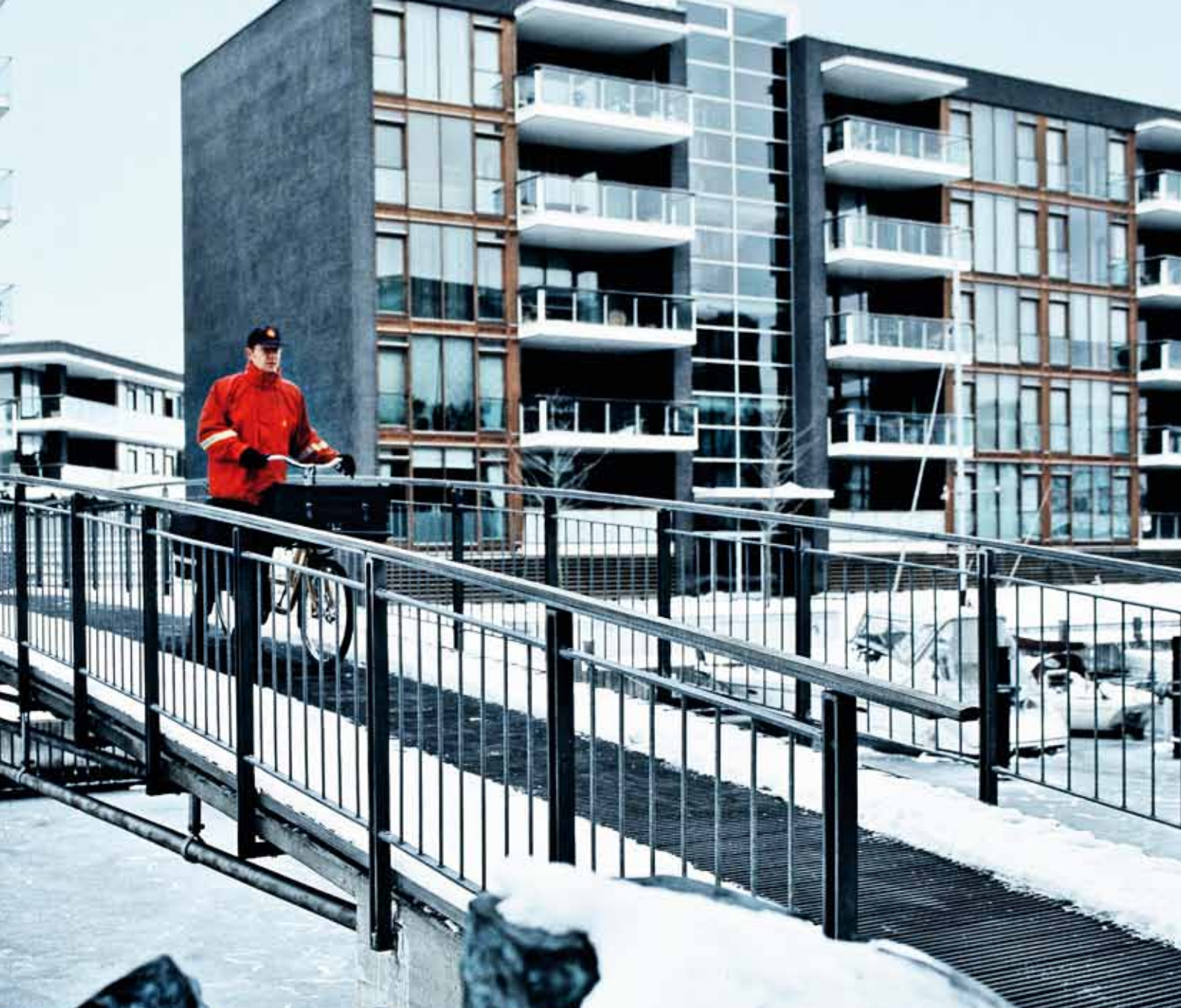
Styrmodell

PostNords styrmodell syftar till att säkra och understödja maximalt värdeskapande och att utveckla verksamheten på bästa möjliga sätt. PostNords styrmodell består av sju huvudelement. Den huvudsakliga koncernstyrningen omfattar formell styrning, funktionell styrning och situationsanpassad styrning, som tillsammans med PostNords strategi och planer sätter ramar, villkor och riktning för koncernens verksamhet.

De andra elementen utgörs av målstyrning för koncernens 250 högsta chefer, hantering och drivande av koncernprojekt, verksamhetsledningssystem med tillhörande certifikat för kvalitet, miljö och arbetsmiljö samt uppföljning och utvärdering av verksamheter med stöd av excellencemodellen EFQM (European Foundation of Quality Management). Denna modell utgår från och tar sikte på värdeskapande för alla väsentliga intressenter; ägare, kunder, samhälle och medarbetare samt utgår från ett helhetsperspektiv vad gäller ledning och utveckling av verksamheten. Läs mer om PostNords styrning i Bolagsstyrningsrapporten i PostNords årsredovisning.

Risker och riskhantering

PostNords riskhantering utgör en integrerad del av företagets verksamhetsstyrning. Risker och riskhantering beskrivs i PostNords årsredovisning.



Mission

Med PostNord når man den man vill, i rätt tid, säkert och effektivt.

Värderingar

- Pålitlig
- Tillgänglig
- Affärspartner
- Miljöriktig

Vision

Vi levererar kommunikations- och logistiklösningar i världsklass till nöjda kunder.

- Vi utvecklar genom ägarskap, partnerskap och samarbete starka och lönsamma internationella logistik- och informationslogistikverksamheter.
- Vi är en attraktiv och utvecklande arbetsplats med engagerade och motiverade medarbetare.
- Vi är ett miljöriktigt val för kunderna.

Vi mäter det som är väsentligt

PostNords koncernmål innefattar både finansiella och icke-finansiella måttal. PostNord har också en utdelningspolicy där intentionen är att utbetala 40% av årets resultat till aktieägarna,

dock med beaktande av genomförandet av koncernens strategi samt koncernens finansiella ställning och mål.

Mål och måluppfyllelse

	Mål	Måluppfyllelse 2012
FINANSIELLA MÅL		
KAPITALSTRUKTUR	Soliditeten ska uppgå till minst 35%.	39 (47)%
AVKASTNING	Avkastning på eget kapital ska överstiga 10% över en konjunkturcykel.	2 (10)%
ÖVRIGA MÅL		
KUNDER	Kommunikations och logistiklösningar i världsklass till nöjda kunder.	
Kundvärde	Öka kundvärdesindex (KVI).	71 (70)
Corporate image	Öka index för Corporate image (TRIM-index).	35 (34)
MILJÖ OCH KVALITET	Minska koncernens klimatpåverkan. Kommunikations- och logistiklösningar med hög kvalitet.	
CO₂-utsläpp¹⁾	Minska utsläpp med 40% 2009-2020.	372 981 (393 516) ton.
Leverans kvalitet Sverige	Uppfylla svenska statens krav att minst 85% av 1:a-klassbrev ska levereras på följande arbetsdag och 97% inom tre dagar. <i>Interna mål 2012:</i> Leverans kvalitet 1:a-klassbrev (över natt) 95,0% ²⁾ . Leverans kvalitet paket 97,0%.	95,4 (94,7)% av 1:a-klassbrev levererades inom en dag. 99,9 (99,9)% av 1:a-klassbrev levererades inom tre dagar. Leverans kvaliteten för paket var 96,8 (97,5)%.
Leverans kvalitet Danmark	Uppfylla danska statens kvalitetskrav för samtliga tjänster inom befordringsplikten om 93%. <i>Interna mål 2012:</i> Leverans kvalitet 1:a-klassbrev (över natt) 95,0% ²⁾ . Leverans kvalitet paket 97,0%.	93,5 (94,0)% av 1:a-klassbrev levererades inom en dag. Leverans kvaliteten för paket var 96,6 (97,9)%.
MEDARBETARE	En attraktiv och utvecklande arbetsplats med engagerade, motiverade och friska medarbetare och ledare.	
Medarbetarengagemang och ledarskap	Öka medarbetarindex (MIX) och ledarskapsindex (LIX).	MIX: 63 (57) LIX: 65 (59)
Jämställdhet	40% kvinnliga chefer år 2015.	29 (29)%
Sjukfrånvaro	Minska sjukfrånvaron.	4,9 (5,0)%

¹⁾ Värdena inkluderar Norden samt Strålfors utomnordiska verksamhet. Historiska värden har justerats för att erhålla jämförbarhet.

²⁾ PostNord styr internt på ett totalt kvalitetsmål för förstaklassbrev. 2012 levererades 95,0 (94,5)% av koncernens förstaklassbrev i tid. Målsättningen för 2012 var 95,0%.

Två stater – två ägare



Samgåendet mellan Posten AB och Post Danmark A/S 2009 skapade en ny koncern med bättre förutsättningar att möta och dra nytta av marknadsutvecklingen. PostNords ägare, den danska staten och den svenska staten, har tydligt uttryckt sina övertygelser om att affärsnytta och hållbarhet går hand i hand.

PostNord är en viktig samhällsaktör

PostNord spelar en viktig roll i de samhällen där koncernen verkar. Det övergripande målet för PostNords två ägare är att PostNord ska skapa värde och säkerställa utförandet av en samhällsomfattande posttjänst. PostNords dotterbolag Posten AB och Post Danmark A/S har uppdragen att tillhandahålla den samhällsomfattande posttjänsten i Sverige respektive Danmark. Läs mer om samhällsuppdragen på sid. 58-59 i PostNords årsredovisning.

PostNords affär och roll i samhället är dock betydligt mer omfattande än detta uppdrag. PostNords verksamhet innefattar, utöver postservice, ett brett erbjudande av olika kommunikations- och logistiktjänster, i Norden och på andra marknader.

Hållbarhet i fokus

I augusti 2012 reviderades svenska statens ägarpolicy. Den tydliggör att hållbart företagande ska integreras i bolagsstyrningen för att säkra långsiktigt värdeskapande. De statligt ägda företagen ska bedriva sina verksamheter genom ett långsiktigt och ansvarsfullt utnyttjande av resurser. Hållbart företagande för svenska staten innefattar områdena miljö, mänskliga rättigheter, arbetsvillkor, antikorrupktion, affärsetik, jämställdhet och mångfald. Det ställs krav på att styrelsen ska formulera långsiktiga övergripande hållbarhetsmål knutna till verksamheten samt strategier för att nå målen. Finansdepartementet följer upp arbetet med respektive bolagsstyrelse. Styrelseledamöter och representanter för PostNord har under året deltagit i seminarier och diskuterat hållbart företagande med den svenska ägaren.

Den danska staten har tydliga förväntningar på ansvarsfull tillväxt och anser att en affärsmässig syn på samhällsansvar bidrar till att öka företagets tillväxt och konkurrenskraft samtidigt som sociala och miljömässiga effekter uppnås. Den danska regeringen publicerade i mars 2012 en handlingsplan för företagets samhällsansvar ("Ansvarlig vækst") för 2012-2015. I juni publicerades skriften "Forretningsdrevet samfundsansvar" med exempel från företag som kopplat affärsnyttan med hållbarhet.

Årsstämman 2012

Dialog med ägarna förs kontinuerligt. Ett formellt tillfälle är PostNords öppna årsstämmor. Ett område som belystes under årets stämma var kvalitet, ett ämne som VD Lars Idermark lade vikt vid i sitt anförande.

PostNords service och kvalitet var också en fråga i fokus under frågestunden då det i den svenska postdistributionen uppstått lokala problem på vissa orter. VD samt affärsområdeschefen för Meddelande Sverige underströk leveranskvalitetens betydelse i svar på ställda frågor och att företaget är mycket angeläget om att hantera uppkomna störningar.

Jämställdhet mellan kvinnor och män i ledande positioner var en annan fråga som berördes. Styrelseordföranden framhöll i sitt svar bland annat PostNords ambition att 40% av alla chefer och ledare i koncernen ska vara kvinnor 2015.

Affärsnytta och hållbarhet går hand i hand

Den omställning som PostNord just nu genomför sker i syfte att anpassa verksamheten och tillvarata de möjligheter som skapas i och med pågående marknadsförändringar. Omställningen, som bland annat omfattar kostnadsminskningar i breverksamheten, är viktiga för PostNords möjligheter att fortsätta skapa värde och möta ägarnas krav.

Vi är, liksom våra ägare, övertygade om att affärsnytta och hållbarhet går hand i hand. De stora terminalinvesteringar som PostNord genomför i Sverige är exempel på hur ekonomiskt, socialt och miljömässigt ansvar hänger samman i koncernen. EFQM Excellence-modellen, som sedan 2012 implementerats i hela koncernen, är ett annat exempel. Modellen utgår från och tar sikte på värdeskapande såväl finansiellt som för kunder, ägare, samhälle och medarbetare.

Översikt koncernmål relaterade till ägarna

Målområde	Mål	Utfall 2012
Avkastning på eget kapital	10% över en konjunkturcykel	2 (10)%
Soliditet	Minst 35%	39 (47)%

Utdelning

PostNords intention är att utbetala 40% av årets resultat till aktieägarna, dock med beaktande av genomförandet av koncernens strategi samt koncernens finansiella ställning och mål. 2012 utbetalades 368 MSEK i utdelning till ägarna. Styrelsen föreslår en utdelning om 103 MSEK, motsvarande 40% av årets resultat, till årsstämman 2013.

PostNord skapar värde i samhället



PostNord har en betydelsefull roll att spela i samhället. Vi strävar efter att vara en pålitlig, tillgänglig och miljöriktig samarbetspartner, arbetsgivare och marknadsaktör. Koncernens möjligheter att utveckla erbjudanden och verksamheten är beroende av omvärldens förtroende och att vi fortsätter leverera hög kvalitet.

Ekonomiskt, socialt och miljömässigt ansvar

En långsiktig, stabil och lönsam affär skapar förutsättningar för att möta och överträffa krav på miljöanpassning och socialt ansvar. På motsvarande sätt stärker en miljöriktig och socialt ansvarstagande affär vår konkurrenskraft. Exempelvis ger hög kvalitet, minskad bränsleanvändning, nöjda medarbetare och låg sjukfrånvaro ekonomiska, miljömässiga och sociala fördelar, både för PostNord och för samhället.

Central samhällsfunktion

PostNord spelar en stor och viktig roll i de samhällen som vi är en del av. Vi vill stärka våra kunders konkurrenskraft genom att lösa deras kommunikations- och logistikbehov – idag och i morgon. Våra danska och svenska brevverksamheter erbjuder, utöver de samhällsomfattande posttjänsterna, en mängd andra tjänster. PostNords logistikverksamhet erbjuder logistiktjänster för flöden till, från och inom hela Norden. Strålfors erbjuder kommunikationslösningar som skapar starka och personliga kundrelationer för företag med stora kundbaser. Läs mer om PostNords verksamheter i koncernens årsredovisning.

Förändrad arena för PostNord

Ökad digitalisering förändrar snabbt förutsättningarna för alla post- och logistikoperatörer. Den allt snabbare förändringstakten

är en utmaning men skapar samtidigt möjligheter för de företag som snabbt kan anpassa sin verksamhet. För att möta de förändrade villkor som digitalisering, fallande brevvolymer och ökande paketvolymer medför genomför vi omfattande omställningar.

Varje moment i hur breven hanteras, från företags och privatpersoners inlämning via våra brevterminaler, till att brevbararna delar ut posten, har förändrats och fortsätter förändras. Stora omställningar i en så komplex processverksamhet som posthantering är utmanande. Vid större förändringar förs en dialog med politiker och andra samhällsföreträdare. Läs mer om koncernens samhällsuppdrag inom posttjänsten i PostNords årsredovisning.

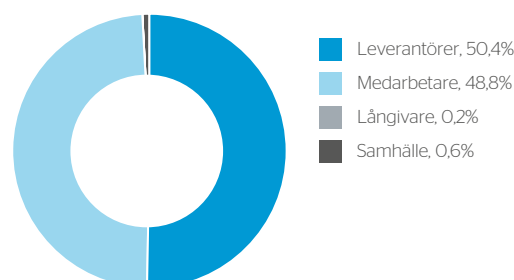
En del i samhällsutvecklingen

PostNord distribuerar cirka 11 miljoner brev, omkring 400 000 paket och 11 000 pallar med gods till Nordens 25 miljoner invånare och två miljoner företag – varje arbetsdag. Samtidigt som stora omställningar genomförs till följd av förändrad efterfrågan så förändras demografin genom bland annat åldrande befolkning och fortsatt urbanisering.

I Danmark har koncernen arbetat målmedvetet med att utveckla erbjudandet inom välfärdsdistribution, en marknad som är under tillväxt. Under året har Post Danmark, i nära samarbete med IT-leverantörer, kommuner och regioner, utvecklat en heltäckande logistiklösning för implementering av telemedicinsk utrustning i hem. Post Danmark fick bland annat från uppdragsgivaren KMD ansvar för en komplett distributionslösning, från lagerhållning och distribution till installation, tester och utbildning i brukarens hem, i en av Danmarks första upphandlingar på området.

Sverige är ett glest befolkat land och på landsbygden är det vanligt att posten delas ut i en lådsamling vid närliggande huvudväg. I Sverige betjänas omkring 770 000 hushåll och företag av någon av de drygt 2 000 brevbärlinjer (lantbrevbärlinjer). Boende och företag med lantbrevbäring kan, till skillnad från boende i tätort, få sina paket utkörda kostnadsfritt av brevbäraren. Detta underlättar för företag i glesbygd som är

Distribuerat värde



Läs mer på sid. 26.

verksamma inom till exempel e-handel. PostNords tjänsteutbud för e-handeln innebär också att vårt företag bidrar till att öka tillgängligheten till distanshandel via Internet.

Säkerhet

Narkotikasmuggling, stölder och bedrägerier är allvarliga samhällsproblem. Polis och tullverk är ansvariga för brottsbekämpning och är de enda som får öppna försändelser i de fall brott misstänks. PostNord har ett nära samarbete med dessa myndigheter och PostNords medarbetare är instruerade att kontakta närmaste chef och larma polisen vid misstanke om exempelvis narkotika i en försändelse.

PostNord arbetar aktivt för att öka säkerheten för koncernens kunder och medarbetare. Spärrfunktioner för vissa elektronikvaror som transporteras, personlarm, speciallås på fordon samt säkerhetsutbildning för medarbetare är exempel på förebyggande åtgärder för att förhindra stölder och bedrägerier.

Investeringar för framtiden

PostNord genomför just nu ett av de största investeringsprogrammen i Norden. Koncernen planerar att investera 7 Mdr SEK under perioden 2013–2015. Investeringarna avser bland annat reinvesteringar i fordon och maskiner samt investeringar i en ny terminalstruktur i Sverige. Terminalinvesteringarna är en framtidsatsning för att stärka PostNords konkurrenskraft. Den nya terminalstrukturen innebär en ökad geografisk koncentration och alla nya terminaler utrustas med toppmodern teknik. Detta möjliggör en mer automatiserad och kostnadseffektiv produktion samt ökad flexibilitet och skalbarhet. Detta är nödvändigt då kraftiga förändringar förutses i brev- och paketvolymerna. Den geografiska placeringen av terminalerna skapar förutsättningar för fler samordnade tågtransporter vilket minskar koncernens koldioxidutsläpp. Terminalerna i Hallsberg och Rosersberg projekteras för att kunna uppfylla kraven för en så kallad Green building-certifiering. I Rosersberg kommer det dessutom att installeras en 2 000 kvadratmeter stor solcellspark på terminalens tak.

Terminalinvesteringarna medför nyetableringar på vissa orter och avvecklingar på andra. PostNord eftersträvar att föra en öppen dialog med de samhällsaktörer, myndigheter, medarbetare och fackliga organisationer som påverkas av dessa projekt.

Samhällsengagemang och samarbeten

PostNord koncentrerar samhällsengagemang och samarbeten till ett fåtal större projekt, företrädesvis inom idrott och kultur samt till stöd för barn och unga. På så vis får vi långsiktighet, kontinuitet och nytta av våra samarbeten. Vi är stolta över våra varumärken och visar gärna upp dem i sammanhang som engagerar PostNords kunder och medarbetare. Några av de samarbeten koncernen har är följande:

Många av koncernens medarbetare använder cykeln i det dagliga arbetet. I Danmark delas till exempel upp till 70% av breven ut av cyklande brevbärare. Det är därför naturligt att PostNord bidrar till att utveckla cyklingen genom samarbete med Danmarks Cykle Union och Svenska Cykelförbundet. Cykelloppet Post Danmark Rundt är en av aktiviteterna.

Fotboll har en bred förankring bland människor oavsett ålder, kön, ursprung och samhällsklass. Hundratusentals hjärtan klappar för sporten, hos såväl utövare som åskådare. Posten sponsrar Svenska Fotbollsförbundet.

Det skrivna ordet blir allt viktigare i den digitaliserade världen. Fler och fler skapar sin bild av världen genom att läsa snarare än genom att lyssna. Posten vill inspirera alla att läsa och skriva mer. Med den tydliga kopplingen till det skrivna brevet och vår verksamhet har vi valt att samarbeta med Sveriges efter Nobelpriset största litterära pris, Augustpriset.

Post Danmark och Posten ger var för sig ut speciella frimärken, där en del av frimärkspriserna går till utvalda ideella organisationer, som väljs årligen. De valda organisationerna ska ha gott renommé och verka inom bistånd, hälsa eller miljö. För 2012 gick de insamlade pengarna till Hjerteforeningen i Danmark och Cancerfonden i Sverige.

Koncernen har också ett engagemang för barn och unga med behov av stöd. I Danmark stöder vi Julemærkefonden i dess arbete att hjälpa utsatta barn till en god självkänsla, och i Sverige samarbetar vi med stiftelsen Mentor, som i nära samarbete med näringslivet arbetar för att få ungdomar att välja bort våld och droger.

Utöver ovan nämnda insatser har PostNord deltagit i flera regionala, nationella och internationella initiativ för hållbar utveckling, klimatfrågor samt service- och tillgänglighetsfrågor.

Läs mer om PostNords samhällsengagemang på www.postnord.com

Förtroende på kapitalmarknaden



PostNords verksamhet finansieras till del av extern upplåning. Under 2012 har PostNord etablerat ett certifikatprogram och ett obligationsprogram. Vid årsskiftet uppgick den externa finansieringen i form av räntebärande skulder till 4 312 MSEK. De flesta investerare i PostNords obligationsprogram är institutionella investerare som exempelvis pensionsfonder och försäkringsbolag. Obligationerna är noterade på NASDAQ OMX Stockholm. Etableringen av framför allt obligationsprogrammet innebär att kapitalmarknaden är en intressentgrupp som vuxit i betydelse för koncernen.

För de investerare och de analytiker som i och med PostNords externa upplåning nu bevakar företagets kreditvärdighet är det viktigt att koncernens informationsgivning är korrekt, relevant och sker i rätt tid. Investerarnas förtroende och bedömning av PostNords kreditvärdighet är en förutsättning för PostNords framtida tillgång till externt kapital för att genomföra planerade omställningar.

Vi skapar värde för våra kunder



PostNord strävar efter att lösa kundernas kommunikations- och logistikbehov i rätt tid, säkert och effektivt. Genom att möta och helst överträffa de förväntningar som ställs på oss ökar vi våra kunders konkurrenskraft. Samtidigt skapar vi värde för PostNord.

Leveranskvalitet avgörande

PostNord levererar tjänster till både privatpersoner och företag. Koncernens kärnkunder består av företag och organisationer med stora informations- och/eller logistikflöden, företag med stora kundbaser samt med behov av individualisering av budskap.

Ett framgångsrikt kvalitetsarbete är en väsentlig del av vårt erbjudande och avgörande för PostNords trovärdighet och möjlighet att göra affärer. Hög kvalitet är en av våra främsta konkurrensfördelar och en viktig faktor för många kunder när de väljer samarbetspartner. PostNord håller en hög leverans-kvalitet för brev och paket och vi arbetar målmedvetet för att bibehålla och förbättra den. Där det uppstår kvalitetsbrister försöker vi åtgärda dessa så fort som möjligt. Effektiva produktionsprocesser och medarbetarnas yrkes stolthet och engagemang är avgörande för att upprätthålla och höja kvalitetsnivån.

Leveranskvalitet för brev och paket

I både Sverige och Danmark reglerar staterna PostNords kvalitetsnivåer för brev. I Sverige ska minst 85% av 1:a-klassbrevens delas ut på följande arbetsdag (övernattbefordran). Minst 97% av breven ska delas ut inom tre arbetsdagar. I Danmark är kvalitetskravet för såväl brev som paket 93% i förhållande till respektive tjänsts leveransvillkor. Av kommersiella skäl upprätthåller PostNord normalt en högre leverans-kvalitet än staternas krav (se tabell på sid. 8). Läs mer om villkoren för den samhälls-omfattande posttjänsten i PostNords årsredovisning.

Lyhördhet för nöjdare kunder

Vår dagliga kundkontakt, i kombination med mätningar och undersökningar, är en förutsättning för att skapa bättre kund-erbjudanden, hitta rätt affärsmöjligheter samt uppmärksamma och hantera de utmaningar som uppkommer i verksamheten. Vi justerar och utvecklar ständigt våra erbjudanden, korrigerar det som inte fungerar fullt ut och arbetar för att möta kundernas behov och önskemål. Läs mer om dialoger och systematiska mätningar i följande avsnitt.

Kunddialog i verksamheten

Fokus på att lösa kundbehov

Inom och mellan olika delar av koncernen sker utbyte av erfarenheter och samarbeten med det specifika syftet att förutse, förstå och lösa befintliga eller nya kundbehov. Brevbärare och chaufförer har till exempel möjlighet att i sitt dagliga arbete identifiera kundbehov. Försäljningsenheternas fokus på att lösa kundernas behov samt sälj- och kundansvarigas dialoger med övriga enheter inom koncernen skapar affärsmöjligheter.

Dialogen med företagskunder sker främst genom säljkår och kundansvariga där regelbundna uppföljningsmöten är en del. Företagskunder har bland annat kommunicerat att de förväntar sig att PostNord ska vara en proaktiv leverantör, ha god sakkunskap, bistå med råd samt agera som en väl sammanhållen enhet, oberoende av vilken eller vilka delar av koncernen som kunden har kontakt med.

Kundtjänsterna - affärstipsare och problemlösare

PostNord har ett antal kundtjänstfunktioner som varje dag möter tusentals kunder – såväl privatpersoner som företag. Dialogen sker via webb, telefon och e-post. Nya affärsmöjligheter skapas när kundtjänst kopplar ihop kundens behov med säljare, som omhändertar affärstipsen. Medarbetarna inom kundtjänst skapar naturligtvis inte bara nya affärer utan möter dagligen kunder med skiftande behov och önskemål. Kundtjänst är koncernens huvudkanal för frågor, reklamationer och synpunkter. Synpunkter på försenad post eller saknade paket är exempel på ärenden som våra kundtjänster hanterar.

Våra samarbetspartners möter våra kunder

En viktig länk i den post- och paketservice som PostNord erbjuder nordiska konsumenter är koncernens externa partners, som ansvarar för 4 363 av koncernens totalt 4 879 utlämningsställen. Samarbetet med partners är strategiskt viktigt för PostNord, då dessa i många fall är våra ansikten utåt och därmed har en central roll i det dagliga mötet med koncernens kunder. PostNord för en kontinuerlig dialog med externa partners för att säkerställa att service och utbud ständigt förbättras. Läs mer om PostNords utlämningsnät och externa partners på sid. 15.

Kundombudsmän för ständiga förbättringar

PostNord har en kundombudsman i Sverige och en överklagandeinstans i Danmark. Syftet är att utveckla bemötandet av småföretagare och privatpersoner som inte är nöjda med tidigare möte eller besked. Bredden på ärendena är stor, men tre områden dominerar dialogerna; problem med utdelning av brev och paket, synpunkter på service och bemötande, samt omprövning av reklamationer. Inflödet av kunders synpunkter

» Det är viktigt att vi beaktar både den tekniska och den kundupplevda kvaliteten i våra leveranser. Om en försändelse inte når fram till rätt mottagare i rätt tid är det naturligtvis en klen tröst att vi generellt har få klagomål sett till antalet försändelser vi delar ut varje dygn. Vi tar verkligen problemen på allvar och det är oerhört viktigt att samarbetet mellan kundtjänst och produktion fungerar.

Lena Jansson, kundombudsman.

bidrar till vårt förbättringsarbete genom att kundombudsmännen återkopplar till exempelvis produktionen, tjänsteägare, kundtjänst samt de som ansvarar för koncernens externa partners.

Systematiska mätningar

Kundnöjdhet

PostNord följer kundnöjdhet och kundernas uppfattning om oss och vårt erbjudande med hjälp av mätningar av KVI (Kund Värde Index). Mätningarna omfattar såväl privat- som företagskunder. Mätningarna genomförs två gånger per år och omfattar samtliga av PostNords verksamheter med fokus på de nordiska länderna.

I årets mätningar uppgick KVI till 71 (70). PostNord får högst betyg för säljarnas kompetens och förståelse för bransch- och företagsspecifika aspekter samt för geografisk täckning. Mätningarna pekar också ut områden som kunderna anser att koncernen behöver förbättra, exempelvis menar kunderna att PostNord, som affärspartner, kan bli snabbare på att utveckla kundspecifika lösningar. Även koncernens priser och villkor samt fakturering har enligt mätningarna potential att förbättras.

Corporate image

Större delen av PostNords intäkter kommer från företag men företagskundernas mottagare är ofta privatpersoner. PostNords anseende bland privatpersoner i samhället spelar därför en viktig roll. I Sverige och Danmark, där Posten och

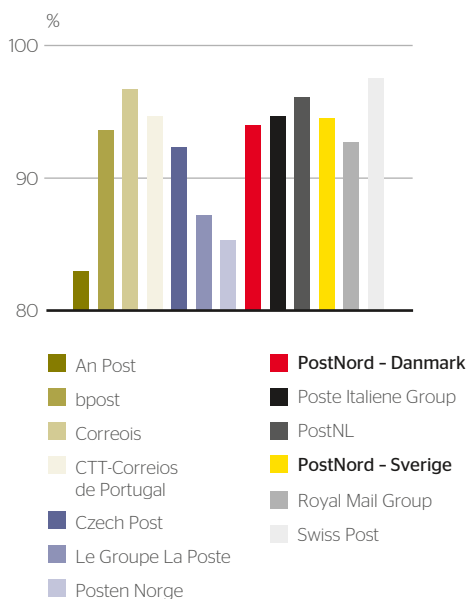
Post Danmark ansvarar för posttjänsten, är anseendet särskilt viktigt. Under året genomförs varje vecka corporate imageundersökningar där privatpersoner i Sverige och Danmark svarar på frågor om hur de uppfattar Posten respektive Post Danmark. Corporate image index uppgick 2012 till 35 (34).

Undersökningarna visar att Post Danmark och Posten Sverige i huvudsak har samma grundläggande styrkor; pålitlighet och tillförlitlighet. På samma sätt förhåller det sig med utvecklingsområden. De handlar främst om hur allmänheten upplever företagets lyhördhet inför kunderna och hur lätt det är att komma i kontakt med företaget, förbättringsområden som är i fokus för PostNord.

Svenska och danska folkens brevvänor

I Sverige och Danmark genomförs undersökningar av privatpersoners vanor och attityder till kommunikation från företag, myndigheter och organisationer där mottagaren är kund. Årets undersökningar visar bland annat att fysiska brev uppskattas av många; exempelvis anser sex av tio danskar att avsändaren ger bäst intryck genom att skicka brev istället för till exempel e-post eller sms och de flesta mottagare föredrar att få årsbesked och räkningar i fysisk form. Att själv bestämma i vilken form företag och myndigheter skickar information är ett ytterligare exempel på trend som framkommit i årets undersökningar. Trender i mottagarnas vanor och åsikter är viktiga att känna till för att anpassa produkter och tjänster till kundernas efterfrågan på såväl fysisk som digital kommunikation.

Internationell jämförelse kvalitet 1:a klassbrev (2011)



Översikt kundrelaterade koncernmål:

Målområde	Mål	Utfall 2012
Kundvärde	Öka kundvärdesindex (KVI)	71 (70)
Corporate Image	Öka index för Corporate image (TRIM-index).	35 (34)
Leveranskvalitet, Sverige	Uppfylla svenska statens krav att minst 85% av 1:a-klassbreven ska levereras på följande arbetsdag och 97% inom tre dagar.	95,4 (94,7)% av 1:a-klassbreven levererades inom en dag 99,9 (99,9)% av 1:a-klassbreven levererades inom tre dagar.
	<i>Interna mål 2012:</i> 1:a-klassbrev (över natt) 95,0% ¹⁾ . Paket 97,0%.	Leveranskvaliteten för paket var 96,8 (97,5)%.
Leveranskvalitet, Danmark	Uppfylla danska statens kvalitetskrav för samtliga tjänster inom befördringsplikten om 93%.	93,5 (94,0)% av 1:a-klassbreven levererades inom en dag.
	<i>Interna mål 2012:</i> 1:a-klassbrev (över natt) 95,0% ¹⁾ . Paket 97,0%.	Leveranskvaliteten för paket var 96,6 (97,9)%.

¹⁾ PostNord styr internt på ett totalt kvalitetsmål för förstaklassbrev. 2012 levererades 95,0 (94,5)% av koncernens förstaklassbrev i tid. Målsättningen för 2012 var 95,0%.

Studier av den nordiska e-handelsmarknaden

PostNord har under flera år genomfört studier av den nordiska e-handelsmarknaden. Undersökningen "E-handeln i Norden" som genomförts 2012 visar att "enkelhet" är det viktigaste motivet till att e-handla samt att kundernas efterfrågan på korta leveranstider ökar. Hälften av de tillfrågade konsumenterna uppger att de önskar leverans av sin vara senast inom tre dagar när de e-handlar inom det egna landet. Leveransprecision är alltså en viktig konkurrensfördel även i relation till e-handelsmarknaden.

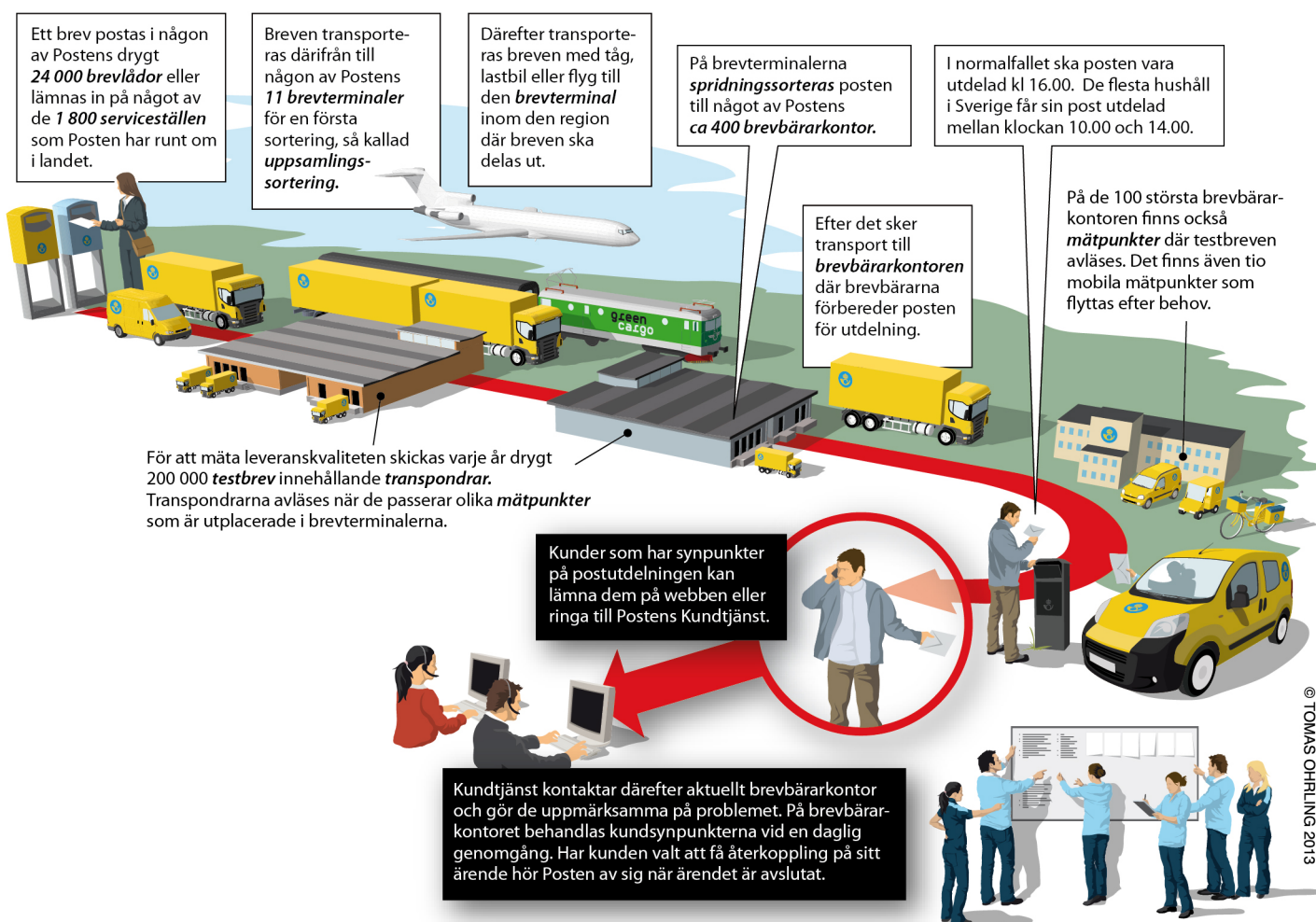
Aktiviteter under året

Våra kunddialoger i kombination med olika undersökningar ger oss information som hjälper oss att utvecklas. Inom koncernen

pågår flera initiativ som syftar till att vidareutveckla vårt erbjudande i nära dialog med kund.

Certifiering är en konkurrensfördel och ibland en nödvändighet för att få offerera vissa kunder. PostNord fortsatte under året det arbete som påbörjades 2010 med att skapa förutsättningar för att ha ett koncerngemensamt certifikat omfattande kvalitets-, miljö- och arbetsmiljöarbete. Sedan 2013 ingår även affärsområde Breve Danmark i det befintliga certifikatet som sedan tidigare inkluderar affärsområde Meddelande Sverige samt den svenska delen inom affärsområde Logistics. Ett annat initiativ som varit i fokus under året är att ytterligare förbättra rapporteringen av inkomna kundsynpunkter för att snabbare kunna implementera förbättringsåtgärder.

Exempel på postflöde i PostNords svenska verksamhet



Partners – en del av erbjudandet



PostNord har idag 4 879 utlämningsställen, varav 516 drivs i egen regi och 4 363 drivs av externa partners. Våra partners är framför allt väletablerade detaljhandelskedjor med nationell täckning. Under året har PostNord utökat antalet utlämningsställen med 261.

PostNords ansikte mot kund

PostNords samarbete med externa partners är strategiskt viktigt – våra partners är en del i PostNords möte med kunderna. Sammansättningen av olika operatörers in- och utlämningsnätverk innebär en konkurrensfördel eftersom tillgängligheten och möjligheterna för handeln att effektivt nå hela vägen fram till slutkund påverkar kundernas intryck. Detta gör att vi ställer höga krav såväl på våra egna serviceställen som på våra externa samarbetspartners.

I Sverige sker en årlig certifiering av samtliga externa partners för att säkerställa att de har rätt kompetens att möta kun-

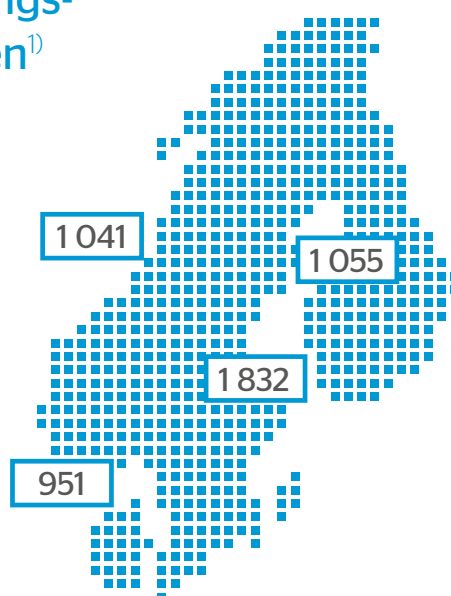
derna. Under 2012 har 93% av de svenska ombuden genomfört certifieringen. I de fall ombuden saknar certifierad personal tas en handlingsplan fram som följs upp.

Både kundernas uppfattning om PostNords externa partners och våra partners uppfattning om samarbetet med PostNord mäts regelbundet. Kundernas uppfattning om PostNords externa partners innefattas i koncernens kundmätning KVI.

PostNord för kontinuerligt dialog med samarbetspartners för att säkerställa att service och utbud utvecklas. Så kallade mystery shopping-mätningar genomförs årligen hos flera partners. Syftet är att identifiera förbättringsområden och anpassa den utbildning de får. PostNord diskuterar resultatet från dessa mätningar med partners såväl centralt som med lokala handlare.

Årliga undersökningar av partners uppfattning om samarbetet med PostNord genomförs också för de svenska ombuden. Mätningen resulterar i ett så kallat nöjdpartnerindex. Indexet syftar till att utvärdera hur våra samarbetspartners upplever samarbetet med PostNord.

4 879 utlämningsställen i Norden¹⁾



¹⁾ Antal utlämningsställen i Sverige per 2013-01-14, i Danmark per 2012-12-31, i Norge per 2013-01-09, i Finland per 2012-12-21.



Insatser för friskare medarbetare

I den svenska brevverksamheten har ett projekt drivits med syfte att sänka korttidssjukfrånvaron: HälsoSAM. I storstadsregionerna, där korttidssjukfrånvaron är som högst, gjordes två riktade insatser, en mot unga medarbetare med omfattande korttidssjukfrånvaro och en bredare insats i samarbete med företagshälsovården, där coachande hälsosamtal och individuell hälsoplan var viktiga beståndsdelar.

Parallellt med projektet HälsoSAM genomfördes en omfattande utbildningsinsats för chefer, "Samtal i praktiken" där cheferna gavs möjlighet att utveckla sin förmåga att föra goda samtal och bli tydligare som arbetsgivare i svåra situationer. I en av de enheter som ingick i HälsoSAM förbättrades ledarskapsindex med 22 procentenheter och medarbetarindex med hela 39 procentenheter samtidigt som korttidssjukfrånvaron minskade med 17%.

» Det handlar om att uppmärksamma sjukfrånvaron och tydliggöra att man följer upp. Det är min erfarenhet att sjukfrånvaron kan minska bara genom att man pratar om den.

Med HälsoSAM uppmärksammades korttidssjukfrånvaron och betydelsen av att bli sedd.

*Malin Schiller, produktionschef i Göteborg
(Masthuggets utdelningsområde).*

Engagerade medarbetare



Engagerade och motiverade medarbetare är avgörande för PostNords framgång. Att vara en attraktiv och utvecklande arbetsplats är en del av vår vision. Som en av Nordens största arbetsgivare har vi dessutom ett ansvar att agera som ett föredöme.

Ledarskap för oss framåt

Ett gott ledarskap är en förutsättning för att medarbetarna ska känna sig delaktiga och engagerade i arbetet att nå uppsatta mål. Införandet av ett teambaserat arbetssätt är ett led i att öka engagemanget och stimulera medarbetarnas vilja att ständigt förnya och förbättra. PostNords chefer och ledare har ansvaret att skapa rätt förutsättningar för teamarbete utifrån gemensamt fastställda principer. Vi följer regelbundet upp ledarskapet och medarbetarnas engagemang.

PostNord har definierat beteenden som vi vill ska präglade varje chefs och ledares dagliga ledarskap – han eller hon ska:

- leverera värde genom att förstå och agera utifrån kundernas behov, göra prioriteringar och ta ansvar för helheten
- involvera genom att visa tillit, delegera och skapa förutsättningar för goda resultat
- ta ansvar genom att utveckla verksamheten, ta fullt ägarskap och genomföra ständiga förbättringar
- vara tydlig i sina förväntningar, sin återkoppling och sin kommunikation.

Under hösten har alla ledningsgrupper träffats för att reflektera kring dessa kriterier och hur de kan omsättas i den dagliga verksamheten.

Ett viktigt fokusområde under kommande år är att utveckla chefernas förmåga till ledarskap under förändring. Kompetens inom förändringsledning är en förutsättning för att framgångsrikt kunna genomföra de viktiga omställningar som PostNord arbetar med.

Kompetensutveckling hos koncernens medarbetare är likaså viktigt för att säkerställa att verksamhetens behov tillgodoses. Kompetensutveckling för den enskilde medarbete-

ren överenskommits mellan chef och medarbetare vid det årliga utvecklingssamtalet.

Koncernens 250 högsta chefer träffas regelbundet vid arbetsmöten, "Senior Management Meetings (SMM)", där VD, koncernledning och chefer diskuterar PostNords strategi och de utmaningar och möjligheter koncernen står inför. Två sådana möten har genomförts under 2012.

Systematisk ledarskapsutveckling

För att långsiktigt utveckla och säkra ledarskapet inom PostNord finns en gemensam process för ledarskapsplanering, Management Planning Process. Koncernens strategi och mål är utgångspunkt för processen. Processen innefattar utveckling av talanger, utveckling och utvärdering av chefer samt successionsplanering.

På varje chefsnivå identifieras talanger för vilka det genomförs särskilda utvecklingsinsatser. För vissa strategiska positioner genomförs riktade koncerngemensamma utvecklingsprogram.

Utöver utvecklingsprogram för chefer avslutades PostNords första utvecklingsprogram för unga talanger, "Young Professionals" under året. 26 deltagare från Danmark och Sverige deltog. Programmet riktar sig till specialisttalanger mellan 25 och 35 år med akademisk bakgrund som ännu inte har haft en chefsroll. En ny omgång av programmet kommer att starta under 2013.

Mångfald och jämställdhet berikar

PostNords medarbetare representerar närmare 70 nationaliteter och talar cirka 50 olika språk. Det är en mångfald som både utmanar och berikar våra arbetsplatser. Vi tror på alla människors lika värde och koncernen har nolltolerans när det gäller diskriminering. Uppförandekoder och ett särskilt dokument som beskriver koncernens syn på mångfald återspeglar koncernens ståndpunkter. Cheferna har en nyckelroll vid implementering och efterlevnad och ansvarar för att nolltoleransen är förankrad hos koncernens samtliga medarbetare.

Mål för jämställdhetsarbetet

PostNord ska erbjuda kvinnor och män lika möjligheter på arbetet och motverka oskäligen löneskillnader. Löneskillnader mellan kvinnor och män är en mångfaldsvariabel som koncernen fokuserar på och lönekartläggningar görs regel-

bundet. Under 2012 uppgick löneskillnaden i koncernen till 3,3 (3,9)%. Läs mer på sid. 28.

För att öka takten i jämställdhetsarbetet mellan kvinnor och män har PostNord som mål att 40% av koncernens chefer och ledare ska vara kvinnor år 2015. Vid årsskiftet uppgick andelen kvinnliga chefer till 29 (29)% medan fördelningen mellan kvinnor och män var 35/65 (35/65)%.

Vid urvalet i koncernens rekryteringsprocesser ska hänsyn tas till underrepresenterat kön när kvalifikationerna i övrigt är lika mellan två kandidater. I koncernens utvecklingsprogram för chefer och unga talanger gäller att minst 50% av deltagarna ska vara kvinnor.

I PostNord finns också ett stipendium, Marianne Niverts stipendium, som syftar till att stimulera kvinnors ledarskap och till att föra fram fler kvinnor i ledande positioner. Prissumman ska användas till "individuella utvecklingsinsatser". Stipendiet instiftades 2009 och delas ut varje år mellan 2010-2014. 2012 delades stipendiet ut till Britt Koch Frykmann, försäljningschef inom affärsområde Breve Danmark och till Caroline Öfverstedt, chef Retail Affärsutveckling, affärsområde Meddelande Sverige.

Aktiviteter för hälsa och arbetsmiljö

Att värna om medarbetarnas hälsa är viktigt för både individ och företag - vi behöver friska och välmående medarbetare som kan bistå våra kunder och bidra till PostNords framgångar. Många yrkesroller inom PostNord är fysiskt krävande. Brevbärare, medarbetare på våra paketterminaler och chaufförer är exempel på yrkesgrupper med sådana arbetsuppgifter. För medarbetare inom flera yrkesområden är även stress en utmaning. Det finns en koncerngemensam policy för hälsa och arbetsmiljö och koncernen arbetar sedan länge strukturerat med hälsofrämjande insatser.

Under 2012 har vi bland annat fokuserat på att reducera stress för att öka välbefinnande och trivsel. En analys av arbetsfaktorer som skapar stress har genomförts och under 2013 kommer kurser i stresshantering att erbjudas chefer och medarbetare.

Bland årets initiativ för förbättrad hälsa och säkerhet märks även:

- Projektet "Från nattkorp till örn" (Fra Natteravn till Ørn) som genomfördes för 800 nattarbetare på Köpenhamns brev- och paketcenter. Syftet var att uppmärksamma nattarbetets olika risker och hjälpa medarbetarna till bättre kost- och sömnvanor.
- Våra svenska "hälsoinspiratörer" som genomförde två temadagar med inspirerande program och verktyg att ta med hem till den egna arbetsplatsen. Våra danska motsvarigheterna - "sundhedsambassadörer" - genomförde friskvårdsveckor med inspirationsaktiviteter för bättre kost och mer vardagsmotion.
- Köpenhamns brev- och paketcenter som arbetar aktivt med hjälpmedel för döva medarbetare. Exempel på hjälpmedel är teckenspråkstolk och teckenspråksundervisning för nya medarbetare.
- Affärsområde Logistik som har infört en gemensam introduktion för medarbetarna inom produktionsorganisationen, en introduktion som bland annat omfattar hur man arbetar ergonomiskt rätt och säkert.
- Ett arbete med en koncerngemensam säkerhetsstandard för ökad tydlighet och trygghet som har implementerats. Efterlevnaden av säkerhetsstandard Minimum Security Requirement (MSR) ska vara fullt uppfylld i slutet av 2014.

Under 2012 uppgick PostNords sjukfrånvaro till 4,9 (5,0)%. En av PostNords styrkor på medarbetarområdet är att vi på ett tidigt stadium sätter in hälsofrämjande insatser såsom hälsoprofilbedömning, hälsokolor eller fysisk aktivitet på recept.

Öppen kommunikation

PostNord strävar efter och uppmuntrar till öppen kommunikation, både mellan chefer och medarbetare och kolleger emellan. Som ett komplement till den dagliga dialogen genomförs årligen en medarbetarundersökning, FOCUS, där medarbetarna uttrycker sin uppfattning om det egna medarbetarskapet och ledarskapet. 87 (86)% av koncernens medarbetare svarade på årets undersökning. Utfallet av undersökningen uttrycks som medarbetarindex (MIX) och ledarskapsindex (LIX).

Undersökningen 2012 visar en tydlig förbättring jämfört med föregående år; MIX ökade med sex procentenheter till 63 (57)% och LIX ökade med sex procentenheter till 65 (59)%. LIX-index är nära kopplat till MIX-index och cheferna är därför viktiga i det fortsatta arbetet med att öka medarbetarnas engagemang. Lika som föregående år visar resultatet att två av koncernens förbättringsområden är att öka kundfokus i verksamheterna samt att öka graden av involvering i koncernens framtid. Samtliga chefer ska diskutera undersökningen med sina medarbetare och varje enhet ska ta fram handlingsplaner baserat på utfallet i årets mätning. 68 (61%) av medarbetarna som svarat på årets FOCUS-undersökning angav att de arbetat med handlingsplaner baserat på fjolårets resultat. Undersökningen visar också att 79 (74)% av medarbetarna uppger att de haft ett utvecklingssamtal.

Ökat engagemang kring PostNords framtid

I förra årets FOCUS-mätning framkom det tydligt att medarbetarna upplevde att de inte hade tillräcklig kunskap om PostNords övergripande mål. Under året har ett program för intern mobilisering genomförts. Mobiliseringsarbetet inriktas på att informera medarbetarna för att skapa kunskap och insikt om det förändringsarbete som pågår samt att involvera dem för att skapa förståelse och ägarskap. Som del av programmet genomfördes två omgångar av medarbetardialoger för att ge alla medarbetare en möjlighet att tillsammans med sin chef diskutera PostNords koncernstrategi, Roadmap PostNord 2015, och de konsekvenser den har på den egna arbetsplatsen.

Årets FOCUS-undersökning visar att mobiliseringsprogrammet och dialogerna haft en positiv effekt även om det fortfarande finns utrymme för förbättringar när det gäller kunskap och förståelse för koncernens strategi och mål. Under 2013 kommer fokus för den interna dialogen att kretsa kring PostNords värderingar; tillgänglighet, pålitlighet, affärspartner och miljöriktig.

Ansvarsfull omställning

PostNord genomför omfattande omställningar för att anpassa framför allt Mail-verksamheten i förhållande till marknadens utveckling. PostNords ambition är att agera både effektivt och ansvarsfullt vid all omställning av företagets verksamhet.

Medelantalet anställda i koncernen minskade under året med 2 001 och uppgick till 39 713 (41 714). 39 150 (41 063) är anställda i PostNords nordiska verksamhet.

De omställningsprogram som PostNord erbjuder, i samband med övertalighet eller för medarbetare som lämnar företaget av medicinska skäl, innefattar exempelvis utbildning, kurser, omplaceringsstöd och coaching.

Facklig samverkan

PostNords ledning och de fackliga organisationerna som företräder våra medarbetare ser betydelsen av ett nära samarbete för att på bästa sätt möta de framtida utmaningar som koncernen står inför. PostNord samverkar med de fackliga organisationerna både på koncernnivå samt i varje affärsområde.

Medarbetares medbestämmanderätt bygger på respektive lands arbetsrättsliga lagstiftning och regleras på landsnivå. Samverkans- och medinflytandeavtalet anger att de fackliga organisationerna ska få tidig information och möjlighet till påverkan i förhandlingar och samverkan för att därmed öka förståelse och delaktighet i de förändringar som sker. Kollektivavtal tecknas i respektive land. Alla anställda omfattas av kollektivavtal.

Översikt koncernmål relaterade till medarbetare

Målområde	Mål	Utfall 2012
Medarbetarengagemang	Öka Medarbetarindex, MIX	63 (57)
Ledarskap	Öka Ledarskapsindex, LIX	65 (59)
Sjukfrånvaro	Minska sjukfrånvaron	4,9 (5,0)%
Jämställdhet	40% av alla chefer och ledare ska vara kvinnor 2015	29 (29)%



Investeringar i elfordon

Många av koncernens medarbetare använder cykeln i sitt dagliga arbete. PostNord genomför tester av den senaste generationens elfordon för både uppsamling och utdelning av post i Sverige och i Danmark. Av koncernens cirka 5 000 elfordon är drygt 80% mindre elfordon som cyklar och mopeder. Vi genomför också tester av större elfordon eftersom det finns ett behov av att kunna köra längre sträckor med tyngre laster.

PostNord har under de senaste åren även investerat i cirka 1 200 stora, specialdesignade elcyklar med hög lastkapacitet till den danska verksamheten. Satsningen på elfordon är viktig komponent i PostNords arbete för att nå det långsiktiga målet att minska koncernens koldioxidutsläpp med 40% mellan 2009 och 2020.

» Investeringarna i elfordon är en mycket viktig del av utvecklingen av PostNords fordonsflotta. Elfordon reducerar koncernens miljöpåverkan och är också tystare, vilket är positivt för både arbets-

och samhällsmiljö. Min uppfattning är att elfordonen också har bidragit till ökad motivation för många brevbärare, då de bidrar till att skapa en miljövänligare distribution.

*Martin von Horsten,
distributionschef i Post Danmark.*

Miljöarbete ökar konkurrenskraften



Att vara det miljöriktiga valet för kunderna är en del av vår vision. PostNords verksamhet förutsätter transporter av olika slag. Vi arbetar målmedvetet för att minska vår egen och därmed våra kunders miljöbelastning.

Miljöriktiga lösningar

PostNord ökar kundernas konkurrenskraft genom att leverera effektiva och säkra kommunikations- och logistiklösningar. För att kunna utföra våra uppdrag med den leveransprecision som krävs använder vi de flesta typer av transportslag i verksamheten. Vi strävar efter att utföra alla våra uppdrag på ett så miljöeffektivt sätt som möjligt och arbetar målmedvetet mot vårt långsiktiga mål att minska koldioxidutsläppen med 40% fram till 2020.

Många företagskunder har egna ambitiösa miljömål och ser längre än till den egna verksamheten. Utöver arbetet med att reducera den egna miljöbelastningen ställer kunderna krav på sina leverantörer. Det gäller inte minst inköp av logistiktjänster. Många kunder ställer krav på och visar intresse för exempelvis specifik miljödata för tjänsterna de köper, för miljö- och kvalitetscertifikat, för användning av alternativa fordonsbränslen och utbildning av chaufförer i bränslesnålt körsätt. Vi kan visa både vilken miljöbelastning de tjänster kunderna köper av oss har och på vilket sätt vi arbetar med att minska miljöbelastningen. Detta innebär en konkurrensfördel för både oss och våra kunder.

Minska våra transporters miljöpåverkan

För att kunna vara det miljöriktiga valet för kunderna måste vi minska PostNords miljöbelastning. Då transporter står för den största delen av vår miljöpåverkan fokuserar vi på att minska förbrukningen av fossila bränslen. Större delen av PostNords leveranser transporteras på väg, åtminstone delar av sträckan. Att minska koldioxidutsläppen från väg- och flygtransport hör därför till PostNords högst prioriterade initiativ för att nå det långsiktiga utsläppsmålet.

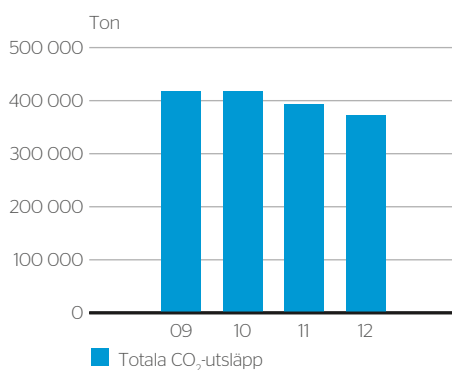
Vägtransporter står för 83% av koncernens totala koldioxidutsläpp. I PostNords uppdrag ingår att tillhandahålla den samhällsomfattande posttjänsten innebärande bland annat att vi ska tillhandahålla övernattsbefordran av brev i hela Sverige och i hela Danmark. I Sverige är det av geografiska skäl nödvändigt att använda flyg för vissa av dessa transporter. Flygtransporter står för 5% av koncernens totala koldioxidutsläpp.

Övergripande långsiktigt mål

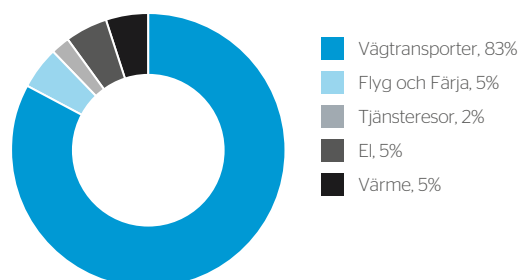
Vårt långsiktiga miljömål är att minska koldioxidutsläppen med 40% under perioden 2009–2020. Målet har brutits ner i kortsiktiga relativa mål – gram CO₂/brev och gram CO₂/paket – och mäts och följs upp på alla nivåer i organisationen. Det innebär exempelvis i praktiken att vi månatligen mäter liter diesel/mil och kWh/m² inom produktionen.

Under 2012 minskade PostNords koldioxidutsläpp med 5% till 372 981 (393 516)¹⁾ ton. Jämfört med basåret 2009 har nu koncernens utsläpp minskat med 11%. De lägre koldioxidutsläppen från transporter beror främst på effektiviseringar av transportupplägg och byte till bränslesnåla fordon. I Sverige finns sedan årsskiftet diesel med högre inblandning av biodrivmedel hos de flesta av våra bränsleleverantörer. I takt med att dessa bränslen tillgängliggörs kommer detta att bidra till minskade koldioxidutsläpp. I Danmark sker sedan sommaren 2011 också

Totala CO₂-utsläpp, 2009–2012¹⁾



CO₂-utsläpp per kategori



¹⁾ Utsläppsdata inkluderar genomförda förvärv. Tidigare redovisade värden har justerats.

» Med bättre kunskap om miljöfrågor blir man tryggare i att prata med kunder och andra intressenter om vårt miljöarbete. Att visa att PostNord är det miljöriktiga valet för kunderna är en viktig del av vår vision.

Göran Dahlberg,
försäljningschef, Posten Meddelande.

inblandning av biodrivmedel i dieseln och bensinen. När det gäller koncernens lokaler och fastigheter har energieffektiviseringar och ökad andel grön el bidragit till minskade utsläpp.

PostNords klimatfond

PostNords klimatfond, som infördes 2009, bidrar till koncernens mål att minska koldioxidutsläppen. Storleken på klimatfonden motsvarar vad det skulle kosta att klimatkompensera hela koncernens koldioxidutsläpp. För 2012 öronmärktes 65 MSEK för miljö- och klimatförbättrande åtgärder via klimatfonden. Chefer, ledare och medarbetare i hela verksamheten lämnar förslag på hur medlen kan användas. Sedan klimatfonden infördes 2009 har omkring 80 olika miljö- och klimatförbättrande projekt startats.

Aktiviteter under året

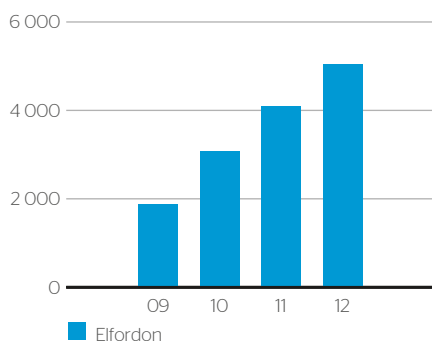
Ökning av antalet elfordon

PostNord ökar stadigt andelen eldrivna fordon. Idag har vi 5 050 elfordon – främst mindre fordon som elmopeder, elcyklar samt så kallade club cars. Under året har vi genomfört tester med normalstora elbilar i Danmark och Sverige med huvudsakligen goda resultat. Förbättrad batteriprestanda är en förutsättning för framtida storskalig användning på längre sträckor. Konkurrenskraftiga priser är också en viktig faktor. Under året har vi också fortsatt köpa in stora, specialdesignade elcyklar med hög lastkapacitet till vår danska brevverksamhet, då brevbarrundorna har blivit längre och fordonen tyngre lastade.

Nya terminaler reducerar miljöpåverkan

Under året har etableringen av nya terminaler i Sverige fortsatt. De nya terminalerna kommer att ha en utpräglad miljöprofil där bland annat fler samordnade tågtransporter kan bidra till minskade koldioxidutsläpp som följd. Läs mer på sid. 11.

Elfondon, 2009-2012



Test av alternativa bränslen för tunga fordon

PostNords logistikverksamhet har fortsatt att testa elhybridlastbilar samt lastbilar som drivs med biodrivmedlet bio-DME¹⁾. Chaufförerna är i huvudsak nöjda – i synnerhet med DME-lastbilen. Bränsletillgången är dock en begränsande faktor i dagsläget då DME endast går att tanka på ett fåtal svenska orter. Under 2013 kommer även lastbilar som drivs med flytande metan i kombination med diesel att testas.

Uppföljning i miljöanpassat körsätt

I både brevbar- och logistikverksamheterna driver vi projekt kring uppföljning av bränsleförbrukning på chaufförsnivå. PostNord har exempelvis genomfört en tävling där ett antal brevbarare och lastbilschaufförer från Sverige och Danmark tävlade i kontroll av fordon före körning, ekonomikörning (miljöanpassad körning), precisionskörning samt teoriprov. Vinnaren i kategorin brevbarbil deltog sedan för PostNords räkning i vår branschorganisation International Post Corporations (IPC) tävling i Montpellier i Frankrike där PostNords team hamnade på andra plats.

Ökad fyllnadsgrad och ruttoptimering

Ruttoptimering och ökad fyllnadsgrad är två exempel på ständigt pågående logistikförbättringar. Att köra så smarta rutter som möjligt och att ständigt eftersträva hög fyllnadsgrad i bilen eller lastbilen är ett sätt att både skapa kostnadseffektivitet och på samma gång erhålla en lägre miljöbelastning per försändelse.

Grönare flyg

Tillsammans med vår leverantör av flygtjänster har vi under året startat ett projekt med fokus att minska bränsleförbrukning och miljöbelastning. Genom att bland annat tillämpa så kallade gröna flygningar samt flyga på högre höjd har projektet redan resulterat i närmare 11% lägre bränsleförbrukning.

¹⁾ DME står för dimetyleter och när bränslet framställs ur biomassa kallas det bio-DME. DME kan även framställas av naturgas. DME som PostNord testat tillverkas av svartlut, en energirik, trögflytande biprodukt från massaindustrin.

Energieffektivisering i lokaler och fastigheter

10% av koncernens miljöpåverkan är kopplad till energiförbrukningen i våra lokaler och fastigheter. För att minska energiförbrukningen vidtas en rad olika effektiviseringsåtgärder. Vissa är av teknisk karaktär och vissa aktiviteter handlar mer om beteendeförändring. När det gäller det förstnämnda kan nämnas utbyte av armatur till mindre energikrävande, energiåtgärder kopplade till maskinparken, översyn av värme och ventilation samt utbyte av portar. Projektet "Grön Adfærd" är ett exempel på en framgångsrik satsning för ändrat beteende.

Webbaserad miljödiplomering

En ny koncerngemensam webbaserad miljöutbildning har implementerats under året. Samtliga chefer, ledare, specialister och administratörer i företaget ska genomgå utbildningen för att öka sina kunskaper i både generella och koncernspecifika miljöfrågor.

Avfallshantering

Det avfall som uppstår i koncernens verksamhet består främst av papper, wellpapp och trä. Koncernen arbetar aktivt med att minimera mängden avfall och öka återvinningen. Under 2012 gick 76 (73)% av avfallet till återvinning och 24 (26)% till energitvinning. Se även sid. 26.

Buller

PostNord tar hänsyn till omgivningen och därför prioriterar vi att minska bullret från vår verksamhet. Det händer ändå att människor störs av PostNords verksamhet. Anmälan till kommuner kan leda till föreläggande att genomföra bullermätningar och vidta eventuella andra åtgärder. Under året har koncernen fortsatt att arbeta med att minska bullerstörningar för kringboende till verksamheterna i Huddinge och Halmstad i Sverige.

Kemikalier

Strålfors verksamhet rymmer bland annat grafiska tjänster. Inom Strålfors grafiska verksamhet görs löpande översyn av hur användningen av kemikalier och lösningsmedel kan minska. Genom att byta ut exempelvis isopropanol i fuktvattnet till andra kemikalier med lägre koncentration av lösningsmedel minskar utsläppen av VOC (flyktiga organiska ämnen). Strålfors har under 2012 fortsatt sitt arbete med att minimera VOC-utsläppen.

Anmälningspliktig verksamhet

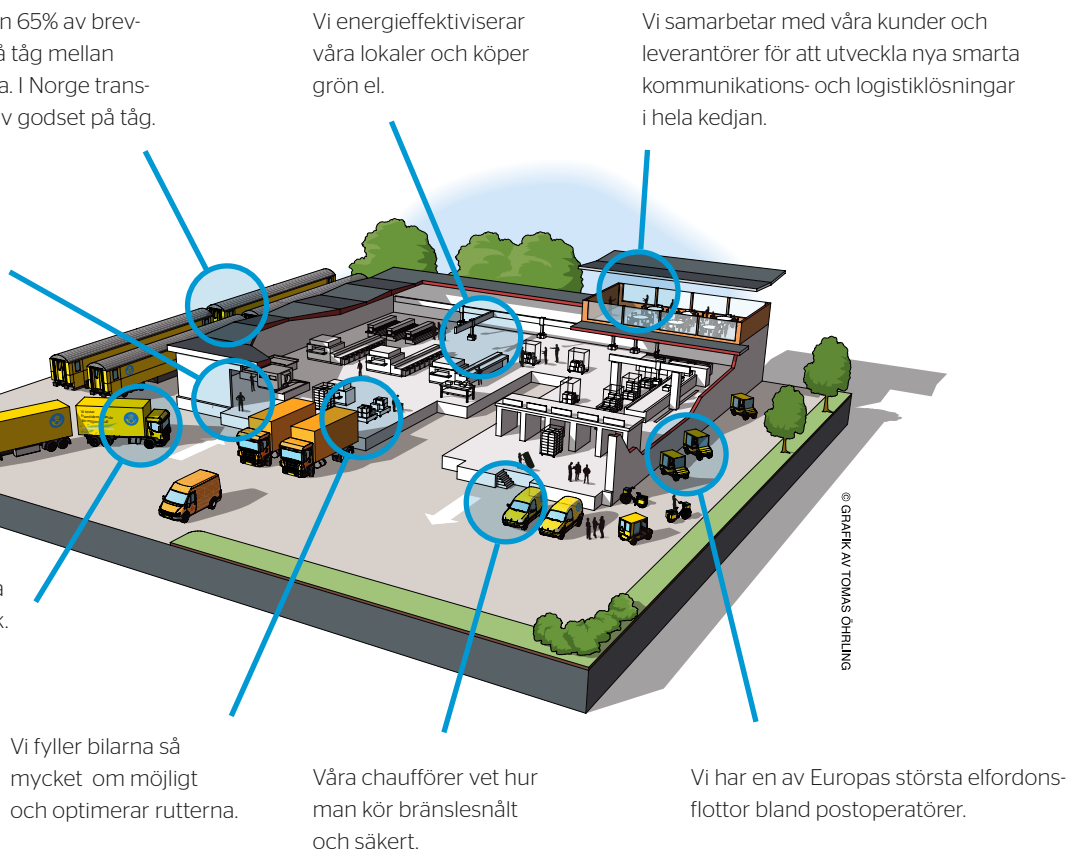
PostNord bedriver anmälningspliktig verksamhet i Sverige, Frankrike och Polen enligt respektive nationell lagstiftning. Läs mer i avsnittet Miljö i PostNords årsredovisning.

Så minskar vi vår miljöpåverkan

Vi transporterar mer än 65% av brev-volymerna i Sverige på tåg mellan sorteringsterminalerna. I Norge transporteras majoriteten av godset på tåg.

Vi uppgraderar löpande våra fordon till mer miljöeffektiva alternativ.

Vi deltar i tester av nya bränslen och ny teknik.





Medarbetarledd energibesparingskampanj

Ett projekt som genomförts med medel från Klimatfonden under året är "Grøn Adfærd" (Grönt Beteende), en omfattande kampanj i vår danska verksamhet med syfte att spara energi. De arbetsplatser som lyckades spara mest premierades. Kampanjen engagerade

14 000 medarbetare, varav 280 fungerade som så kallade klimatambassadörer. Medarbetarna lyckades minska energiförbrukningen i totalt 270 byggnader med omkring 20%. Efter kampanjens avslut har en effekt på -10% kunnat bibehållas.

» Det är inte ofta det händer att man med hjälp av en kampanj lyckas minska energiförbrukningen med 20%. Kampanjen visar att ett starkt

företag med engagerade medarbetare kan göra stor skillnad för miljön.

Thomas Nissen, avdelningschef Facility Management.

Ansvarsfulla inköp

Varje år köper PostNord varor och tjänster för miljardbelopp där merparten av inköpen avser transporter och tjänster. Under året har vi fortsatt arbetet med att utveckla koncerngemensamma processer för inköp och uppföljning av leverantörer.

Koncerngemensamma processer

PostNord har beslutat om en gemensam inköpsprocess, som är under införande, för att tillvarata koncernens potential till synergier och kostnadsbesparingar.

Ett exempel på ett steg mot koncerngemensamma processer är en gemensam avtalskatalog för inköpsavtal som PostNord etablerade under 2011. Ambitionen är att över tid inkludera koncernens samtliga inköpsavtal i denna.

Inköpsprocessens effektivitet följs upp genom att koncernen ställer upp mål för avtalstrohet. Avtalstrohet mäter att inköp sker från leverantörer med vilka koncernen tecknat avtal, så att inköpen sker så kostnadseffektivt som möjligt.

Kvalificering av nya leverantörer

Som en del i upphandlingar som görs enligt LUF/FSVD¹⁾ ombeds potentiella leverantörer av varor och tjänster att genomföra en självutvärdering där de betygsätter sig själva, bland annat vad gäller miljö och kvalitet. Ansvarig inköpare gör sedan, tillsammans med uppdragsgivaren, en leverantörsbedömning innan kontrakt tecknas.

I kvalificeringsprocessen av våra transportleverantörer säkerställs det att leverantören uppfyller generella uppförandekoder samt koncernens särskilda krav för transporter. PostNord följer EURO-klassificeringen av leverantörens fordonsflotta, däck och drivmedel. På maskinområdet följs EU-standard och särskilda krav på bullernivå ställs.

PostNord köper in profilkläder via agenter i Sverige som i sin tur gör sina inköp från kontrakterade produktionsenheter, primärt i Asien och Östeuropa. Miljöstyrningsrådet i Sverige

har tagit fram krav för upphandling av textilier och läder som innefattar såväl miljöfrågor som sociala aspekter. Dessa krav använder PostNord för att anpassa sina anbudsfrågor vid klädupphandlingar.

PostNords leverantörskod

PostNord ska enbart teckna avtal med leverantörer som förbinder sig att följa PostNords kod för leverantörer. Koden för leverantörer uppdaterades senast i december 2012 och inkluderar bland annat de krav som innefattas i FN:s Global Compact. Leverantörskoden ställer också krav på att leverantörerna tar ansvar för sina underleverantörers efterlevnad av PostNords krav.

Uppföljning och efterlevnad

PostNord genomför regelbundet statusmöten med transportleverantörer, där avtalsefterlevnad är en del. Kontroll av efterlevnad av de krav vi ställer på transportleverantörer sker också vid årsrevisioner. Att införa och implementera årsrevisioner för PostNords samtliga större transportleverantörer är ett arbete som koncernen påbörjat under 2012. Implementeringen kommer att fortsätta under kommande år. Årsrevisionerna är mer omfattande och inkluderar generell avtalsefterlevnad, efterlevnad av PostNords specifika krav på transportleverantörer, kontroll av miljödata och uppföljning av miljökrav.

Vad gäller inköp av profilkläder från Asien ställs krav på våra leverantörer att visa rapporter på att de kontrollerat sina underleverantörer. När avtal är ingånget sker uppföljning på statusmöten med leverantören. Arbetet pågår för att utveckla uppföljningen inom klädinköp.

Affärsetik

PostNord har under året uppdaterat sina riktlinjer för att undvika mutbrott och påbörjat införandet av ett whistleblower-system. Riktlinjerna följer den nya svenska mutlagstiftningen och inbegriper bland annat den nya näringslivskoden framtagna av Institutet mot mutor. Koncernen kommer i en kommande koncerngemensam uppförandekod att komplettera med ytterligare vägledning för hur koncernens medarbetare ska förhålla sig till externa kontakter. PostNords koncerngemensamma uppförandekod avses implementeras under 2013.

¹⁾ LUF: Lagen om upphandling inom områdena vatten, energi, transporter och posttjänster (Sverige). FSVD: Forsyningsvirksomhetsdirektivet (Danmark).

Hållbarhetsdata

Ekonomisk data

Genererat värde, MSEK	2012	2011	2010
Nettoomsättning, externt	38 920	39 466	41 669
<i>varav erhållna ersättningar från staten</i>	25	24	25
Övriga rörelseintäkter	253	274	289
Andelar i intresseföretags resultat	7	-2	6
Finansiella intäkter	238	367	174
Summa	39 418	40 105	42 138
Distribuerat värde per intressent, MSEK			
Leverantörer			
Transportkostnader	8 084	7 540	7 384
Lokalkostnader	2 158	2 134	2 236
Övriga kostnader	7 301	7 629 ¹⁾	8 178 ¹⁾
Övriga personalkostnader	176	221 ²⁾	91 ²⁾
Årets investeringar materiella och immateriella anläggningstillgångar	2 329	1 939	1 272
Summa	20 048	19 463	19 161
Medarbetare			
Löner och andra ersättningar	14 082	14 792	15 780
Lagstadgade sociala avgifter	2 628	2 532	2 648
Pensionskostnader	1 698	1 641	2 032
Övriga personalkostnader	23	38 ²⁾	36 ²⁾
Övriga kostnader, avsättningar	889	88 ¹⁾	323 ¹⁾
Räntekostnader avs pensioner	90	195	104
Summa	19 410	19 286	20 923
Kreditgivare			
Räntor till långgivare	87	57	98
Summa	87	57	98
Samhälle			
Aktuell skatt Sverige	13	6	10
Aktuell skatt Danmark	31	76	102
Aktuell skatt Norge	71	33	82
Aktuell skatt Finland	-2	-1	-1
Aktuell skatt Övriga världen	6		7
	119	114	200
Utdelning svenska staten	63	223	607
Utdelning danska staten	40	145	393
	103 ³⁾	368	1 000
Summa	222	482	1 200
Totalt distribuerat värde	39 767	39 288	41 382

¹⁾ Tidigare rapporterade värde har justerats med avseende på Koncernens Årsredovisning, Koncernens Not 6 Avsättningar. Avser i allt väsentligt intressentgruppen Medarbetare.

²⁾ Tidigare rapporterat värde har justerats, avser i allt väsentligt intressentgruppen Leverantörer.

³⁾ Styrelsens förslag.

Miljödata

Koldioxidutsläpp (ton)	2012	2011	2010	2009
Fossila koldioxidutsläpp totalt koncernen	372 981	393 516	417 647	418 286
Transporter, EN16				
Fossila bränslen	328 116	339 479	343 380	348 577
Förnyelsebara bränslen	19 352	14 817	15 045	15 166
Tjänsteresor, EN17	6 771	8 433	7 894	6 947
Energianvändning				
Värme och el, EN16	38 093	45 604	66 374	62 762
Initiativ för att minska utsläpp av koldioxid (inköp av miljömärkt el), EN18	-33 535	-29 585	-14 437	-13 862
Övriga utsläpp till luft för transporter (ton), EN20				
Kolmonoxid	368	541	500	
Kväveoxider	1 142	2 014	1 775	
Kolväten (VOC)	128	93	166	
Partiklar	21	33	30	
Energianvändning				
Drivmedel transporter (TJ), EN3				
Fossila bränslen	3 821	4 073	4 388	
Förnyelsebara bränslen	195	164	133	
Tjänsteresor med bil (TJ), EN3¹⁾	55	282	423	
Uppvärmning (fjärrvärme och gas) (MWh), EN4	154 863	156 382	170 229	
Elanvändning (MWh), EN4	211 920	218 983	247 053	
Avfall ton, EN22^{1), 2)}				
Papper	16 099	16 807	22 005	
Wellpapp/kartong	2 839	2 258	3 067	
Plast	518	683	1 277	
Glas	3	5	5	
Metall	629	777	563	
Trä	1 812	2 120	2 059	
Brännbart	4 604	5 544	5 347	
Elektronik	98	66	72	
Farligt avfall	138	128	171	
Deponi	3	29	51	
Övrigt	77	12	43	

¹⁾ Avser PostNords verksamhet i Sverige och Danmark. Inkluderar ej under 2012 förvärvade bolag.

²⁾ 2011 års data är inte direkt jämförbara med 2010 på grund av byte av avfalls-entreprenör i Danmark.

Medarbetardata

Antal anställda/inhyrda, LA1 ^{1) 4) 5)}	2012	2011	2010
Totalt Norden, anställd personal	49 297	48 568	51 405
varav grundbemanning	38 824	38 697	41 499
varav förstärkningsanställda	10 473	9 871	9 906
Totalt Norden, inhyrd personal	1 107	724	
Breve Danmark	15 072	16 710	19 725
varav grundbemanning	12 130	13 181	14 808
varav förstärkningsanställda	2 942	3 529	4 917
Tillkommer inhyrd personal	34	37	
Meddelande Sverige	24 656	22 397	21 938
varav grundbemanning	18 102	16 961	17 751
varav förstärkningsanställda	6 554	5 436	4 187
Tillkommer inhyrd personal	343	131	
Logistik	7 185	6 841	6 704
varav grundbemanning	6 433	6 202	6 213
varav förstärkningsanställda	752	639	491
Tillkommer inhyrd personal	658	517	
Strålfors	1 288	1 341	1 673
varav grundbemanning	1 187	1 237	1 614
varav förstärkningsanställda	101	104	59
Tillkommer inhyrd personal	72	39	
Koncernfunktionerna	1 096	1 279	1 365
varav grundbemanning	972	1 116	1 113
varav förstärkningsanställda	124	163	252
Tillkommer inhyrd personal	0	0	

Arbets-skador-Sjuktal, LA7 ^{1) 3)}	2012	2011	2010
Totalt Norden			
arbets-skador	40	72	88
varav antal dödsfall	0	0	0
sjukfrånvaro, %	4,9	5,0	5,2
Breve Danmark			
arbets-skador, antal	37	128	171
varav antal dödsfall	0	0	0
sjukfrånvaro, %	5,0	5,2	5,5
Meddelande Sverige			
arbets-skador, antal	43	45	46
varav antal dödsfall	0	0	0
sjukfrånvaro, %	5,1	5,2	5,3
Logistik			
arbets-skador, antal	50	55	54
varav antal dödsfall	0	0	0
sjukfrånvaro, %	5,0	4,9	5,2
Strålfors			
arbets-skador, antal	17	3	7
varav antal dödsfall	0	0	0
sjukfrånvaro, %	3,1	3,8	3,5
Koncernfunktionerna			
arbets-skador, antal	2	1	3
varav antal dödsfall	0	0	0
sjukfrånvaro, %	2,4	2,1	2,3

Personalomsättning, LA2 ^{1) 2) 5)}	2012	2011	2010
Totalt Norden, %	10,9	10,6	10,7
Antal avgångar totalt, st	4 220	4 111	4 452
Breve Danmark, %	13,2	13,9	14,2
-29 år	25,8	40,3	29,1
30-49 år	10,2	11,2	9,7
50 år-	14,4	11,8	15,1
kvinnor	15,2	14,3	14,6
män	12,1	13,7	14,0
Meddelande Sverige, %	7,3	7,0	5,2
-29 år	11,9	10,5	7,3
30-49 år	3,6	2,3	2,1
50 år-	9,3	10,2	7,4
kvinnor	7,7	7,5	5,2
män	7,0	6,6	5,1
Logistik, %	13,1	12,1	13,0
-29 år	21,7	26,1	16,3
30-49 år	9,8	8,3	7,2
50 år-	11,8	6,5	9,9
kvinnor	15,1	10,9	15,0
män	12,6	12,4	12,5
Strålfors, %	12,5	10,3	15,0
-29 år	11,5	12,9	16,4
30-49 år	11,4	8,5	12,2
50 år-	14,9	12,6	20,3
kvinnor	13,6	7,2	13,7
män	11,9	11,9	15,7
Koncernfunktionerna, %	32,3	19,6	34,3
-29 år	56,5	64,0	45,0
30-49 år	36,6	13,3	35,9
50 år-	26,9	24,1	31,5
kvinnor	21,8	21,2	23,3
män	44,6	18,0	45,2

Medelantal anställda	2012	2011	2010
Totalt Koncernen	39 713	41 714	44 060
Breve Danmark	12 521	13 766	15 187
Meddelande	17 686	18 311	19 010
Logistik	6 718	6 381	6 275
Strålfors	1 509	1 921	2 206
Koncernfunktionerna	1 279	1 335	1 382
Totalt Norden	39 150	41 063	43 395
Breve Danmark	12 521	13 766	15 187
Meddelande	17 540	18 180	18 889
Logistik	6 677	6 324	6 232
Strålfors	1 133	1 458	1 705
Koncernfunktionerna	1 279	1 335	1 382

¹⁾ Företag inom Logistik som ej redovisas; Eek Transport AS, Nils Hansson Logistics AB, Harlem Transport AS, inkråmet i Byrknes Auto AS samt Mereco Transport A/S.

²⁾ Värdena för 2010 och 2011 för personalomsättning män inom koncernfunktionerna är justerade jämfört med tidigare publicerad information.

³⁾ Arbets-skador per 1 miljon arbetade timmar.

⁴⁾ Inhyrd personal. Antal betalda timmar omräknat till heltidsanställda.

⁵⁾ Inom Meddelande Sverige ingår företaget Tidningstjänst AB med 1 955 anställda (1 166 grundbemanning och 789 förstärkningsanställda) för 2012. Tidningstjänst AB:s anställda ingår dock inte för 2011 och 2010. Medarbetardata är därför ej jämförbara mellan åren.

forts. Medarbetardata

Antal anställda indelade i ålder och kön LA 13 ¹⁾⁵⁾	2012	2011	2010	Löneskillnad kvinnor/män, LA14 ¹⁾⁵⁾	2012	2011	2010
GRUNDBEMANNING				Totalt Norden			
Breve Danmark	12 130	13 181	14 808	<i>varav grundbemanning, %</i>	3,3	3,9	3,7
-29 år, %	8	9	13	kvinnor	25 922	25 818	24 932
30-49 år, %	50	50	51	män	26 777	26 816	25 864
50 år-, %	42	41	36	<i>varav förstärkningsanställda, %</i>	2,3	3,7	5,6
administrativ personal, %	11	16		kvinnor	20 399	20 393	20 010
produktionspersonal, %	89	84		män	20 863	21 153	21 127
kvinnor, %	35	36	37	Breve Danmark			
män, %	65	64	63	<i>varav grundbemanning, %</i>	0,5	1,2	1,1
<i>varav kvinnliga chefer, %</i>	28	27	27	kvinnor	25 851	26 339	25 673
<i>varav manliga chefer, %</i>	72	73	73	män	25 980	26 645	25 947
Meddelande Sverige	18 102	16 961	17 751	<i>varav förstärkningsanställda, %</i>	1,0	1,0	1,0
-29 år, %	13	14	15	kvinnor	21 811	22 661	22 464
30-49 år, %	41	41	42	män	22 030	22 882	22 679
50 år-, %	46	45	43	Meddelande Sverige			
administrativ personal, %	12	14		<i>varav grundbemanning, %</i>	2,7	2,8	3,0
produktionspersonal, %	88	86		kvinnor	24 141	23 556	22 712
kvinnor, %	39	40	41	män	24 787	24 206	23 395
män, %	61	60	59	<i>varav förstärkningsanställda, %</i>	0,9	0,3	0,9
<i>varav kvinnliga chefer, %</i>	32	33	32	kvinnor	19 968	19 497	18 013
<i>varav manliga chefer, %</i>	68	67	68	män	20 142	19 546	18 183
Logistik	6 433	6 202	6 213	Logistik			
-29 år, %	23	24	25	<i>varav grundbemanning, %</i>	1,2	0,4	1,5
30-49 år, %	50	49	48	kvinnor	28 260	28 688	27 399
50 år-, %	27	27	27	män	28 613	28 584	27 006
administrativ personal, %	24	27		<i>varav förstärkningsanställda, %</i>	0,6	2,4	2,8
produktionspersonal, %	76	73		kvinnor	20 918	20 295	19 992
kvinnor, %	19	19	19	män	20 797	20 779	19 441
män, %	81	81	81	Strålfors			
<i>varav kvinnliga chefer, %</i>	21	22	21	<i>varav grundbemanning, %</i>	9,8	10,3	13,5
<i>varav manliga chefer, %</i>	79	78	79	kvinnor	31 418	30 699	29 277
Strålfors	1 187	1 237	1 614	män	34 504	33 851	33 243
-29 år, %	13	11	13	<i>varav förstärkningsanställda, %</i>	15,1	11,1	21,7
30-49 år, %	56	57	63	kvinnor	20 582	22 241	20 806
50 år-, %	31	31	24	män	23 692	24 712	25 327
administrativ personal, %	41	41		Koncernfunktionerna			
produktionspersonal, %	59	59		<i>varav grundbemanning, %</i>	31,8	33,7	28,2
kvinnor, %	35	35	34	kvinnor	39 226	36 865	34 528
män, %	65	65	66	män	51 693	49 277	44 256
<i>varav kvinnliga chefer, %</i>	36	31	31				
<i>varav manliga chefer, %</i>	64	69	69				
Koncernfunktionerna	972	1 116	1 113				
-29 år, %	2	2	4				
30-49 år, %	49	50	53				
50 år-, %	49	48	43				
administrativ personal, %	100	100					
produktionspersonal, %	0	0					
kvinnor, %	54	51	50				
män, %	46	49	50				
<i>varav kvinnliga chefer, %</i>	41	41	39				
<i>varav manliga chefer, %</i>	59	59	61				
Totalt	38 824	38 697	41 499				
-29 år, %	13	13	15				
30-49 år, %	46	46	47				
50 år-, %	41	41	38				
administrativ personal, %	16	20					
produktionspersonal, %	84	80					
kvinnor, %	35	35	36				
män, %	65	65	64				
<i>varav kvinnliga chefer, %</i>	29	29	29				
<i>varav manliga chefer, %</i>	71	71	71				

¹⁾ Företag inom Logistik som ej redovisas; Eek Transport AS, Nils Hansson Logistics AB, Harlem Transport AS, Inkråmet i Byrknes Auto AS samt Mereco Transport A/S.

⁵⁾ Inom Meddelande Sverige ingår företaget Tidningstjänst AB med 1 955 anställda (1 166 grundbemanning och 789 förstärkningsanställda) för 2012. Tidningstjänst ABs anställda ingår dock inte för 2011 och 2010. Medarbetardata är därför ej jämförbara mellan åren.

Redovisningsprinciper

PostNord AB är moderbolag i koncernen PostNord som bildades vid samgåendet mellan Post Danmark A/S och Posten AB den 24 juni 2009. Detta är koncernens fjärde hållbarhetsredovisning. Innan 2009 har Posten AB och Post Danmark A/S publicerat hållbarhetsredovisningar för sina respektive verksamheter.

PostNords hållbarhetsredovisning ger en överblick över koncernens hållbarhetsarbete och koncernens ambitioner och mål för framtiden.

Hållbarhetsredovisningen är upprättad enligt Global Reporting Initiatives (GRI) riktlinjer för hållbarhetsredovisning, version 3.0, tillämpningsnivå C+. Korsreferenstabell för GRI-indikatorer återfinns på PostNords hemsida.

Ekonomiska data och medelantal anställda redovisas enligt samma principer som i PostNords Årsredovisning och innefattar därför hela koncernen. Data rörande medarbetare och miljö omfattar, om inget annat anges, de nordiska verksamheterna. De nordiska verksamheterna utgjorde 2012 97% av koncernens nettoomsättning och cirka 99% av koncernens medelantal anställda. För miljödata ingår även Strålfors utomnordiska verksamhet. Vid avvikelser anges avgränsning i anslutning till den specifika uppgiften.

De företag som förvärvades under 2011 och 2012, Eek Transport A/S, Mereco Transport AS, PostNord Logistics TPL (tidigare Green Cargo Logistics) och Svensk Morgondistribution AB, har inkluderats i miljöredovisningen. Historiska data har därför räknats om för att erhålla jämförbarhet. Harlem Transport AS och Byrknes Auto AS, som förvärvades under slutet av 2012, har inte inkluderats. Dessa kommer att inkluderas i hållbarhetsredovisningen för 2013. När det gäller miljödata har inte heller Svensk Adressändring AB och Tidningstorget AB inkluderats då dessa verksamheter inte har någon betydande miljöpåverkan. I övrigt är konsolideringsprinciperna samma för ekonomiska data och miljödata.

Logistikföretagen Eek Transport AS, Nils Hansson Logistics AB och Mereco Transport AS (förvärvades 2011) samt företagen Harlem Transport AS och Byrknes Auto AS (förvärvades 2012) har inte inkluderats i redovisningen av medarbetardata. Samtliga dessa företag kommer att inkluderas i hållbarhetsredovisningen för 2013. PostNord Logistics TPL (tidigare Green Cargo Logistics) som förvärvades 2012 är inkluderat.

Medarbetardata för Tidningstjänst AB har inkluderats för 2012. Då Tidningstjänst AB är ett företag som ingått i koncernen även 2011 och 2010 fortsätter arbetet mot enhetliga redovisningsprinciper med målet att Tidningstjänst AB ska vara fullständigt integrerat i hållbarhetsredovisningen 2013.

Mätmetoder Miljö

Transporter

Vägtransporter: I Sverige, Danmark och Norge utförs transporter med egna fordon och genom anlitande av entreprenörer. I Finland anlitas entreprenörer till 100%. Utsläpp till luft beräknas ur egna inköpta bränslemängder och vilken fordonstyp som används, samt från transportledningssystem. Beräkning utifrån kostnader för underentreprenörer används också i vissa delar. Faktorerna som används för beräkning av luftutsläpp är sådana som i Norden är nationellt vedertagna för respektive land och används av exempelvis Nätverket för Transporter och Miljön (NTM), Naturvårdsverket i Sverige och Energistyrelsen i Danmark.

Flyg: PostNord köper in flygtransporter för verksamhet som bedrivs i Sverige och Danmark. PostNord har under året inte använt några flygtransporter i Finland eller Norge. För den svenska verksamheten erhålls uppgifter från leverantören om bränslemängd och sträcka. För den danska verksamheten registreras genomförda transporter i ett transportledningssystem och utsläpp beräknas utifrån tonkm. De emissionsfaktorer som används är nationellt vedertagna för respektive land.

Tåg: Verksamheterna i Sverige och Norge är de som använder tågtransporter i stor utsträckning. Alla tågtransporter i Sverige köps från Green Cargo och är märkta med Bra Miljöval. För tågtransporter i Norge används el som inte är baserad på fossila bränslen.

Färja: Det är endast verksamheten i Danmark som använder färjetransporter i större utsträckning. Uppgifter om genomförda transporter registreras i ett transportledningssystem och utsläpp beräknas utifrån tonkm. De emissionsfaktorer som används är nationellt vedertagna.

El och värme

El: Elanvändning erhålls i första hand från elleverantören eller genom avläsning av mätare. I Sverige köps el märkt Bra Miljöval och i Danmark vindkraftsel till stor del. Denna el antas inte ge några koldioxidutsläpp, då endast användningsfasen ingår i redovisningen. I de fall elen ingår i hyran, eller av andra orsaker inte erhålls eller kan avläsas, uppskattas elanvändningen efter

lokalyta (gäller vissa delar i den svenska verksamheten). För denna el beräknas koldioxidutsläppen utifrån nordisk elmix eller dansk elmix.

Värme: Kontor och terminaler värms i huvudsak med fjärrvärme eller naturgas. Värmeanvändningen följs upp genom avläsning eller fakturaunderlag. I vissa fall uppskattas värmeanvändningen efter lokalyta. De emissionsfaktorer som används är nationellt vedertagna. Eluppvärmda lokaler beräknas i enlighet med ovan.

Tjänsteresor

Redovisade utsläpp från tjänsteresor avser resor med flyg och tåg samt bil. Underlag erhålls från de resebyråer som PostNord har avtal med. För resor med bil beräknas utsläppen efter drivmedelsanvändning och allmänt vedertagna emissionsfaktorer.

Avfall

Redovisade avfallsmängder erhålls från de entreprenörer som sköter PostNords avfallshantering.

Mätmetoder kunder

Kundvärde

I och med bildandet av den nya gemensamma koncernen PostNord har ett nytt koncerngemensamt nyckeltal och uppföljningsverktyg för kundkapitalet utvecklats.

KVI (Kundvärdeindex) är sedan 2011 PostNords uppföljningsverktyg för att löpande följa kundnöjdhet och kundernas uppfattning om verksamheten. Den ersätter de olika kundnöjdhetsmätningar som tidigare funnits i organisationen. Mätningarna genomförs två gånger per år och omfattar PostNords samtliga affärsområden och Strålfors med fokus på de nordiska länderna.

Nyckeltalet består av tre övergripande nöjdhetsfrågor. De tre frågorna har tidigare funnits i både KTA och NKI och används också i flera externa mätningar som Svenskt Kvalitetsindex (SKI), Dansk Kvalitetsindex (DKI) och European Performance Satisfaction Index (EPSI), vilket även ger möjlighet till extern benchmark.

Kvalitet 1:a-klassbrev

Swedish External Monitoring (SWEX) och Danish External Monitoring (DEX) är två oberoende externa kvalitetsmätningar som kontinuerligt mäter andel 1:a-klassbrev som levererats i tid från kund till kund. Mätningarna genomförs i form av en statistiskt säkrad testbrevsverksamhet som uppfyller de krav som anges i EN-standard 13850. Under 2012 har TNS SIFO

samt Quotas QmbH genomfört dessa mätningar i Sverige respektive Danmark. Resultatet från de två mätningarna vägs samman till ett koncerngemensamt resultat utifrån brevolym i respektive land.

Kvalitet paket

Produktionssystemen i Sverige (LUPP) och i Danmark (GTT) är två av varandra oberoende system som mäter andelen kollin som är levererade i rätt tid från första produktionsskanning - Kund. Produkterna som mäts är sammanvägda på produkterna 19 (MyPack), 25 (Postpaket) och 15 (DPD Företagspaket 16:00) för Sverige och Erhvervspakker, PrivatPakker och Postpakker för Danmark.

Eftersom de två mätningarna inte är direkt jämförbara görs detta som två separata mätningar. Successivt under 2013 kommer mätningarna att ske på ett gemensamt sätt via ett system som heter CEM. PostNord kommer då att få en gemensam nordisk rapport gällande leverans kvalitet för paket utifrån produkterna MyPack, PallEtt och DPD.

Mätmetoder externa partners

I Sverige genomförs en årlig undersökning av våra externa partners uppfattning om samarbetet med PostNord. 2012 intervjuades 285 slumpmässigt utvalda svenska postombud. Intervjuerna genomfördes per telefon. Undersökningen resulterar i ett Nöjdpartnerindex (NPI-tal). NPI är ett viktat medelvärde av fyra separata frågor om totalintrycket av samarbetet med PostNord.

Mätmetoder medarbetare

Medelantal anställda

Beräknas genom att det totala antalet betalda timmar divideras med normtiden för en heltidsarbetande.

Totala antalet anställda

Totala antal anställda vid periodens utgång. Fördelat på grundbemanning och förstärkningsanställda.

Grundbemanning

Avser samtliga månadsanställda på hel- och deltid. Definitionen av grundbemanning är att den ska täcka ett grundbehov vid "normalflöde" i produktionen. Förstärkningsanställda ska kapa "toppar" i produktionen, exempelvis vid jul eller semester.

Personalomsättning

Antal personer som slutat under 2011 i förhållande till grundbemanningen i slutet av året.

Sjukfrånvaro

Sjukfrånvaro i förhållande till ordinarie, avtalad arbetstid, redovisad i procent.

Sjukfrånvaron innefattar sjukfrånvaro när den anställde själv är sjuk.

Ordinarie, avtalad arbetstid i timmar omfattar såväl timavlönade som förstärkningsanställdas tid. Utöver ordinarie arbetstid omfattas även sjukfrånvaro, semester, föräldraledighet och vård av sjukt barn samt övriga betalda ledigheter.

Arbetsskador

Registrerade arbetsskador, i förhållande till arbetade timmar (inkluderar inte färdarbetsolyckor). Även mindre skador (första hjälpen-nivå) har inkluderats i redovisningen. Beräkningarna utgår från totalt antal arbetade timmar, oavsett anställningsform. Skadekvoten beräknas som totala antalet skador per 1 000 000 arbetade timmar. Arbetsskador anmäls till närmsta chef i Sverige och Danmark. Registrering sker i systemet C2 i Sverige, Skadesanmeldesessystemet (SKA) i Danmark och i ett ledelses- och informationssystem (LIS) i Norge. Ur systemen kan statistik över anmälda arbetsskador hämtas och sorteras i olika kategorier som exempelvis fall- kläm- och trafikskador. Det är väl kommunicerat att arbetsskador ska registreras.

Medarbetarindex (MIX)

Utfallet av koncernens medarbetarundersökning resulterar i ett medarbetarindex (MIX). Mätningen genomförs tillsammans med extern part, den är anonym och analyseras av en utifrån koncernen oberoende partner.

Ledarskapsindex (LIX)

Utfallet av koncernens medarbetarundersökning resulterar också i ett ledarskapsindex (LIX). LIX mäter resultatet för den närmaste chefens ledarskap från dennes medarbetare, i vilken utsträckning medarbetarna upplever att den närmaste chefen lever upp till PostNords ledarkriterier; leverera, involvera, ta ansvar och tydlighet.

Mätmetoder samhälle

Corporate Image

Corporate image är en undersökning som genomförs av det externa bolaget TNS SIFO. Undersökningen bygger på en mätning där cirka 400 privatpersoner per vecka (200 i Sverige och 200 i Danmark) svarar på frågor om hur de uppfattar Posten respektive Post Danmark. Undersökningen består av fem nyckelfrågor som tillsammans bildar ett index.

Bestyrkanderappport

Revisors rapport över översiktlig granskning av PostNord AB:s hållbarhetsredovisning. Till läsarna av PostNord AB:s hållbarhetsredovisning.

Inledning

Vi har fått i uppdrag av styrelsen i PostNord AB att översiktligt granska innehållet i PostNord AB:s hållbarhetsredovisning för år 2012. Det är styrelsen och företagsledningen som har ansvaret för det löpande arbetet inom miljö, arbetsmiljö, kvalitet, socialt ansvar och hållbar utveckling samt för att upprätta och presentera hållbarhetsredovisningen i enlighet med tillämpliga kriterier. Vårt ansvar är att uttala en slutsats om hållbarhetsredovisningen grundad på vår översiktliga granskning.

Den översiktliga granskningens inriktning och omfattning

Vi har utfört vår översiktliga granskning i enlighet med RevR 6 Bestyrkande av hållbarhetsredovisning utgiven av Far. En översiktlig granskning består av att göra förfrågningar, i första hand till personer som är ansvariga för upprättandet av hållbarhetsredovisningen, att utföra analytisk granskning och att vidta andra översiktliga granskningsåtgärder. En översiktlig granskning har en annan inriktning och en betydligt mindre omfattning jämfört med den inriktning och omfattning som en revision enligt IAASB:s standarder för revision och kvalitetskontroll och god revisionssed i övrigt har. De granskningsåtgärder som vidtas vid en översiktlig granskning gör det inte möjligt för oss att skaffa oss en sådan säkerhet att vi blir medvetna om alla viktiga omständigheter som skulle kunna ha blivit identifierade om en revision utförts. Den uttalade slutsatsen grundad på en översiktlig granskning har därför inte den säkerhet som en uttalad slutsats grundad på en revision har.

De kriterier som vår granskning baseras på är de delar av Sustainability Reporting Guidelines G3, utgiven av The Global Reporting Initiative (GRI), som är tillämpliga för hållbarhetsredovisningen, samt de redovisnings- och beräkningsprinciper som företaget särskilt tagit fram och angivit. Vi anser att dessa kriterier är lämpliga för upprättande av hållbarhetsredovisningen.

Vår översiktliga granskning omfattar det som framgår av GRI Korsreferenstabell som finns på PostNord AB:s hemsida, www.postnord.com, och de sidor i hållbarhetsredovisningen och årsredovisningen som hänvisas till i denna innehållsförteckning.

Vår översiktliga granskning har, utifrån en bedömning av väsentlighet och risk, bland annat omfattat följande:

- a. uppdatering av vår kunskap och förståelse för PostNord AB:s organisation och verksamhet,
- b. bedömning av kriteriernas lämplighet och tillämpning avseende intressenternas informationsbehov,
- c. bedömning av resultatet av företagets intressentdialog,
- d. intervjuer med ansvariga chefer på utvalda enheter i syfte att bedöma om den kvalitativa och kvantitativa informationen i hållbarhetsredovisningen är fullständig, riktig och tillräcklig,
- e. tagit del av interna och externa dokument för att bedöma om den rapporterade informationen är fullständig, riktig och tillräcklig,
- f. utvärdering av de system och processer som använts för att inhämta, hantera och validera hållbarhetsinformation,
- g. utvärdering av den modell som använts för att beräkna koldioxidutsläpp,
- h. analytisk granskning av rapporterad information,
- i. avstämning av finansiell information mot företagets årsredovisning för år 2012,
- j. bedömning av företagets uttalade tillämpningsnivå avseende GRI:s riktlinjer,
- k. övervägande av helhetsintrycket av hållbarhetsredovisningen, samt dess format, därvid övervägande av informationens inbördes överensstämmelse med tillämpade kriterier, och
- l. avstämning av den granskade informationen mot hållbarhetsinformationen i företagets årsredovisning för år 2012.

Slutsats

Grundat på vår översiktliga granskning har det inte kommit fram några omständigheter som ger oss anledningen att anse att hållbarhetsredovisningen inte, i allt väsentligt, är upprättad i enlighet med de ovan angivna kriterierna.

Stockholm den 21 februari 2013
Ernst & Young AB

Lars Träff
Auktoriserad revisor

Curt Öberg
Auktoriserad revisor

Kontaktuppgifter

PostNord AB

105 00 Stockholm
Besöksadress: Terminalvägen 24, Solna
Tel +46 10 436 00 00

Tietgensgade 37
1566 København V, Danmark
Tel +45 33 61 00 00

www.postnord.com

Kontaktpersoner

Per Mossberg, Kommunikationsdirektör, tel +46 10 436 3915
Henrik Rättzén, Chief Financial Officer, tel +46 10 436 4394
Oscar Hyléen, Chef Investor Relations, tel +46 10 436 4191, ir@posten.se
Monica Edblad, Investor Relations och hållbarhetskommunikation, tel +46 10 436 4425, ir@posten.se
Per Ljungberg, Presschef, tel +46 10 436 4421, press@posten.se



Utsläppen av växthusgaser från produktionen av denna trycksak inklusive papper, andra material och transporter har kompensats genom investering i motsvarande mängd certifierade reduktionsenheter i Kikonda Forest Reserve-projektet, skogsplantering i Uganda.

Svanenmärkt trycksak.

Fotografer: Peter Phillips, Mads Armgaard, Lars Schmidt, Søren Nielsen, Hans Carlén, Henrik Petit, Berit Hvassum.
Produktion: PostNord i samarbete med Hallvarsson & Hallvarsson.

