

A young girl with long brown hair, wearing a pink and white striped sweater, is smiling and holding a globe she has hand-painted with blue and green colors. She is standing in a classroom or craft room. In the background, there is a world map on the wall, a desk with various art supplies like markers and a book, and a grey paper cutout of a cat with colorful sticky notes on its body.

Gemeinsam für eine grünere Zukunft bei DPD

CSR-Bericht 2020 und 2021
DPDgroup und DPD Deutschland GmbH

Unsere Vision

Wir möchten bis 2030 der internationale Ansprechpartner für nachhaltige Zustellung sowie Wegbereiter eines beschleunigten E-Commerce werden.

Unsere Werte



Transparenz



Solidarität



Verantwortung



Weltoffenheit



Respekt

DPD Deutschland ist Teil der DPDgroup. Diese gehört als Unternehmensgruppe internationaler Kurier-Express-Paket-Dienstleister zur GeoPost, einer Holdinggesellschaft unter dem Dach der französischen Le Groupe La Poste.



Wir alle
leben am
selben Ort

Inhalt

Unser Ziel	2
Interview mit Boris Winkelmann	4
Vorwort von Eric Malitzke	6
DPDgroup: Zahlen und Fakten	8
Unser Bekenntnis	9
Fakten zur Nachhaltigkeit	12
Unsere Meilensteine	13
Wir hören unseren Stakeholdern zu	14
Unser Programm	17
Unsere Mitarbeiter*innen	18
Unser Planet	28
Unsere soziale Verantwortung	42
Unser Versprechen	50

Die Umweltprüfung wurde von Mazars gemäß ISAE 3000 durchgeführt.

Geprüfte Inhalte erkennen Sie an diesem Symbol. 

Gemeinsam vorangehen

Chairman & CEO GeoPost/DPDgroup Boris Winkelmann über das Ziel, internationaler Ansprechpartner für nachhaltige Zustellung und Wegbereiter eines beschleunigten E-Commerce zu werden.

Was bedeutet Nachhaltigkeit für die DPDgroup?

Unser Bekenntnis zu Nachhaltigkeit und zu den Prinzipien des UN Global Compact wirkt sich auf alle Aspekte unseres Geschäfts aus. Wir bei der DPDgroup möchten ein wirklich nachhaltiges Unternehmen werden. Das ist unser Ziel. Für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, unseren Planeten und alle Gemeinschaften, in denen wir tätig sind. **Wir alle leben am selben Ort.**

Wie hat sich die Covid-19-Pandemie auf die DPDgroup ausgewirkt?

Das Jahr 2020 hatte tiefgreifende und andauernde Auswirkungen auf unseren Sektor. Covid-19 hat der Paketbranche einen unerwarteten Anstieg der Nachfrage beschert. Aufgrund von landesweiten Lockdowns, Quarantäne und vorbeugenden Maßnahmen wurden 2020 eine halbe Milliarde Pakete mehr zugestellt als 2019. Die Gesundheitskrise hat auch dazu geführt, dass sich erst für 2024 erwartete Einkaufstrends viel früher durchgesetzt haben. Dazu gehören unter anderem eine erhöhte Logistknachfrage in Innenstädten und zunehmendes Umweltbewusstsein.

Unterdessen rückte die Pandemie auch die Kultur, die Ziele und die Werte der DPDgroup in den Vordergrund. Unsere Teams verbinden Unternehmen sowie Verbraucherinnen und Verbraucher und unterstützen Menschen und Firmen dabei, mit den Problemen umzugehen, die sich aus Maßnahmen wie Abstandhalten und Kontaktbeschränkungen ergeben. Daher hatte für uns der Schutz unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie unserer Kundinnen und Kunden Vorrang. Wir haben unsere Arbeitsweise schnell an die neue Situation angepasst, um sichere Arbeitsbedingungen zu gewährleisten. Ich ziehe meinen Hut vor unseren Teams in allen Geschäftseinheiten, die sich dafür eingesetzt haben, unser Servicelevel so weit wie möglich aufrechtzuerhalten.

Wie hat sich die Pandemie auf Ihre Nachhaltigkeitsagenda ausgewirkt?

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben sich sehr belastbar, flexibel und agil gezeigt. Diese Eigenschaften haben uns dabei geholfen, die Welt während der Pandemie in Bewegung zu halten, schnell neue Verfahren zu entwickeln und umzusetzen sowie die größeren Mengen effizient zu bewältigen. Dennoch führen mehr zugestellte Pakete auch zu mehr Fahrzeugen auf den Straßen, was einen höheren Schadstoffausstoß bedeutet. Daher setzen wir uns noch stärker für Nachhaltigkeit ein.

Die Pandemie hatte auch Auswirkungen auf unsere Empfängerinnen und Empfänger, sowie unsere Kundinnen und Kunden. Unser E-Shopper-Barometer 2020 zeigt, dass die Schließung des stationären Einzelhandels viele Verbraucherinnen und Verbraucher dazu bewogen hat, über ihre Einkaufsgewohnheiten und die Auswirkungen auf die Umwelt nachzudenken. So entstand ein größeres Umweltbewusstsein, insbesondere im Hinblick auf die Themen Gesundheit, Produktsicherheit, Lebensmittelverschwendung und Klimaschutz. Dieses gesteigerte Bewusstsein der Verbraucherinnen und Verbraucher führte zu einem starken Wachstum des Secondhandmarkts, einer Zunahme der Nachfrage nach nachhaltigeren Lieferoptionen sowie zu größerem Interesse an der Wiederverwertbarkeit von Produkten.

Dadurch sehen wir uns in unseren Bemühungen bestätigt, bei der Senkung der CO₂-Emissionen pro Paket voranzugehen und in der gesamten DPDgroup kontinuierlich in neue emissionsarme Fahrzeuge zu investieren. Aktuell setzen wir unseren Plan um, bis 2025 in 225 Städten mit einer emissionsarmen Flotte auszuliefern. Zum Ende des Jahres 2020 waren es bereits 18 Städte. Außerdem investieren wir in Ladestationen für Elektrofahrzeuge und reduzieren die Emissionen pro Paket mit **Predict**, unserer unternehmenseigenen Lieferlösung für die letzte Meile, die wir im Zuge des

Wachstums unseres Unternehmens in neuen Märkten etablieren. Wir planen, die Größe unseres **Pickup**-Netzwerks zu verdoppeln, sodass mehr Empfängerinnen und Empfänger ihre Pakete in einem nahe gelegenen Paketshop abholen können.

Die DPDgroup setzt sich auch für eine bessere Luftqualität ein. Erzählen Sie uns mehr davon.

Die Verbesserung der Luftqualität, insbesondere in den Städten, ist eine große Herausforderung, auch für unsere Branche. Die DPDgroup ist sich ihrer Rolle bei den Bemühungen um eine bessere Luft in Städten bewusst, denn 30 Prozent der dortigen Luftverschmutzung wird durch Stadtlogistik verursacht. Mit unserem Plan für 2025 beabsichtigen wir, in den betreffenden Städten den CO₂-Ausstoß um 89 Prozent und die Luftschadstoffe um 80 Prozent zu senken. Wir werden außerdem unser starkes Netzwerk nutzen, um 2021 durch die Messung der Luftqualität zur Verbesserung der Lebensqualität in mehr als 20 Städten beizutragen.

Unser E-Shopper-Barometer für 2020 zeigt, dass die Schließung des stationären Einzelhandels viele Verbraucherinnen und Verbraucher dazu bewogen hat, über ihre Einkaufsgewohnheiten und die Auswirkungen auf die Umwelt nachzudenken.

Sind Sie mit Ihren Nachhaltigkeitsbestrebungen auf dem richtigen Weg?

Dank der ständigen Optimierung unseres Betriebs und unserer grünen Innovationen werden wir unser Ziel einer 30-prozentigen Reduzierung des CO₂-Ausstoßes (gegenüber 2013) pro Paket bis 2025 erreichen.

Deshalb sind wir entschlossen, ein neues Ziel für 2030 zu formulieren, wobei wir uns auf wissenschaftliche Vorgaben beziehen: Wir möchten international der maßgebende Akteur bei nachhaltigen Lieferungen und Wegbereiter eines beschleunigten E-Commerce werden.

Das ist ein ambitioniertes Ziel. Wie wollen Sie es erreichen?

Uns ist bewusst, dass wir die gewünschten Resultate nicht allein mithilfe unserer Ressourcen oder Bemühungen erreichen können. Daher sind die Zusammenarbeit und Partnerschaften mit dem privaten Sektor, Regierungen und anderen Organisationen von entscheidender Bedeutung.

Das Ziel der EU, die Transportemissionen bis 2050 um 90 Prozent zu senken, stellt uns vor gleich zwei Herausforderungen. Zum einen müssen wir das Ziel selbst erreichen und dabei zum anderen gleichzeitig die erheblichen Wachstumsraten bewältigen, die die Paketdienstbranche in den vergangenen Jahren, insbesondere 2020, erlebt hat. Wir beabsichtigen, alle logistikbezogenen Emissionen so weit wie möglich zu reduzieren, bevor wir den Rest am freiwilligen Markt ausgleichen.

Ich bin stolz auf die Ausdauer und die Erfolge unseres Teams und davon überzeugt, dass wir uns besser denn je als Wegbereiter für nachhaltigen E-Commerce positioniert haben. Wir legen viel Wert auf den Ausbau eines erstklassigen operativen Geschäfts ebenso wie auf Innovationen, durch die sich uns zahlreiche Chancen bieten. Bis 2030 und darüber hinaus können wir gemeinsam alles erreichen.



Boris Winkelmann
Chairman & CEO GeoPost/DPDgroup

Liebe Leserinnen und Leser,

das Jahr 2020 war für DPD Deutschland ein Jahr voller großer Herausforderungen. Während der Covid-19-Pandemie haben wir das bisher höchste Paketvolumen verzeichnet. Weil wir unseren Nachhaltigkeitszielen jederzeit gerecht werden wollen, haben wir auch diese neue Rekordmenge an Paketen wie gewohnt klimaneutral ausgeliefert. Dass dies funktioniert hat, ist der Beweis dafür, dass unser umfassendes Nachhaltigkeitsprogramm schon heute trägt und wir auf dem richtigen Weg sind.

Mit der fortlaufenden Paketzustellung während des Lockdowns haben wir unseren Teil dazu beigetragen, wichtige Grundbedürfnisse in der Bevölkerung zu decken. Unsere Zustellerinnen und Zusteller haben in dieser Zeit große Willensstärke und Ausdauer bewiesen – und sind zu echten Heldinnen und Helden geworden. Unser aller Dank gebührt ihnen!

Vor allem die Abstellgenehmigung – auch „Abstell-Okay“ genannt – hat in der Krisenzeit an Bedeutung gewonnen. Dank dieser kontaktlosen Zustellungsart konnten wir die Sicherheit unserer Empfängerinnen und Empfänger sowie auch unserer Zustellerinnen und Zusteller gewährleisten. Nicht zuletzt dient das Abstell-Okay auch unserem großen Nachhaltigkeitsziel: erfolglose Zustellversuche vermeiden und dadurch CO₂-Emissionen verringern.

Denn unsere große Vision ist es, mit der Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie in Deutschland die Emissionen bis 2025 um 30 Prozent pro Paket gegenüber 2013 zu verringern. Auch sollen bis zu diesem

Zeitpunkt 23 Städte lokal emissionsarm beliefert werden. Viele erfolgreiche Projekte und Initiativen im Zeitraum 2020/21 zeigen, dass wir auf einem guten Weg sind: beispielsweise „Breathe“ – die Messung der Luftqualität in Hamburg –, die Errichtung neuer Mikrodepots in Berlin und Ludwigsburg sowie das neue grüne Depot in Holzgünz bei Memmingen.

Die zurückliegende Zeit war aber auch eine Zeit neuer Ideen und Impulse: Unsere neue Partnerschaft mit dem Fußball-Bundesligisten Eintracht Frankfurt beflügelt nicht nur Fans, sondern auch unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Wir freuen uns sehr darüber, dass wir mit dem Traditionsverein gemeinsame nachhaltige Projekte auf den Weg bringen konnten. Neu ist auch unsere Kooperation mit dpd DRIVER'S RADIO. Es bringt allen Menschen, die auf Deutschlands Straßen unterwegs sind, über Stream und DAB+ rund um die Uhr gute Unterhaltung und viel Abwechslung.

Wir möchten der innovativste Paketdienstleister bleiben – und weiterhin als Pionier in Sachen Nachhaltigkeit die Paketbranche in die Zukunft bringen. Vieles liegt noch vor uns. Doch vieles haben wir auch schon erreicht. Eines ist sicher: Wir werden weiterhin alles tun, um unsere Vision einer nachhaltigen Logistik Realität werden zu lassen.



Eric Malitzke
CEO DPD Deutschland



Im Jahr 2020



Wir verzeichneten das höchste Paketvolumen und lieferten Pakete wie gewohnt klimaneutral aus. Unser Nachhaltigkeitsprogramm zeigt: Wir sind auf dem richtigen Weg.



Das Abstell-Okay schützte nicht nur Zustellerinnen und Zusteller sowie Empfängerinnen und Empfänger, sondern half auch, erfolglose Zustellversuche zu vermeiden und CO₂-Emissionen zu verringern.



Wir sicherten die Grundversorgung der Bevölkerung: Unsere Zustellerinnen und Zusteller wurden zu Heldinnen und Helden.



Neue Ideen setzen neue Impulse: Wir starteten eine Partnerschaft mit Fußball-Bundesligist Eintracht Frankfurt und eine Kooperation mit dpd DRIVER'S RADIO.

Nachhaltigkeitsstrategie in Deutschland



30 Prozent weniger Emissionen und 23 Städte mit emissionsarmer Zustellung bis 2025



Im Jahr 2021

- „Breathe“ in Hamburg
- Mikrodepots Berlin und Ludwigsburg
- Depot Holzgünz



DPDgroup

Die wichtigsten Zahlen und Fakten

Die DPDgroup ist Europas zweitgrößtes Paketdienst-Netzwerk.

Wir verbinden innovative Technologien und die Kenntnis um die Gegebenheiten vor Ort, um Kund*innen und Empfänger*innen einen einfachen und flexiblen Service zu bieten. Mit unserem branchenführenden Service Predict setzen wir neue Servicestandards und sorgen dafür, dass unsere Kund*innen ihre Lieferungen lückenlos nachverfolgen können.

DPD Deutschland ist der Innovationsführer auf dem deutschen Paketmarkt.

Mit unseren digitalen Premiumservices wie der preisgekrönten DPD App, dem Live-Tracking und Predict bieten wir unseren Privat- und Geschäftskund*innen ein optimales Versanderlebnis sowie größtmögliche Transparenz und Flexibilität beim Paketversand. 9.500 Mitarbeiter*innen und 11.000 Zusteller*innen in 79 Depots sind für DPD Deutschland im Einsatz, dazu kommen 7.000 Pickup Paketshops. Jahr für Jahr befördern wir rund 400 Millionen Pakete.

Umsatz
(Wachstum von 42% im Vergleich zu 2019)

11 Mrd. Euro

Zugestellte Pakete
(Wachstum von 40% im Vergleich zu 2019)

1,9 Mrd.

Zugestellte Pakete pro Tag
(weltweit)

7,5 Mio.

Zustellexpert*innen
(gegenüber 77.000 im Jahr 2019)

97.000

Das zweitgrößte Paketdienst-Netzwerk Europas

100% CO₂-neutrale Paketzustellung in ganz Europa

B2C-Volumen
(gegenüber 45% im Jahr 2019)

55%

Nummer 1 beim freiwilligen CO₂-Ausgleich im Sektor der Kurier-, Express- und Paketdienstleister

Die abgebildeten Zahlen beziehen sich auf die gesamte DPDgroup.



Unser Bekenntnis zu einer nachhaltigen Entwicklung

Der UN Global Compact, dem die DPDgroup seit 2016 angehört, fordert Unternehmen auf, verantwortungsbewusst zu wirtschaften und zudem Gelegenheiten wahrzunehmen, um gesellschaftliche Herausforderungen durch unternehmerische Innovationen und Zusammenarbeit zu lösen und damit zum Erreichen der Ziele für nachhaltige Entwicklung beizutragen. Unsere Nachhaltigkeitsstrategie beruht auf unseren zentralen Werten. Als nachhaltiger Lieferpartner, der das höchste Vertrauen unserer Kund*innen, Mitarbeiter*innen und Stakeholder genießt, möchten wir zu einer Verbesserung der Lebensqualität beitragen.

Durch Kundenorientierung und die Partnerschaft mit lokalen Behörden werden wir in den 225 größten europäischen Städten bis 2025 emissionsarme Zustelllösungen bereitstellen. Durch die Umsetzung unseres Programms zur Verbesserung der Luftqualität in 20 europäischen Städten werden wir CO₂ reduzieren und so zu einer verbesserten Lebensqualität in den Städten beitragen. Wir bemühen uns, auf die Debatte Einfluss zu nehmen, uns für Wandel einzusetzen und ein Vorreiter für Innovation und gesetzliche Fortschritte zu bleiben. Gleichzeitig bauen wir unser Wissen in Bezug auf die Messung, Überwachung und Meldung von Emissionen stetig aus und tragen aktiv zu der Entwicklung von EU- und ISO-Normen bei.

In Zusammenarbeit mit unseren Geschäftseinheiten und dem Team des Global Compact beschäftigen wir uns vorrangig mit denjenigen Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen, die besonders relevant für unser Unternehmen sind und auf die wir den größten Einfluss ausüben können. In unserem Bemühen, diese Ziele zu erreichen, arbeiten wir mit mehreren privaten und öffentlichen Partnern zusammen und teilen unsere Erkenntnisse, unsere Fähigkeiten und unsere Expertise für nachhaltige Veränderungen.

Die DPDgroup unterstützt diese vier Ziele für nachhaltige Entwicklung



Förderung eines anhaltenden, inklusiven und nachhaltigen wirtschaftlichen Wachstums, produktiver Vollbeschäftigung und angemessener Arbeitsbedingungen für alle

Warum?

Die DPDgroup beschäftigt 97.000 Mitarbeiter*innen und Systempartner*innen in Europa. Als Arbeitgeber sind wir uns unserer Verantwortung bewusst und schaffen sichere und produktive Arbeitsplätze.



Wandlung von Städten und Siedlungen zu inklusiven, sicheren, krisenresistenten und nachhaltigen Orten

Als zweitgrößtes Paketdienst-Netzwerk in Europa haben wir eine echte Chance, unseren Beitrag zu sicheren und nachhaltigen Städten zu leisten, indem wir unsere Lieferdienste verbessern, die Auswirkungen unserer Aktivitäten auf die Luftqualität reduzieren und so das Wohlbefinden der Bevölkerung steigern.

Im nächsten Jahrzehnt ...

... möchten wir noch mehr hochwertige Arbeitsplätze schaffen sowie Innovation und Unternehmertum unterstützen. Wir möchten uns vorrangig für Chancen- und Lohngleichheit einsetzen sowie gewährleisten, dass die Rechte aller Arbeitnehmer*innen am Arbeitsplatz respektiert werden.

... möchten wir das Leben in den Städten verbessern, indem wir zu einer sauberen Luft beitragen und innovative Technologie und lokale Kenntnisse kombinieren, um sowohl den Versender*innen als auch den Empfänger*innen flexible und benutzerfreundliche Dienste anzubieten.

2020 haben wir ...

- **unseren Mitarbeiter*innen zugehört:** Insgesamt 19 Geschäftseinheiten wurden befragt
- **unsere Mitarbeiter*innen gestärkt:** 18 Geschäftseinheiten haben sich der weiteren Entwicklung der DNA-Strategie der DPDgroup verpflichtet
- **Rechte der Arbeitnehmer*innen geschützt:** Neue Führungsvorgaben beinhalten strengere Richtlinien für den Einstellungsprozess und die durchschnittliche Wochenarbeitszeit einschließlich Überstunden
- **nachhaltige Arbeitsplätze geschaffen:** 20.000 neue Jobs in ganz Europa
- **eine Umgebung der Vielfalt und des Respekts für alle Mitarbeiter*innen** mit und ohne Migrationshintergrund geschaffen
- **in den Aufbau einer Unternehmenskultur investiert:** 16 Unternehmer*innen wurden beraten

- 1.163 emissionsarme Fahrzeuge in europäischen Großstädten **bereitgestellt**
- 300 neue städtische Depots **eröffnet**
- mit Kommunen und Regierungen **zusammengearbeitet**, um Lösungen für zukünftigen Mobilitätsbedarf zu finden, die die Umweltauswirkungen auf ein Minimum reduzieren und Lieferungen gleichzeitig sicherer und erschwinglicher für alle machen
- in zwei weiteren europäischen Städten gemeinsam mit den städtischen Behörden in eine sichere und nachhaltige Infrastruktur zur Überwachung der Luftqualität **investiert**



Das Ergreifen dringender Maßnahmen zur Bekämpfung des Klimawandels und seiner Auswirkungen

Transport ist das Kerngeschäft der DPDgroup. Daher spielen wir bei der Einsparung von CO₂ eine wichtige Rolle und beteiligen uns an den weltweiten Bemühungen, den Temperaturanstieg gegenüber den Werten des vorindustriellen Zeitalters auf maximal 1,5 Grad zu begrenzen.

... möchten wir Projekte zur Begrenzung des Klimawandels in alle Bereiche unserer unternehmerischen Tätigkeit einbinden.

- **unseren CO₂-Fußabdruck gemessen**, um diese Informationen für unser Risikomanagement in Bezug auf den Klimaschutz zu nutzen
- 62 Prozent des Stroms aus erneuerbaren Energien bezogen
- durch innovative Transportlösungen die Treibhausgasemissionen pro Paket um 19 Prozent reduziert (im Vergleich zu 2013)
- **1.046.184 Tonnen CO₂** für die Emissionen aus dem Jahr 2019 ausgeglichen, indem wir in Projekte zur Erzeugung sauberer Energie investiert haben
- **1.142 Tonnen CO₂** eingespart durch unseren Klimafonds, der in 19 Geschäftseinheiten 20 Projekte zur CO₂-Reduzierung bis zu einem Betrag von zwei Millionen Euro unterstützt hat



Stärkung der Instrumente zum Aufbau und zur Wiederbelebung einer weltweiten Partnerschaft für nachhaltige Entwicklung

Zusammenarbeit ist eine wesentliche Voraussetzung, um die Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen in allen Ländern zu erreichen. Unternehmen können einen wichtigen Beitrag dazu leisten, indem sie bestehende Partnerschaften stärken und neue eingehen. Das gilt auch für die DPDgroup.

... möchten wir mit verschiedenen öffentlichen und privaten Partner*innen zusammenarbeiten und dabei unser Wissen, unsere Fähigkeiten und unsere Expertise teilen, um positiven Einfluss auszuüben und zum Erreichen der Ziele für nachhaltige Entwicklung beizutragen.

- durch unser Programm zur Überwachung der Luftqualität **Partnerschaften zwischen dem privaten und öffentlichen Sektor gefördert**, um die Luftverschmutzung zu bekämpfen
- **mehr als 450 kommunale Initiativen in 19 Ländern unterstützt**
- **gemeinsam mit 16 Start-ups** an dem Ausbau von Innovationen zu wichtigen Nachhaltigkeitsthemen gearbeitet

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



Fakten zur Nachhaltigkeit



Einsatz von
1.163 emissionsarmen
Fahrzeugen in
ganz Europa.



Reduzierung der
durch die DPDgroup
verursachten
CO₂-Emissionen
pro Paket um 5,7% ✓
(gegenüber 2019).

Unterstützung von
mehr als 450 NGOs
und kommunalen
Initiativen in
19 Ländern.



✓ Von Mazars gemäß ISAE 3000 überprüft.

Meilensteine auf dem Weg zum nachhaltigen Unternehmen

Schon seit vielen Jahren unternehmen wir bei DPD in Deutschland große Anstrengungen in den Bereichen Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung. Unsere Vision: Bis 2025 wollen wir die CO₂-Emissionen pro Paket um 30 Prozent gegenüber 2013 reduzieren – und so zum nachhaltigsten Unternehmen der Branche werden.

2021

- DPD startet Mobility-Hub in Berlin
- Neues, nachhaltiges DPD Depot in Holzgünz
- DPD nutzt anbieterneutrales Mikrodepot in Ludwigsburg
- DPD unterzeichnet Charta der Vielfalt
- Lastenrad-Zustellung in Dortmund

2020

- DPD startet Hamburg Box
- Förderprojekt VanAssist beginnt
- Lastenrad-Zustellung in Hanau
- Mercedes-Benz übergibt eSprinter an DPD
- DPD startet deutsche Nachhaltigkeits-Website

2019

- E-Transporter emissionsarm in Hamburg unterwegs
- Wechselbrücke als Mikrodepot in Konstanz
- Lastenrad-Zustellung in Leipzig
- VW E-Crafter in Hannover
- Grünes DPD Depot in Hamm
- DPD Umweltmanagement wird zertifiziert
- Projekt der DPD Stiftung in Ruanda
- DPD unterstützt Sirplus Lebensmittelretter
- Zweites Bildungsprojekt startet in Ruanda

2018

- VW E-Crafter in Hamburg unterwegs
- Lastenrad-Zustellung in Heilbronn und Hamburg
- Paketzustellung mit acht TRIPL-Scootern
- Vollelektrische Fahrzeuge in Stuttgart und Ludwigsburg
- Neuer Fahrzeugmix bei DPD
- CO₂-Reduktionsziel 2020 deutlich übertroffen
- 240.467 Tonnen CO₂ ausgeglichen
- Energieeffiziente Standorte in Hamm, Melsdorf und Augsburg eröffnet

2017

- Mikrodepots und Lastenräder in Nürnberg
- Erste grüne DPD Depots in Steinen und Nagold
- DPD Stiftung unterstützt erstes Bildungsprojekt in Ruanda

2016

- DPD Stiftung wird gegründet
- Erste Patenschaften mit Plan International

2015

- DPD Hilfsfonds wird gegründet

2014

- Neu bei DPD: Predict, Live-Tracking und Wunsch-Zustellung

2013

- Erstes klimaneutrales Jahr wird gefeiert

2012

- Einführung des klimaneutralen Pakettransports

2011

- DPD erweitert E-Flotte
- Umweltnorm ISO 14001 wird erfüllt

2008

- Standorte umgestellt auf Mülltrennung und Recycling
- Umstellung auf umweltfreundliches Papier

2006

- Paketshops als umweltfreundliche Alternative
- DPD Akademie wird gegründet



Wir hören unseren Stakeholdern zu

Die DPDgroup beschäftigt mehr als 48.000 Mitarbeiter*innen und 97.000 Zustellexpert*innen, bedient Millionen von Empfänger*innen, Tausende Kund*innen und Lieferant*innen und kooperiert mit mehreren Hundert strategischen Partner*innen. Sie alle zu beteiligen, ist uns ein wichtiges Anliegen. Es ist einer unserer zentralen Werte, dass wir sie alle mit Respekt behandeln, und wir sind überzeugt, dass die Art und Weise, wie wir ihnen zuhören und auf ihre Bedürfnisse eingehen, dazu beiträgt, Vertrauen aufzubauen. Eine enge Beziehung zu all unseren Partner*innen und Mitarbeiter*innen garantiert den langfristigen Erfolg unseres Unternehmens.

Wir stehen über eine Reihe von Foren mit unseren wichtigsten Akteur*innen, unseren Mitarbeiter*innen, in Verbindung, unter anderem über Beteiligungen, Schulungen und Weiterbildungen sowie Umfragen.

Für unsere Kund*innen haben wir ein E-Commerce-Barometer entwickelt. Wir engagieren uns in Branchennetzwerken und antworten proaktiv verschiedenen auf die Nachhaltigkeitsbewertung spezialisierten Agenturen wie EcoVadis und – über unsere Muttergesellschaft La Poste – dem Carbon Disclosure Project (CDP).

Wir erzeugen in vielerlei Hinsicht Mehrwert für unsere Stakeholder – auch durch unser Bekenntnis zu den Zielen für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen.

Wir hören unseren Mitarbeiter*innen zu

Alle zwei Jahre führen wir in Deutschland eine Befragung unserer Mitarbeiter*innen durch. Wir werten sie aus um dann auf die geäußerten Anliegen einzugehen. In diesem Jahr haben insgesamt 19 Geschäftseinheiten und 14.000 Mitarbeiter*innen teilgenommen (30 Prozent mehr als 2018 und 55 Prozent mehr als 2016). 2019 hatten wir uns zur Aufgabe gemacht, auf das Feedback aus unseren Depots und unseren Straßenlogistikteams einzugehen und die Aufgaben der Zusteller*innen zu überdenken. Bisher gehören sowohl die Sortierung als auch die Zustellung von Paketen zu ihren Aufgaben. Diese zwei Aufgabebereiche wollen wir deutlich voneinander trennen. Leider konnten wir dieses Vorhaben aufgrund der Coronapandemie bisher nicht umsetzen. Wir sind jedoch entschlossen, es 2021 anzugehen.

Die Coronapandemie hat das New-Work-Konzept bei DPD Deutschland beflügelt. Eine Umfrage im Herbst 2020 hat ergeben, dass mehr als drei Viertel unserer Mitarbeiter*innen, die mobil von zu Hause arbeiten, zufrieden mit ihrer derzeitigen Arbeitssituation sind. Dieses Ergebnis hat uns dazu bewogen, unseren kaufmännischen Mitarbeiter*innen auch in Zukunft einen Mix aus Präsenz- und mobiler Arbeit anzubieten. So berücksichtigen wir die Bedürfnisse unserer Beschäftigten – und senken dank weniger Pendelverkehr gleichzeitig die CO₂-Emissionen.





Wir hören unseren Empfänger*innen und Kund*innen zu

Der E-Commerce war einer der wenigen Sektoren, die 2020 während der Covid-19-Pandemie eine positive Dynamik entwickelten. Unser E-Shopper-Barometer 2020 zeigt, dass die Verbraucher*innen überall nach umweltfreundlicheren Produkten und umweltbewussteren Unternehmen suchen. Das kann ein wichtiger Faktor bei der Entscheidung für ein bestimmtes Produkt sein. Indem wir die Ergebnisse unserer Umfrage kostenlos an Unternehmen in ganz Europa weitergeben, erhöhen wir das entsprechende Bewusstsein. Wir erhöhen die Verfügbarkeit unserer umweltfreundlichen Zustellösungen und unterstützen kleine und große Unternehmen dabei, einen nachhaltigeren E-Commerce für alle anzubieten.

Viele unserer Kund*innen hat die erzwungene Schließung des stationären Einzelhandels dazu bewogen, ihre Einkaufsgewohnheiten und deren Auswirkungen auf die Umwelt zu überdenken. Daraus entstand ein erhöhtes Umweltbewusstsein, insbesondere in Bezug auf die Themen Gesundheit, Produktsicherheit, Lebensmittelverschwendung und Klimaschutzmaßnahmen. Dieses zunehmende Bewusstsein der Verbraucher*innen, mit dem wir uns in unserem E-Shopper-Barometer 2019 in erster Linie beschäftigt hatten, führte zu einem starken Wachstum des Secondhandmarkts, einer größeren Nachfrage nach nachhaltigeren Lieferoptionen und mehr Interesse an wiederverwertbaren Produkten.

70%

der Europäer*innen, die regelmäßig online einkaufen, beziehen die ökologische Verantwortung der Marken und Unternehmen in ihre Kaufentscheidung mit ein.

52%

der umweltbewussten E-Shopper ist es wichtig, das Lieferunternehmen zum Zeitpunkt des Kaufs zu kennen.

63%

gaben an, dass sie, wenn möglich, umweltfreundliche Produkte einkaufen.

52%

der umweltbewussten E-Shopper sind bereit, mehr für umweltschonende Produkte und Dienstleistungen zu bezahlen.

Geprüfte und nachvollziehbare Nachhaltigkeit

Im Januar 2020 hat EcoVadis die DPDgroup mit 68 von 100 Punkten bewertet und daher mit einer Goldmedaille ausgezeichnet. Damit sind wir unter den besten sechs Prozent der bewerteten Anbieter von Post-, Kurier- und multimodalen Transportdiensten. Außerdem erhielt Le Groupe La Poste unter 60.000 weltweit bewerteten Unternehmen von EcoVadis mit 78 von 100 Punkten die Platinmedaille, eine neue Auszeichnung für die engagiertesten und effektivsten Unternehmen in Bezug auf Nachhaltigkeit.

Aufgrund des hohen Niveaus ihres Umweltmanagements im Transport-, Banken- und Versicherungssektor wurde Le Groupe La Poste im Januar 2020 zudem vom Carbon Disclosure Project (CDP) mit dem Score A bewertet.



EcoVadis ist eine internationale Rating-Plattform für Nachhaltigkeit im Bereich globaler Lieferketten.



Die Non-Profit-Organisation CDP verfolgt das Ziel, dass Unternehmen und Kommunen ihre Umweltdaten veröffentlichen und so etwa ihre Treibhausgasemissionen offenlegen.

Wesentlichkeit

Wir folgen dem Ansatz unserer Muttergesellschaft Le Groupe La Poste, die angesichts ihrer Verantwortung innerhalb der gesamten Wertschöpfungskette Wesentlichkeitsanalysen durchführt.



Unser Programm

DrivingChange™, das Nachhaltigkeitsprogramm der DPDgroup, ebnet den Weg zu einem nachhaltigeren Unternehmen. Das Programm ist fester Bestandteil unserer Identität und bestimmt die Art und Weise, wie wir unsere Geschäfte führen, mit.

Mit unserem konzernweiten Programm konzentrieren wir uns auf vier Bereiche, in denen wir unmittelbar etwas verändern können und die eng mit unserem Kerngeschäft verbunden sind. Wir definieren die Grenzen der Lieferung neu und bereichern jede unserer Initiativen mit Inspiration, Innovation und Tatkraft, zum Vorteil des gesamten Ökosystems. Die fünf Säulen unseres Programms sind: klimaneutraler Paketversand, intelligente City-Logistik, innovatives Unternehmertum, soziale Verantwortung und das Bestreben, Arbeitgeber erster Wahl zu sein.

Zentraler Baustein: Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit ist heute ein zentraler Geschäftsgrundsatz und integraler Bestandteil unseres Unternehmens und unserer Geschäftstätigkeit. Doch uns geht es um mehr als nur um Programme mit beeindruckenden Namen. Wir planen für die nächsten Jahre und möchten bis 2030 der maßgebende Akteur im Bereich nachhaltiger Lieferungen werden. Daher verfolgen wir einen ganzheitlichen Ansatz, der unsere Mitarbeiter*innen, unseren Planeten und unsere Gemeinschaften einbezieht. Denn egal, wo wir unsere Pakete zustellen, wir alle leben am selben Ort.



Wir bieten unseren Mitarbeiter*innen, Partner*innen und neu rekrutierten Talenten einen Arbeitsplatz, an dem Sicherheit, Respekt und ethische Grundsätze gewahrt werden.

Unsere Mitarbeiter*innen

Mit einem Team von über 97.000 Zustellexpert*innen in Europa ist die DPDgroup ein Unternehmen, das der Devise „Menschen liefern für Menschen“ folgt. Daher stehen unsere Mitarbeiter*innen für uns an erster Stelle. Wir unterstützen sie. Wir fördern ihre Gesundheit und ihr Wohlbefinden. Wir setzen uns daher für ihre Anliegen ein. Wenn es unseren Mitarbeiter*innen gut geht, wird unser Unternehmen in allen Belangen noch besser.

Unser Ziel

Wir möchten ein Arbeitgeber erster Wahl werden, indem wir ein Arbeitsumfeld schaffen, das ethische Standards erfüllt und die Innovationen unserer Mitarbeiter*innen fördert.



„Wir bieten spannende Aufgaben in einer dynamischen Zukunftsbranche, viele Möglichkeiten der Weiterentwicklung, eine offene Arbeitsatmosphäre, eine soziale und verantwortungsvolle Unternehmenskultur, schnelle Entscheidungswege und attraktive Konditionen. Obendrauf gibt es ein großartiges Team, das gut zusammenarbeitet – und viel Spaß bei der Arbeit!“

Dirk Müller,
Chief Human Resources Officer & Chief Legal Officer,
DPD Deutschland





Stunden an Schulungen zu Gesundheit und Sicherheit
(ggü. 48.847 im Jahr 2019)

74.675

Fluktuationsrate
(ggü. 16% im Jahr 2016)

14%



der Geschäftseinheiten setzen unseren Verhaltenskodex um

Gesamtzahl der angebotenen Schulungsstunden
(ggü. 42.807 im Jahr 2016)

286.876

Mit der Arbeitsumgebung zufriedene Beschäftigte

80%

Beschäftigte, die optimistisch in die Zukunft der DPDgroup blicken

75%

Die abgebildeten Zahlen beziehen sich auf die gesamte DPDgroup.

Immer an erster Stelle: die Gesundheit und Sicherheit unserer Teams

Pakete zuzustellen, heißt auch, schwere Packstücke zu heben oder auf vollen Straßen unterwegs zu sein. Eine besondere Herausforderung für unsere Mitarbeiter*innen.

Weil die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeiter*innen von höchster Wichtigkeit sind, befolgen wir strengste Sicherheitsstandards und unterstützen unsere Beschäftigten in allen Geschäftseinheiten und Tochterunternehmen mit einem qualitativ hochwertigen Schulungsprogramm. 2020 haben unsere Mitarbeiter*innen trotz Covid-19 an 74.675 Stunden Gesundheits- und Sicherheitsschulungen teilgenommen – deutlich mehr als 2016 (35.670 Stunden). Ebenfalls erfreulich: Die Ausfalltage aufgrund von Arbeitsunfällen sind seit 2016 von 0,44 auf 0,34 Prozent zurückgegangen.



Wir schützen unser Team vor Covid-19

Aufgrund der Coronapandemie war es 2020 wichtiger denn je, unsere Mitarbeiter*innen zu schützen. Die Empfehlungen der Weltgesundheitsorganisation (WHO) und der nationalen Behörden haben wir genauestens beachtet und befolgt. Auch unsere Organisation und unsere Arbeitspläne haben wir so angepasst, dass ein sicheres und annehmbares Arbeiten möglich ist.

In Zeiten der Lockdowns waren unsere Paketlieferungen essenziell, damit die Menschen zu Hause bleiben konnten. Alle Geschäftseinheiten der DPDgroup hatten mehr zu tun als je zuvor. Unsere Mitarbeiter*innen zeigten einen Einsatz, der alle Erwartungen übertraf, und lebten Tag für Tag unsere Werte.



In der DPDgroup ergriffen wir unter anderem folgende Maßnahmen:

- Umfangreiche Aufklärung und Schulung unserer Mitarbeiter*innen hinsichtlich grundlegender Hygieneregeln mit Fokus auf die Handhygiene
- Bereitstellung von persönlicher Schutzausrüstung einschließlich Gesichtsmasken und Desinfektionsmittel, die für alle Mitarbeiter*innen, Zeitarbeiter*innen und Systempartner*innen vorgeschrieben waren
- Erster Paketdienst, der die kontaktlose Zustellung eingeführt hat
- Anordnung von Maßnahmen zur Kontaktvermeidung und Anpassung von Schichten
- Mobiles Arbeiten für kaufmännische Mitarbeiter*innen
- Eindeutige Reiseverbotsrichtlinien für alle Mitarbeiter*innen entsprechend den jeweils aktuellen Empfehlungen der lokalen/nationalen Behörden
- Einführung spezieller Abhol- und Zustellverfahren entsprechend den nationalen/lokalen Verordnungen und Beschränkungen vor Ort



Unsere Maßnahmen während der Coronapandemie in Deutschland



Kontaktlose Zustellung



Schärfere Hygienevorschriften



Mobiles Arbeiten



Regelmäßige Sprechstunde mit dem Management



778 protokollierte Themen



26 Mitteilungen von Eric Malitzke
(CEO DPD)



12 Videobotschaften von Eric Malitzke
(CEO DPD)

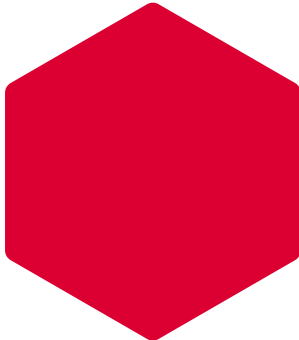


Externe Beratung für alle
Mitarbeiter*innen

Die Förderung unserer Mitarbeiter*innen ist ein zentrales Anliegen unseres Unternehmens

Das Förderprogramm der DPDgroup „DNA“ soll die einzelnen Geschäftsbereiche bei der Einbindung ihrer Mitarbeiter*innen und Systempartner*innen durch Führungsstärke und eine gemeinsame Vision unterstützen.

Ein Kommunikationsplan sorgt dafür, dass alle Teammitglieder die Vision, Mission und die Werte der DPDgroup genauestens kennen. So ist die Unternehmensstrategie nahtlos in alle Aspekte der täglichen Aufgaben integriert. Daraus entsteht eine zusammenhängende Arbeitskultur, in der die Leistung jedes und jeder Einzelnen wertgeschätzt wird und alle Mitarbeiter*innen verstehen, wie sie einen positiven Beitrag zum Unternehmen leisten können.



Mitarbeiter*innen-Empfehlungs-Programm: Bis zu 1.000 Euro für einen guten Tipp

Wegen des anhaltenden Fachkräftemangels wird es in Deutschland immer schwieriger, qualifizierte Mitarbeiter*innen zu finden und zu halten. Deshalb hat DPD im Jahr 2016 ein Mitarbeiter*innen-Empfehlungs-Programm gestartet. Wir belohnen DPD Mitarbeiter*innen mit einer Prämie, wenn sie uns einen Hinweis auf eine*n geeignete*n Bewerber*in geben.

DPD Akademie: Fortbildung für Mitarbeiter*innen

Ziel der DPD Akademie ist die persönliche und berufliche Weiterentwicklung unserer Mitarbeiter*innen. 2020 bot die Akademie unter anderem Trainings zu den Themen Arbeitsrecht, Führung, Kostenmanagement und Selbstkompetenz an. Zum Angebot zählen außerdem Seminare für Rückengesundheit und Nichtraucher.

Diese Projekte beziehen sich auf DPD Deutschland.

Innovationen fördern

Die DPDgroup ist davon überzeugt, dass ein Unternehmen nur so stark ist wie seine Mitarbeiter*innen. Daher haben wir sogenannte Quality & Management Awards ins Leben gerufen, die innovative Praktiken aufzeigen und in allen Geschäftsbereichen umgesetzt werden können. Alle Mitarbeiter*innen sind eingeladen, Ideen zu entwickeln, wie wir unsere Geschäftsabläufe weiter verbessern können.



Systempartner*innen sind Teil des Teams

Das Engagement unserer Zusteller*innen für einen erstklassigen Service ist entscheidend für den anhaltenden Erfolg der DPDgroup. Daher ist es unser erklärtes Ziel, positive und für beide Seiten vorteilhafte Beziehungen zu den Transportunternehmen, die von DPD mit der Zustellung und Abholung von Paketen beauftragt sind, aufzubauen.

Wir unterstützen unsere Systempartner*innen beim Aufbau ihres eigenen Unternehmens und kaufen saubere Fahrzeuge. Wir möchten der Partner erster Wahl sein und sie nicht nur bei der Einhaltung der Anforderungen unterstützen, sondern darüber hinaus in ihrer Entwicklung fördern.



DPD Innovation Challenge: Gute Ideen sind immer willkommen

Die DPD Innovation Challenge ist ein Ideenwettbewerb, der unser Unternehmen weiter voranbringen soll. Ein Team von Führungskräften hat 128 von Mitarbeiter*innen eingereichte Ideen geprüft und die drei innovativsten Vorschläge ausgewählt. Die Gewinner*innen erhielten im Februar 2020 auf der German Management Convention in Hamburg einen Pokal und einen Geldpreis.

Talente gewinnen und fördern

Wir sehen in jeder Person ein Talent. Die Förderung unserer Mitarbeiter*innen ist für uns von entscheidender Bedeutung. Daher bemühen wir uns, ihnen das Beste zu bieten. Wir unterstützen die berufliche Entwicklung durch Schulungen (286.876 Schulungsstunden im Jahr 2020; 2016 waren es noch 42.807) und bieten mehrere Karrierewege an. Initiativen für das Wohlbefinden und die kreative Einbindung von Mitarbeiter*innen sowie einzigartige individuelle Entwicklungsmöglichkeiten und kleine Gesten zeigen, dass wir uns wirklich um unser Team kümmern. So sind wir in der Lage, unsere Mitarbeiter*innen an uns zu binden. Im Jahr 2020 ist die Fluktuationsrate von 16 Prozent auf 14 Prozent gesunken.



Hardware für alle: IT-Leasing4me

DPD als digitaler Marktführer ermöglicht es seinen Mitarbeiter*innen in Deutschland, leichter zu moderner Hardware zu kommen. Dank IT-Leasing4me können sie günstig die neuesten IT-Geräte leasen und privat nutzen – Familie und Angehörige eingeschlossen. Am Ende der 24-monatigen Leasing-Laufzeit geben die Mitarbeiter*innen das Gerät entweder zurück oder erwerben es zum Marktpreis.

Vielfalt in der Arbeitswelt: Charta der Vielfalt unterzeichnet

DPD Deutschland hat im Frühjahr 2021 die Charta der Vielfalt unterzeichnet. Dabei handelt es sich um eine vom gleichnamigen Verein aufgesetzte Urkunde, mit der sich die Unterzeichnenden zur Förderung von Vielfalt in der Arbeitswelt verpflichten. Ziel ist es, die Anerkennung, Wertschätzung und Einbeziehung von Diversität auch auf beruflicher Ebene in Deutschland voranzubringen.

Externe Beratung: Hilfe bei privaten und beruflichen Problemen

Wir alle stehen immer wieder vor vielfältigen privaten und beruflichen Herausforderungen – und das nicht nur in Zeiten von Corona. Als verantwortungsbewusster Arbeitgeber liegt uns das Wohl unserer Mitarbeiter*innen sehr am Herzen. Deshalb bieten wir ihnen und ihren Familienangehörigen ein umfassendes, kostenloses Beratungsprogramm für alle Fragestellungen – ganz gleich ob gesundheitlicher, privater oder beruflicher Natur.

Diese Projekte beziehen sich auf DPD Deutschland.

Inklusion und Vielfalt

Förderung sinnvoller Beschäftigungsmöglichkeiten für alle

Bei uns sind alle willkommen. Wir setzen uns für den Schutz der Menschenrechte unserer Mitarbeiter*innen und aller Personen in unserer Lieferkette ein. Wir handeln nach den grundlegenden Prinzipien und Rechten der Internationalen Arbeitsorganisation und den Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte der Vereinten Nationen. In unserem gesamten Netzwerk setzen die Geschäftseinheiten Initiativen zur Förderung von Inklusion und Vielfalt in vielerlei Weise um.



Diese Projekte beziehen sich auf DPD Deutschland.



Corporate Benefits für DPD Beschäftigte

DPD sagt Danke

Im Jahr 2013 haben wir in Deutschland die Aktion „Ausgezeichnet! WIR sagen Danke“ ins Leben gerufen. Seit dem Start des Programms haben rund 1.200 Kolleg*innen den verdienten Lohn für eine ganz besondere Leistung oder die sogenannte Extrameile erhalten. Sie bekommen einen Dankeschein und einen „Ausgezeichnet“-Button. Wir sind sehr stolz auf unsere ausgezeichneten Mitarbeiter*innen, Systempartner*innen und Zusteller*innen, die hilfsbereit und zuverlässig sind und außerdem viel Teamgeist beweisen.

World is a Village

Die DPDgroup ist ein Teil von World is a Village, dem Netzwerk, das Familien verbindet und den Austausch von Schüler*innen auf der ganzen Welt fördert. Wer sich registriert, kann mit Familien aus 30 Ländern in Kontakt treten, um entweder ein Kind ab zehn Jahren aus einem anderen Land bei sich aufzunehmen – oder das eigene Kind bei einer Familie im Ausland gut aufgehoben zu wissen. Dies ist nicht nur eine willkommene Abwechslung während der Ferien, sondern erweitert den Horizont und verbessert die Sprachkenntnisse.

DPD Company Bike

Unsere Firmenrad-Aktion DPD Company Bike ist bereits im Jahr 2017 gestartet. Alle fest angestellten Mitarbeiter*innen in Deutschland können über das Onlineportal der Company Bike Solutions GmbH zu optimalen Konditionen bis zu zwei Fahrräder für sich und ihre Familie leasen. Zusätzlich genießen sie einen Rundumschutz für ihr Fahrrad in Form einer Versicherung mit Mobilitätsgarantie.

Unfallversicherung

Seit dem 1. Januar 2021 sind alle Mitarbeiter*innen, Systempartner*innen und Zusteller*innen sowie Mitarbeiter*innen der DPD Service GmbH automatisch und mit attraktiven Konditionen unfallversichert.

Vorruhestandszulage

Die Vorruhestandszulage ist eine freiwillige Sozialleistung von DPD Deutschland zur Unterstützung beim Aufbau von sogenannten Zeitwertkonten für den Vorruhestand. Ein Zeitwertkonto ist ein aus dem Einkommen des Mitarbeitenden finanziertes Konto mit dem Ziel, eine längerfristige sozialversicherungsrechtlich geschützte Freistellung zu ermöglichen, beispielsweise für eine Pflegezeit, Elternzeit oder den Vorruhestand. Die Vorruhestandszulage wird in das Zeitwertkonto eingezahlt und später beispielsweise zur Finanzierung der Vorruhestandsphase verwendet.


Vergünstigungen

Namhafte Anbieter stellen bei DPD ihre Produkte und Dienstleistungen zu besonderen Konditionen zur Verfügung. Unsere Mitarbeiter*innen kommen in den Genuss von Nachlässen und exklusiven Leistungen. Die Nutzung der Shopping-Plattform ist kostenfrei und wird von DPD nicht kontrolliert. Das Portfolio an attraktiven Angeboten wird monatlich um neue Anbieter und Angebote erweitert.

Kostengünstiger Paketversand

Unsere Mitarbeiter*innen können ihre privaten Pakete mit DPD zu vergünstigten Konditionen versenden. Über unser Onlineportal myDPD ist das Paket mit nur wenigen Klicks versandklar.





Mit einem Team von über 97.000 Zustell-expert*innen ist die DPDgroup ein Unternehmen, das der Devise „Menschen liefern für Menschen“ folgt.



Unser Planet

Weltweit sind sich Gemeinden und Unternehmen der Auswirkungen des Klimawandels und der Bedeutung gemeinsamen Handelns für eine bessere Welt bewusst. Auch den Verbraucher*innen, unseren Kund*innen und der gesamten DPDgroup ist dieses Thema wichtig. Als Lieferunternehmen sind wir Teil des Problems, aber wir sind gleichzeitig in der einzigartigen Position, Veränderungen bewirken zu können.

Uns ist bewusst, was das Ziel der Europäischen Union bedeutet, die Transportemissionen bis 2050 um 90 Prozent zu reduzieren. Das ist eine große Herausforderung für alle Lieferunternehmen, die wir nicht allein bewältigen können. Dennoch ist dieses Vorhaben zentraler Bestandteil unseres Ziels, die Lebensqualität von E-Shoppern, Kund*innen und Mitarbeiter*innen zu verbessern. Denn egal, wo sie leben und arbeiten oder wo wir unsere Pakete zustellen, **wir alle leben am selben Ort.**



Unser Ziel

Die DPDgroup hat sich 2012 zur CO₂-Neutralität verpflichtet. Seitdem sind wir vorangegangen und haben 7,7 Milliarden CO₂-neutrale Pakete ausgeliefert. Nun setzen wir uns ein noch höheres Ziel. Wir werden unsere Zielvorgaben für die Reduzierung unserer Treibhausgasemissionen an die Forderungen der Klimaforschung anpassen, um das Pariser Klimaschutzabkommen einzuhalten. Wir haben uns außerdem aktiv zur Verbesserung der Lebensqualität in den Städten verpflichtet, indem wir Luftverschmutzung in zweierlei Hinsicht bekämpfen – einerseits durch die Einführung emissionsarmer Fahrzeuge in Städten in ganz Europa und andererseits durch unser Programm zur Überwachung der Luftqualität.



CO₂-
Emissionen
pro Paket
(kg CO₂e/Paket
-18,8% ggü. 2013
-5,7% ggü. 2019)

0,786[✓]



Alternative
Fahrzeuge*
(ggü. 900+ im Jahr
2019)

>2.000



62%[✓]
unseres
Strom-
verbrauchs
stammt aus
erneuerbaren
Energien
(ggü. 24% im Jahr
2017)



Bereits 5
große euro-
päische Städ-
te beteiligen
sich 2020
an unserem
Programm
zur Über-
wachung der
Luftqualität.

Tonnen
NO_x-
Emissionen

2.665

Tonnen Fein-
staubausstoß
(einschließlich 56%
der Partikelgröße
PM_{2,5})

232

Mit alternativer
Abhol- und
Zustellflotte
zurückgelegte
Kilometer

>40 Mio.[✓]

Tonnen
CO₂
e-Ausgleich
2020

1.526 Mio.[✓]

* Unsere alternative Flotte besteht aus emissionsarmen Fahrzeugen, die elektro- oder gasbetrieben sind, sowie Fahrrädern. Die abgebildeten Zahlen beziehen sich auf die gesamte DPDgroup (außer BRT).





„Wir übernehmen Verantwortung und sind aktiver Gestalter einer nachhaltigeren Welt. Wir kompensieren unsere CO₂-Ausstöße nicht nur, sondern treiben die messbare Reduktion unserer Emissionen kontinuierlich voran.“



Philipp Anhalt
Chief Strategy Officer,
DPD Deutschland

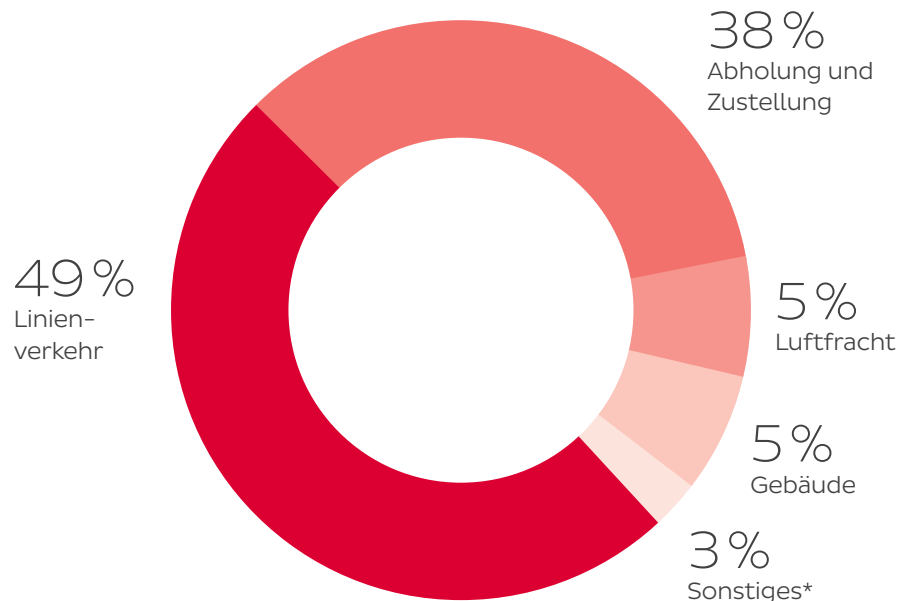


Ziele setzen

Die DPDgroup arbeitet in Abstimmung mit ihrer Muttergesellschaft Le Groupe La Poste auf die Ziele der Science Based Targets initiative (SBTi) hin, einer gemeinsamen Initiative des Carbon Disclosure Project (CDP), des Global Compact der Vereinten Nationen, des World Resources Institute (WRI) und des World Wide Fund For Nature (WWF). Wir sind überzeugt, dass die SBTi die DPDgroup und den Liefersektor dabei unterstützen kann, eindeutige Ziele zur Senkung der CO₂-Emissionen auf Grundlage der Klimaforschung zu definieren. Das ist von großer Bedeutung für uns, denn wir beteiligen uns an der Umsetzung des Pariser Klimaabkommens zur Begrenzung des Temperaturanstiegs auf 1,5° C.

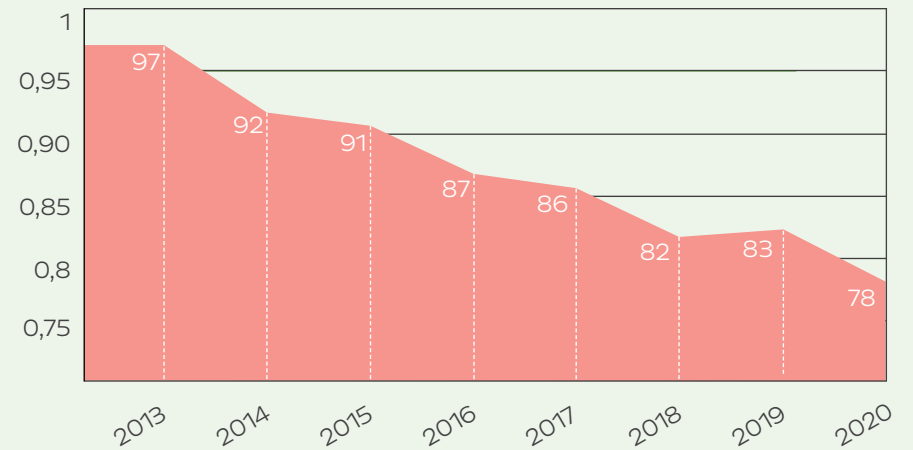
Unser Programm zur Überwachung der Luftqualität hat deutlich gemacht, wie wichtig es ist, für den Ausstoß von Luftschadstoffen ein Reduktionsziel zu setzen. Dieses werden wir 2021 erreichen.

Treibhausgasemissionen 2020 der DPDgroup nach Quelle ✓



* einschließlich Papier, Verpackung, On-Site-Logistik und Firmenwagen

Treibhausgasemissionen pro Paket (kg CO₂e/Paket) ✓



Daten sammeln

Die DPDgroup kontrolliert, was im eigenen Betrieb und in der Flotte umzusetzen ist. Wir können die komplexen Probleme der gesamten Lieferkette jedoch nicht alleine bewältigen. Daher arbeiten wir mit unseren Systempartner*innen zusammen, um unsere Scope-3-Emissionen zu messen.

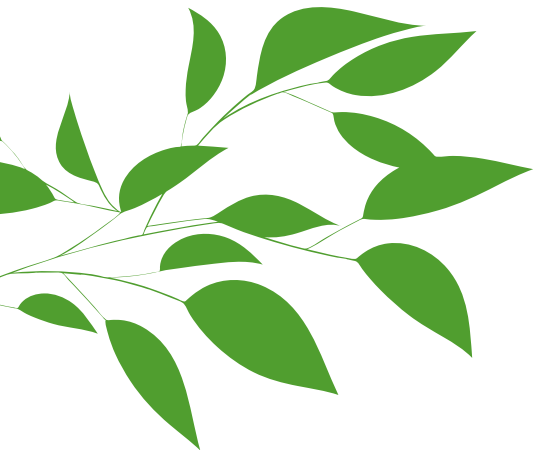
Wir nutzen dafür das interne Reporting-Tool RESPIRE, um Daten zum Energieverbrauch von Fahrzeugen, Depots und Sortierzentren in allen 20 100-prozentigen Tochterunternehmen der DPDgroup zu sammeln und so unseren CO₂-Ausstoß zu messen. Das Tool entspricht internationalen Normen wie ISP 14064, der europäischen Norm EN 16258, der französischen Norm BEGES und unserem internen Protokoll. Die Daten werden jährlich extern auf ihre Richtigkeit geprüft. So gelingt es uns, die CO₂-Bilanz unserer gesamten Wertschöpfungskette umfassend nachzuvollziehen.

In diesem Jahr berichtet die DPDgroup über Treibhausgasemissionen von 20 Geschäftseinheiten.

Grüne und saubere Zustellung

2020 stand im Zeichen neuer emissionsarmer Fahrzeuge. Mit 2.077 solcher Fahrzeuge in 16 Ländern haben wir signalisiert, dass wir unsere Verpflichtung zu einer grüneren und saubereren Flotte ernst nehmen. In Europa ergänzen 1.163 neue emissionsarme Fahrzeuge unsere Zustellflotte. Auch in den kommenden Jahren werden wir die Einführung von Elektrofahrzeugen in unserem gesamten Netzwerk beschleunigen.

Unser ambitionierter Plan ist es, bis 2025 emissionsarme Zustelllösungen in den 225 größten Städten Europas bereitzustellen. Außerdem möchten wir unseren weltweiten ökologischen Fußabdruck durch ganzheitliche Pläne zur CO₂-Reduzierung verringern. Zusätzlich zu unseren Planungen für eine grüne letzte Meile umfasst unsere Strategie zur Reduzierung der Treibhausgasemissionen effizienten und innovativen Linienverkehr, umweltfreundliche Gebäude und einen aktiven Beitrag zur Kreislaufwirtschaft.



Meilensteine 2020

2020 war ein Jahr intensiver Bemühungen und mutiger Investitionen im Bereich Nachhaltigkeit. In Städten wie Nagold, Hamburg und Hanau haben wir elektrisch motorisierte Lastenräder in Betrieb genommen – ein Projekt, das zukünftig ausgebaut werden soll. Mit dem eSprinter von Mercedes-Benz sind wir in Berlin und Nürnberg emissionsarm unterwegs.

Gemeinsam mit der Deutschen Bahn, Hochbahn und ParcelLock haben wir in Hamburg einen neuen Service auf die Beine gestellt: die „Hamburg Box“. An 15 Bahnhöfen und U-Bahn-Haltestellen können Kund*innen anbieteroffene Paketstationen für die Abholung nutzen. Diese neue Art der Zustellung reduziert die Anzahl der Zustellversuche und somit auch CO₂-Emissionen.

Mercedes-Benz Vans, DPD und what3words haben mit einer innovativen Adressierungslösung einen Test für eine effizientere Paketzustellung gestartet. Bei dem gemeinsam entwickelten Förderprojekt VanAssist wird außerdem schon heute das autonom fahrende Zustellfahrzeug der Zukunft gebaut.



Meilensteine 2021

Lokal emissionsarme Zustellung in Ludwigsburg und Dortmund

In Ludwigsburg nutzt DPD seit März ein anbieterneutrales Mikrodepot. Auch hier werden Pakete in der Umgebung lokal emissionsarm mit Lastenrädern zugestellt. Langfristig soll die Lastenradflotte weiter ausgebaut werden.

Bei der Lastenrad-Zustellung in Dortmund lässt sich schon heute eine positive Zwischenbilanz ziehen. In den ersten drei Betriebsmonaten wurden dort über das anbieteroffene Mikrodepot mehr als 6.000 Sendungen lokal emissionsarm per Lastenrad zugestellt, rund ein Viertel davon von DPD Deutschland.



Wir fördern Veränderung

Der CO₂-Fonds der DPDgroup besteht mittlerweile seit vier Jahren. Er fördert und beschleunigt Investitionen unserer Tochtergesellschaften in Maßnahmen zur CO₂-Reduzierung, die sich besonders stark auf ihre Tätigkeit auswirken. 2020 wurden 20 Projekte in 19 Geschäftseinheiten mit einem Gesamtwert von mehr als zwei Millionen Euro gefördert. Durch Maßnahmen wie neue Fahrzeuge und Elektroladestationen sowie LED-Beleuchtung und innerstädtische Depots konnten wir 1.143 Tonnen CO₂ einsparen.



Neues innerstädtisches Depot und Lastenräder in Berlin

Der Berliner Bezirk Prenzlauer Berg profitiert ab sofort vom neuen innerstädtischen DPD Depot, das mit zwei elektrischen Schwerlastenrädern und vier Fahrrädern ausgestattet ist. Es wird jeden Morgen von einem elektrischen VW Crafter beliefert. Dadurch werden die 400 Pakete, die das Depot tagtäglich durchlaufen, vor Ort emissionsarm zugestellt.



Anteil der Anhänger mit hoher Kapazität in der Linienverkehrsflotte*

(ggü. 6 % im Jahr 2017)

8%[✓]

Reduzieren, reduzieren und noch mehr reduzieren

Mit unserer emissionsarmen Fahrzeugflotte reduzieren wir einen Großteil unseres CO₂-Fußabdrucks. Doch das ist noch nicht alles. Wir arbeiten intensiv daran, die Emissionen sowohl unseres Linienverkehrs als auch unserer Gebäude zu reduzieren.

Intelligenter Lösungen für den Linienverkehr

Bei der Reduzierung des CO₂-Fußabdrucks unseres Linienverkehrs geht die DPDgroup neue Wege. Wir wechseln von der Straße auf die Schiene. Wir reduzieren den Luftwiderstand beim Transport. Wir senken unsere Kraftstoffintensität, indem wir vermehrt Biokraftstoffe nutzen. Wir setzen vollelektrische Lkw ein. Wir stellen Doppelstock-Innenlader mit hoher Kapazität sowie lange Anhängerkombinationen bereit. Erfolg bedeutet, all diese Dinge auszuprobieren. Genau das tut die DPDgroup.



* Einschlossen sind Doppelstock-Innenlader und lange Anhängerkombinationen. Die abgebildeten Zahlen beziehen sich auf die gesamte DPDgroup.

Geniale Ideen für bessere Gebäude

In den Depots und Logistikzentren der DPDgroup in ganz Europa arbeiten wir kontinuierlich daran, die Auswirkungen unserer Tätigkeit auf die Umwelt zu reduzieren. LED-Lampen verbrauchen 85 Prozent weniger Energie als herkömmliche Beleuchtung, und Solarzellen sind eine leicht zugängliche saubere Energiequelle. Wann immer es geht, nutzen wir Strom aus erneuerbaren Energien. 2020 lag der Anteil bei 62,3 Prozent unseres Gesamtverbrauchs und wir planen, diesen Anteil bis 2025 zu steigern. Darüber hinaus setzen wir uns auch dafür ein, Lärmemissionen zu reduzieren.



Ökostrom bevorzugt

87 Prozent unserer DPD Standorte in Deutschland nutzen mittlerweile Ökostrom und sind zertifiziert nach der internationalen Umweltmanagementnorm ISO 14001. Diese Quote auf 100 Prozent zu steigern, ist unser Ziel.

Nachhaltig gebaut

In Holzgüenz bei Memmingen hat ein neues, grünes DPD Depot den Betrieb aufgenommen. Das vorbildliche Depot mit 10.000 Quadratmeter Hallenfläche wurde in nachhaltiger Bauweise mit einem Dachtragwerk aus Holz gebaut und verursacht 80 Prozent weniger CO₂-Emissionen. Bis zu 10.000 Pakete können hier stündlich umgeschlagen werden.



Anteil des Stroms aus erneuerbaren Energien bei DPD Deutschland

(ggü. 24 % im Jahr 2017)

62% ✓



Intelligente Zustellösungen

Innerstädtische Depots ermöglichen eine effizientere Zustellung auf der letzten Meile. Mit unseren alternativen Abholstationen und automatischen Packstationen sowie der Erweiterung unserer Services Predict und Pickup erhöhen wir die Anzahl der Pakete, die beim ersten Versuch zugestellt werden. Damit senken wir die Emissionen pro Paket deutlich.

Über unseren Service Predict bekommen Paketempfänger*innen ein einstündiges Zustellzeitfenster angekündigt und können den Paketempfang verschieben, falls sie nicht zu Hause sind. In diesem Jahr haben wir zudem damit begonnen, unsere Paketempfänger*innen über Predict zu informieren, wenn ihr Paket in einem emissionsarmen Fahrzeug geliefert wird. Dieser Service wird aktuell in Großbritannien, Frankreich und Deutschland angeboten.

Dank eines engmaschigen Pickup-Netzwerks ist ein Pickup Paketshop immer in der Nähe unserer Paketempfänger*innen. So lassen sich Pakete bequem zu Fuß, mit dem Fahrrad oder den öffentlichen Verkehrsmitteln abholen. Mit unseren 58.000 Pickup Paketshops in 19 Ländern in ganz Europa können 95 Prozent der Pakete in 15-minütiger Entfernung vom Zuhause der Empfänger*innen abgeholt werden.

Wie eine Studie* von 2020 zeigt, sinken die Treibhausgasemissionen pro Paket mit Predict um 5 Prozent und mit Pickup sogar um 63 Prozent.



Meilensteine 2020

Wir dokumentieren unsere Fortschritte und machen sie für alle Menschen nachvollziehbar. Deshalb haben wir 2020 in Deutschland den Bereich „Nachhaltigkeit“ unserer Website aktualisiert. Unsere Zustellbenachrichtigung Predict gibt Empfänger*innen von nun an Empfehlungen für eine klimafreundliche Auswahl unserer alternativen Zustelloptionen. Mit der Erweiterung unseres Pickup-Netzwerks in ganz Deutschland sorgen wir außerdem dafür, dass unsere Kund*innen ihr Paket klimafreundlich in der Nachbarschaft abholen oder aufgeben können.

Der Kreis schließt sich – reduzieren, wiederverwenden, wiederverwerten

Die Reduzierung unserer Emissionen pro Paket ist der erste Schritt. Darüber hinaus investieren wir in ganz Europa in intelligente Möglichkeiten zur Förderung einer Kreislaufwirtschaft. Wir unterstützen Unternehmen dabei, Bio-Abfälle zu sammeln und zu transportieren, um sie der Kompostierung und Methanisierung zuzuführen. Außerdem nutzen wir Ressourcen wie Verpackungen auf nachhaltigere Weise. 2020 haben die Geschäftseinheiten der DPDgroup kreative und praktische Lösungen erdacht, um im gesamten Netzwerk Dinge zum Positiven zu verändern. Denn auch viele kleine Veränderungen können einen großen Unterschied machen.



Das sagen unsere Kund*innen in Deutschland

„Die memo AG legt großen Wert auf Nachhaltigkeit. Beim Pakettransport ist uns DPD dabei ein verlässlicher Partner.“

memo

„Der CO₂-neutrale Paketversand passt perfekt zu unserem ressourcenschonenden Unternehmen.“

sodastream

„Wir backen nur angefragte Mengen, versenden klimaneutral mit DPD Food und setzen so ein Zeichen gegen Lebensmittelverschwendung.“

Vestakorn

„Gemeinsam für unsere Kunden: DPD App mit Live-Tracking! Beides für eine digitale und klimaneutrale Zustellung.“

Brief und mehr
Versand & mehr...

Unser Bekenntnis zur CO₂-Neutralität

Seit 2012 stellen wir alle Pakete CO₂-neutral zu – ohne Extrakosten für unsere Kund*innen – und setzen damit neue Maßstäbe in unserer Branche. Das erreichen wir, indem wir unseren CO₂-Fußabdruck messen und reduzieren und anschließend die verbleibenden Emissionen durch entsprechende Investitionen ausgleichen. Das CO₂-Ausgleichsprogramm der DPDgroup ist eine freiwillige Initiative und bringt keine Steuervorteile. Wir halten keine Kapitalbeteiligungen an den Unternehmen, die wir unterstützen.

Im ersten Jahr unseres neuen dreijährigen CO₂-Ausgleichsprogramms haben wir uns in Zusammenarbeit mit den Expert*innen von CO₂logic, einem Anbieter eines vierstufigen Übergangskonzepts zur CO₂-Neutralität, auf zwei Projekte zur Erzeugung sauberer Energie konzentriert. Beide wurden nach den strengen Kriterien des Verified Carbon Standard geprüft.

Das erste Projekt ist in Indien angesiedelt. Dort unterstützen wir die Bereitstellung von 718 Windrädern, die grünen Strom für 751.126 Menschen erzeugen. Das zweite Projekt fördert zehn Anlagen in Brasilien, die Methan aus auf Deponien entsorgtem Abfall auffangen und 27.347 Menschen mit grünem Strom versorgen. Beide Projekte setzen sich außerdem dafür ein, die Lebensbedingungen der lokalen Gemeinschaften durch Bildung, Wassereinsparung und Ausbildungsmöglichkeiten zu verbessern.



In Indien
finanzierte
Windräder

718

Mit grünem
Strom
versorgte
Menschen

751.126



Die Zahlen beziehen sich auf Projekte zur Erzeugung sauberer Energie, die zum Ausgleich der Emissionen aus dem Jahr 2019 finanziert wurden.

In Brasilien
finanzierte
Biogasanlagen

10

Mit grünem
Strom
versorgte
Menschen

27.347



Unser Ziel ist es, in den 225 größten europäischen Städten bis 2025 mit emissions-armen Fahrzeugen auszuliefern.



Tonnen NO_x-
Emissionen

2.665



Tonnen
Feinstaub-
ausstoß

(einschließlich 56 %
PM_{2,5})

232

Leichte
Euro-6-
Nutzfahrzeuge
in der Flotte

(ggü. 48 % im Jahr
2019)

58,6 %

Schwere
Euro-6-
Nutzfahrzeuge
in der Flotte

(ggü. 60 % im Jahr
2019)

69,5 %

Saubere Luft beginnt mit einer grünen Flotte

Der Großteil unserer Luftschadstoffemissionen geht auf unsere Fahrzeuge zurück. Besonders schädlich für die menschliche Gesundheit sind Feinstaubpartikel und Stickoxide. Daher setzt sich die DPDgroup vorrangig für deren Reduzierung ein und unternimmt maßgebliche Anstrengungen, um ihre Flotte zu verbessern. Dazu werden mit Diesel und Benzin betriebene Zustellfahrzeuge durch neue emissionsarme Alternativen wie elektro- und gasbetriebene Fahrzeuge sowie Fahrräder ersetzt. Diese Maßnahmen reduzieren die Luftverschmutzung und verbessern die Lebensqualität.

Genauere Messung der ausgestoßenen Luftschadstoffe

2019 hat die DPDgroup EcoAct mit einer unabhängigen Analyse der von ihrer Flotte ausgestoßenen Schadstoffe beauftragt. EcoAct bediente sich eines Computerprogramms, das anhand des Verkehrsemissionsmodells COPERT und des Handbuchs für Emissionsfaktoren des Straßenverkehrs HBEFA die Emissionen berechnete. Dabei wurden Faktoren wie Geschwindigkeit, Lademenge und Alter der Fahrzeuge berücksichtigt. Da Dieselfahrzeuge weiterhin den Großteil der Flotte der DPDgroup ausmachen, wurde ein hoher Anteil an Stickoxidemissionen festgestellt.

2020 haben wir unsere Bemühungen, dies zu ändern, fortgeführt, indem wir mehr alternative Fahrzeuge bereitgestellt und den Anteil an Euro-6-Fahrzeugen erhöht haben.

Die abgebildeten Zahlen beziehen sich auf die gesamte DPDgroup.



Für saubere Luft

Die DPDgroup verfolgt proaktiv einen Ansatz für eine bessere Luftqualität in Innenstädten. 30 Prozent der städtischen Luftverschmutzung sind auf den dortigen Logistikverkehr zurückzuführen. Daher kommt uns bei der Verbesserung der Luftqualität in den Städten eine wichtige Rolle zu.

2019 haben wir unser europäisches Programm zur Überwachung der Luftqualität gestartet, das Feinstaub mit der Partikelgröße PM_{2,5} misst. Dazu stellen wir Zustellfahrzeuge, innerstädtische Depots und Pickup Paketshops mit Pollutrack-Lasersensoren aus. Während einer Projektversuchsphase in Paris, Madrid und Lissabon wurde die Belastung durch Feinstaub mit einer Partikelgröße von PM_{2,5} in Echtzeit gemessen. Danach hielt die Initiative in weiteren europäischen Städten Einzug, unter anderem in Hamburg, London und Rotterdam.

Sie informiert die dortigen Bürger*innen über die Luftqualität vor ihrer Tür und ermöglicht es den Verantwortlichen in den Städten, Probleme mit der Luftqualität effektiv anzugehen. So können auf Daten basierende Entscheidungen darüber getroffen werden, wie Pläne zur Luftreinhaltung und neue Verkehrsvorschriften umzusetzen sind.

Unser Ziel ist es, die Initiative 2021 auf 20 Großstädte in ganz Europa auszuweiten.



Luftqualitätsmessung in Hamburg

In Hamburg läuft seit Mai 2021 das Projekt „Breathe“. Sensoren an 100 Zustellfahrzeugen und 19 Pickup Paketshops unseres strategischen Partners BUDNI sowie am Depot 120 messen den Feinstaubgehalt PM_{2,5} im Hamburger Stadtgebiet. Die gesammelten Echtzeitdaten können gezielt für die einzelnen Straßen abgerufen werden.

Unsere soziale Verantwortung



Unser Ziel

Wir möchten unsere Mitarbeiter*innen und Geschäftspartner*innen dabei unterstützen, überall dort positive Veränderungen herbeizuführen, wo wir tätig sind.

Egal wo unsere Kund*innen und Empfänger*innen leben und arbeiten oder wo wir die Pakete zustellen: Wir alle leben am selben Ort. Wir sind eine Gemeinschaft und tragen alle dazu bei, diese Gemeinschaft weiterzuentwickeln und besser zu machen. Wir sind bereit, alle unsere Ressourcen für dieses Vorhaben zu mobilisieren. Als Grundpfeiler dafür dienen Wohltätigkeitsprojekte, die Unterstützung des Unternehmertums vor Ort, soziales Engagement und der Einsatz für Gesundheit und Wohlbefinden.





Mitarbeiter*innen,
die sich für
soziale Projekte
engagieren

> 30.000



Unterstützte
soziale
Organisationen

> 450



Unterstützte
soziale
Unternehmen

16

Ein Jahr, in dem soziale Verantwortung wichtiger wurde als jemals zuvor

2020 haben wir erfahren, was es bedeutet, in Gefahr zu sein. Wir haben in der gesamten DPDgroup unverzüglich kontaktlose Zustellverfahren eingeführt, um für die Sicherheit unserer Mitarbeiter*innen und der örtlichen Gemeinschaften zu sorgen. Wir haben Unternehmen dabei unterstützt, ihre Türen wieder sicher zu öffnen. Wir haben dazu beigetragen, die Menschen zu verbinden, indem wir wichtige Güter transportiert und Dienstleistungen ermöglicht haben. Die Bemühungen unserer Mitarbeiter*innen und Partner*innen gingen dabei weit über unser alltägliches Geschäft hinaus.

Es gibt unzählige Geschichten von Menschen, die sich für Menschen auf unselfische, gemeinnützige, selbstlose und sogar lebensrettende Weise engagieren. Wir bieten Lieferdienste in aller Welt an und haben so Menschen, die anderen Menschen mit tollen Ideen helfen wollen, miteinander verbunden und unterstützt.



DPD Hilfsfonds

Jeder Mensch kann plötzlich und unverschuldet in eine finanzielle Notlage geraten – ob durch Krankheit, Unfall oder besondere familiäre Umstände. Unser 2015 gegründeter DPD Hilfsfonds hilft DPD Mitarbeiter*innen, Systempartner*innen, Zusteller*innen, Hallenunternehmer*innen und deren Angehörigen bei persönlichen Schicksalsschlägen.

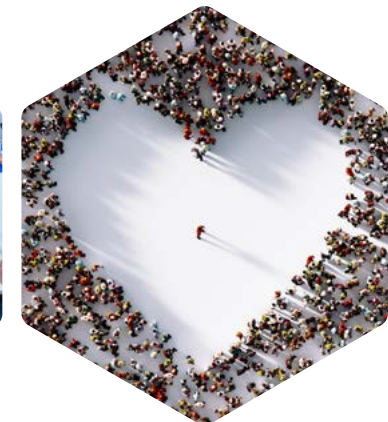
2015 bis Ende 2020:
61 Kolleg*innen wurden mit 217.310 Euro unterstützt.

Im Jahr 2020:
19 Kolleg*innen wurden mit 56.281 Euro unterstützt.

Kontaktlos geliefert – für höchste Sicherheit



Lieferdienste waren während des Lockdowns von entscheidender Bedeutung. Daher haben wir unverzüglich auf eine kontaktlose Zustellung umgestellt, um und so Mitarbeiter*innen und Kund*innen vor einer potenziellen Ansteckung geschützt. Wir verzichteten auf Unterschriften der Kund*innen zur Quittierung der Zustellung, legten Pakete vor der Wohnungstür ab und achteten auf den Mindestabstand von zwei Metern.





Patenschaften mit Plan International

Auszubildende bei DPD haben die Möglichkeit, sich als Kinderpaten zu engagieren und soziale Verantwortung zu übernehmen. Sie stehen mit ihren Patenkindern in regelmäßigem Kontakt und erhalten von ihnen Briefe oder Zeichnungen.

Seit 2017:

- 122 Patenschaften
- 105 Patenkinder in Afrika, Asien und Lateinamerika

Im Jahr 2020:

- 42 Patenschaften
- 13.944 Euro Patenschaftsbeiträge

Bildungsprojekte in Ruanda mit Plan International

Um die Lebensbedingungen für Kinder nachhaltig zu verbessern, engagiert sich die DPD Stiftung seit 2016 mit Hilfs- und Bildungsprojekten in Ruanda. 2019 startete das zweite Bildungsprojekt, bei dem DPD die Hilfsorganisation Plan International unterstützt. Von dem dreijährigen Kinderhilfsprojekt „Gute Bildung für Kinder“ profitieren 6.900 Schulkinder – durch bessere Lernbedingungen, neue Unterrichtsmaterialien und Schulausstattung sowie fortgebildete Lehrkräfte.

Seit 2016:

- Rund 13.000 Kinder profitieren von den Projekten

Im Jahr 2020:

- 50.000 Euro Projektförderung
- Rund 2.500 Kinder und ihre Familien wurden unterstützt

Foto: Plan International



Partnerschaft mit Eintracht Frankfurt

DPD ist der offizielle Logistikpartner von Fußball-Bundesligist Eintracht Frankfurt. Im Fokus unserer Partnerschaft stehen gemeinsame Projekte sowie ein breit gefächertes gemeinsames Engagement. Die gesamte DPD Belegschaft profitiert von der Zusammenarbeit durch viele Incentives und spannende Aktionen. Visueller Anker der Kooperation ist das DPD Logo auf den Trikotärmeln der Eintracht-Spieler – auch im Breitensportbereich des Traditionsclubs.

DPD Radio für alle

Seit Januar 2021 läuft der neue digitale Radiosender dpd DRIVER'S RADIO ... powered by DPD bundesweit über DAB+ und Onlinestream. Das Programm unseres Kooperationspartners richtet sich vor allem an mobile Menschen, die auf der Straße unterwegs sind: Berufskraftfahrer*innen, Fernbusfahrer*innen, Kurier- und Taxifahrer*innen, aber auch an alle, die pendeln oder auf Reisen sind. Der Radiosender legt den Fokus auf Themen wie Mobilität, Verkehr und Digitalisierung und passt deshalb perfekt zu unserem Unternehmen, unseren Werten und unserer Rolle in der Gesellschaft.

Unterstützung sozialer Unternehmen

Wir sind der Überzeugung, dass es überall großartige Ideen gibt. Unser Unternehmen steht auf drei Innovationssäulen und wir unterstützen Unternehmer*innen vor Ort in entsprechenden Initiativen. So können wir in dem, was wir tun, noch besser werden und das wirtschaftliche Wachstum vor Ort vorantreiben. Davon profitieren beide Seiten.



Die drei Innovationssäulen der DPDgroup



Digitaler Wandel und E-Commerce

Entwicklung von Technologien, die Paketempfänger*innen die volle Kontrolle ermöglichen, darunter On-Demand-Lieferungen und Benachrichtigungen in Echtzeit.



Innovative City-Logistik

Technologien und Fahrzeuge, mit denen wir besser auf die Bedürfnisse unserer Kund*innen reagieren und gleichzeitig Probleme im Bereich der Nachhaltigkeit adressieren können.



Hightech-Märkte

Starke Innovationen zur Unterstützung der neuen Märkte der DPDgroup wie die Lieferung von frischen Lebensmitteln oder Tiefkühlkost.



Partnerschaften mit Gleichgesinnten eingehen

Die Zusammenarbeit mit Menschen, die sich für unsere Vorhaben und unsere Beweggründe genauso begeistern wie wir, führt zu besseren Ergebnissen. Es ist wichtig zu erkennen, dass wir nicht alle Ziele im Alleingang erreichen können. Daher ist die DPDgroup stolz darauf, mit Gleichgesinnten zusammenzuarbeiten.

Wir sind bereit, unsere Fähigkeiten, unser Wissen und unsere Expertise mit anderen zu teilen, um positive Veränderungen an den Orten zu bewirken, an denen wir tätig sind. Wir arbeiten mit Stadtverwaltungen, lokalen Behörden, Schulen und Universitäten zusammen, um gemeinsam mehr zu bewegen.



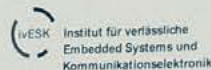


„Es gibt nicht das eine Fahrzeug für alle Touren und Zustellgebiete. In der DPD Flotte wie auch allgemein in der Logistik wird es stärker als bisher eine Diversifizierung der genutzten Transportmittel geben – vom Lasten-Pedelec über E-Lkws bis hin zu autonomer Fahrzeugtechnik als Unterstützung für Zusteller*innen.“



Gerd Seber
Group Manager
City Logistics and Sustainability,
DPD Deutschland

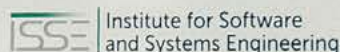
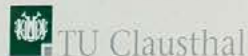




Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Mit Unterstützung von:



Unser **Versprechen**

Bis 2030 wollen wir der internationale Ansprechpartner für nachhaltige Lieferungen werden. Mit diesem Ziel bekräftigen wir unser Bekenntnis zur Nachhaltigkeit. Darin zeigt sich, wie unser Vorstand und unsere Führungskräfte zu unserer Nachhaltigkeitsstrategie beitragen. Auch zeigt sich darin die Art und Weise, wie wir arbeiten und wie wir unsere Werte in allem, was wir tun, verankern. Bei der Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsagenda wie auch ganz allgemein bei der Kommunikation haben wir uns zur Transparenz verpflichtet. Es ist dieses Engagement, das die DPDgroup zuversichtlich auf das Jahr 2030 blicken lässt, weil wir wissen, dass wir besser aufgestellt sind denn je.



CSR Governance

In Bezug auf Nachhaltigkeit definiert die DPDgroup die gleichen hohen Standards und verfolgt dieselben branchenführenden Ambitionen wie ihre Muttergesellschaft Le Groupe La Poste. Der Vorstand sowie der Nachhaltigkeitsausschuss von Le Groupe La Poste übernehmen dabei eine Führungsrolle und unterstützen die DPDgroup bei der Umsetzung bewährter Verfahren. Der Vorstand überprüft zudem die freiwilligen Berichte der DPDgroup. Die DPDgroup ist im zentralen Nachhaltigkeitsausschuss von La Groupe La Poste vertreten und gewährleistet die Einheitlichkeit der zwischen den Geschäftseinheiten und den Tochtergesellschaften eingegangenen Verpflichtungen. Der zentrale Nachhaltigkeitsausschuss hat die Aufgabe, die wesentliche Richtung vorzugeben, Fachwissen und Hilfsmittel bereitzustellen und die einzelnen Länder dabei zu unterstützen, Prozesse zu verknüpfen und sich auszutauschen.

Die DPDgroup hat 2013 das konzernweite Nachhaltigkeitsprogramm DrivingChange™ verabschiedet. Das Führungsteam hat hierzu ein abgestuftes Konzept festgelegt, das durch Vorgaben zu Kontrolle und Berichterstattung ergänzt wurde und durch laufende Innovationen und Zusammenarbeit umgesetzt wird.

In unserem dezentralen Unternehmen passen alle 20 Geschäftseinheiten, die an DrivingChange™ teilnehmen, ihre Nachhaltigkeitsmaßnahmen an die Bedürfnisse vor Ort an. Die DPDgroup unterhält ein europäisches Nachhaltigkeitsnetzwerk, das den Good-Practice-Austausch unter den Geschäftseinheiten fördert.



Executive Committee der DPDgroup

Genehmigt alle zentralen Initiativen und Strategien. Der Executive Vice President Marketing, Communications and CSR leitet den Bereich CSR innerhalb des Vorstands.



Zentrales CSR-Team der DPDgroup

Das zentrale CSR-Team ist im geschäftlichen Alltag für die Festlegung und Umsetzung der Strategie und die Koordinierung mit unserem CSR-Netzwerk verantwortlich.



CSR-Netzwerk

20 CSR-Verantwortliche aus unseren europäischen Geschäftseinheiten sind für die operative Umsetzung der Strategie zuständig. Jedes Jahr finden drei europäische CSR-Meetings statt.



CSR-Ausschuss der Le Groupe La Poste

Monatliche Zusammenkünfte mit den verschiedenen Abteilungen und Tochtergesellschaften von La Poste. Diese gewährleisten unter anderem die Einheitlichkeit der Verpflichtungen innerhalb der Geschäftseinheiten und der Tochtergesellschaften. Der CSR Director der DPDgroup ist Mitglied des Ausschusses.

Ethische Grundsätze sind elementarer Bestandteil unserer Unternehmens-DNA

Unser Ziel ist es, als besonders vertrauenswürdiger, nachhaltiger Lieferpartner die Lebensqualität unserer Kund*innen und Mitarbeiter*innen zu verbessern. Um dieses Ziel zu erreichen, setzen wir auf fünf zentrale Werte: Solidarität, Transparenz, Respekt, Verantwortung und Weltoffenheit. Diese Werte sind – unterstützt von unserer soliden Unternehmensführung – der Motor unseres Nachhaltigkeitsansatzes.

Unsere ethische Geschäftspraxis spiegelt sich auch in den vier Versprechen der Servicekultur des Konzerns wider:

1. Wir kümmern uns um den Menschen, nicht nur um das Paket.
2. Wir denken voraus und handeln schnell, um das in uns gesetzte Vertrauen zu rechtfertigen.
3. Wir erkennen und erfüllen stets die Bedürfnisse unserer Kund*innen.
4. Wir begegnen allen Kund*innen mit einem Lächeln.

Verhaltenskodex

Unser Bekenntnis zu ethischen Grundsätzen bildet die Grundlage unseres Verhaltenskodex. Er basiert auf weltweit definierten Regeln und Best Practices, die insbesondere von der Internationalen Arbeitsorganisation, einer Sonderorganisation der Vereinten Nationen, ratifiziert wurden und von den einzelnen Geschäftseinheiten gemäß nationalem Recht ausgelegt werden. Die Einhaltung des Kodex ist für alle Mitarbeiter*innen und externen Dienstleister*innen verbindlich. Er ist zudem ein zentraler Bestandteil unserer Entscheidungsprozesse und der Einbeziehung von Stakeholdern. Der Kodex wird regelmäßig überprüft. 2021 wird eine neue Version veröffentlicht, die mehr konkrete Fallbeispiele enthält.

Unser Governance-System gewährleistet, dass geltende Gesetze und Verordnungen eingehalten werden. Die Verantwortung hierfür liegt beim Chief Compliance Officer, dem Market Integrity Compliance Officer, dem Data Protection Officer und dem Trade Compliance Officer. Die Geschäftseinheiten ernennen zudem jeweils einen Ethics Officer, der sich um ethische und verwandte Fragen kümmert, die sich vor Ort ergeben.



Korruptionsbekämpfung

Die DPDgroup verbietet gemäß ihrem Verhaltenskodex und ihrem Bekenntnis zu den Grundsätzen des UN Global Compact in der Interaktion mit Stakeholdern jegliche Form der Korruption. Als Tochtergesellschaft von Le Groupe La Poste haben wir deren drei Grundprinzipien der Korruptionsbekämpfung übernommen: Null Toleranz, es betrifft alle, und alle sind wachsam.

Darüber hinaus hat die DPDgroup seit 2019 ein neues Antikorruptionsprogramm. Dieses konsequente Programm hält die Vorgaben des neuen französischen Gesetzes Sapin II uneingeschränkt ein und basiert auf einer genauen und umfangreichen Risikokartierung, für die jede einzelne Geschäftseinheit einen Fragebogen zum Thema Korruptionsbekämpfung ausgefüllt hat. Dadurch konnten wir alle mit unseren Aktivitäten verbundenen Risiken identifizieren und bewerten. Gemeinsam mit externen Expert*innen haben wir eine Strategie und einen Fahrplan für die Vorbeugung und Aufklärung sämtlicher Korruptionsfälle innerhalb des Konzerns entwickelt und stetig verbessert.

Einhaltung internationaler Handelsvorschriften

Wie alle Unternehmen in der Transportbranche unterliegt die DPDgroup internationalen Verpflichtungen wie von den Vereinten Nationen, der Europäischen Union und nationalen Behörden beschlossenen Sanktionen. Wir halten uns strikt an Handelsvorschriften und unterstützen alle Geschäftseinheiten bei der Einhaltung aller relevanten Restriktionen sowie von Gesetzen zu Wirtschaftssanktionen und Verordnungen im Zusammenhang mit Embargos. Auf dieser Grundlage hat die DPDgroup ein Compliance-Programm entwickelt. Es gewährleistet, dass wir nur mit legitimen Partner*innen Handel treiben. Zu diesem Programm gehören die Anwendung unserer globalen Richtlinie zu Sanktionen, ein Compliance-Regelwerk sowie die Einführung des Screening-Tools GeoCheck.



Schutz personenbezogener Daten

Zur Einhaltung der im Mai 2018 in Kraft getretenen Europäischen Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) haben wir eine große Datenschutzinitiative in der gesamten DPDgroup gestartet, um Änderungen beim Datenschutz in alle Prozesse und in die Kultur des Unternehmens zu integrieren.

2019 haben wir unseren Aktionsplan umgesetzt, der durch wirksame Governance-Mechanismen untermauert wird. Wir behalten den Überblick über die weltweite Entwicklung unserer Daten innerhalb des Konzerns, und jede der europäischen Geschäftseinheiten hat eine Ansprechperson für die DSGVO ernannt. Um unsere europäischen Unternehmen bei der Einhaltung der DSGVO zu unterstützen, haben wir Instrumente entwickelt, mit denen wir alle neuen Projekte aus Datenperspektive bewerten können. 2019 haben wir unsere Bemühungen in den beiden Vorjahren überprüft und einen Ausschuss zur Überwachung der laufenden Maßnahmen eingerichtet. Der Ausschuss kommt regelmäßig zusammen. Er verfolgt die aktuelle Gesetzeslage und verantwortet die Datenschutzstrategie des Konzerns.

Damit gewährleistet ist, dass alle europäischen Geschäftseinheiten die geltenden Vorschriften einhalten, wurden sie zwischen 2019 und 2021 einer entsprechenden Prüfung unterzogen. Auf Holdingebene wurden die Datenschutzkontrollen ebenfalls verschärft, um die Erweiterung unseres Geschäftsplans in den kommenden Jahren zu unterstützen.

Ausbau der Compliance-Kultur im gesamten Unternehmen

Die Neuorganisation im Jahr 2021 soll die Compliance-Kultur innerhalb der DPDgroup fördern und so die ethischen Grundsätze des Unternehmens entsprechend den strategischen Zielen der DPDgroup stärken.

Standards und Richtlinien für die Berichterstattung

Bei der Vorbereitung dieses Berichts richtet die DPDgroup ihr Augenmerk auf ausgewählte Themen, die für unser Unternehmen und die Branche besonders wichtig sind. In diesem Zusammenhang haben wir die Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI) überprüft und angewandt.

Dieser Bericht dient darüber hinaus als Advanced-Level-Fortschrittsbericht (Advanced Level Communication on Progress, COP) über unser Bekenntnis zu den zehn Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen (UNGC). Das betrifft insbesondere unsere kontinuierliche Verpflichtung, die grundlegende Verantwortung in Bezug auf Menschenrechte, Arbeitsrechte, die Umwelt und Korruptionsbekämpfung zu übernehmen.

Dem Sustainable Accounting Standards Board und Ratingagenturen stellen wir alle erforderlichen Informationen zur Verfügung. Wir haben unsere Pläne zudem an den Zielen für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen ausgerichtet.

Unabhängige Prüfungen durch Dritte

Die Umweltprüfung wurde von Mazars gemäß ISAE 3000 durchgeführt.

Unser CO₂-Rechner wurde einer unabhängigen Überprüfung durch SGS, ein führendes Zertifizierungsunternehmen, unterzogen.



Über diesen Bericht

Dies ist der fünfte Nachhaltigkeitsbericht der DPDgroup. Er wurde im September 2021 veröffentlicht. Dieser Bericht thematisiert neben Aktivitäten der DPDgroup insbesondere auch unser CSR-Engagement in Deutschland.

Die DPDgroup arbeitet daran, dass auch andere Geschäftseinheiten, die sich vollständig in unserem Besitz befinden oder uns finanziell unterstellt sind, das Programm **DrivingChange™** schrittweise übernehmen. Soweit nichts anderes angegeben ist, beziehen sich die Informationen in diesem Bericht auf das Jahr 2020 und 2021.

Die DPDgroup ist unter den folgenden Markennamen tätig: DPD, Chronopost, SEUR und BRT. Die Informationen in diesem Bericht wurden mithilfe von Reportingtools, dokumentierten Angaben sowie internen und externen Interviews mit Stakeholdern zusammengetragen. Wir danken allen, die zu diesem Bericht beigetragen haben.

Bitte wenden Sie sich bei Fragen zu diesem Bericht oder zu Themen mit Bezug zu unserem Programm zur sozialen Unternehmensverantwortung (CSR-Programm) an green@dpd.de.

Mehr Informationen zu unserem CSR-Programm finden Sie unter:

www.dpd.com/de/de/Nachhaltigkeit

Geschäftseinheiten der DPDgroup, die dieser Bericht berücksichtigt: Chronopost, SEUR, BRT, DPD Frankreich, DPD Deutschland, DPD UK, DPD Belgien, DPD Irland, DPD Portugal, DPD Polen, DPD Ungarn, DPD Tschechien, DPD Kroatien, DPD Schweiz, DPD Slowenien, DPD Slowakei, DPD Baltikum, DPD Niederlande

