

**Referat von Dr. Ulrich Gygi**  
**Konzernleiter**

Bilanz-Medienkonferenz  
der Schweizerischen Post  
Hauptsitz der Post, Bern  
25. März 2009

ES GILT DAS GESPROCHENE WORT

Sehr geehrte Damen und Herren

Erfreulicherweise ist es zu einer Gewohnheit geworden, dass wir Ihnen positive Jahresabschlüsse präsentieren dürfen. Das ist auch für das Geschäftsjahr 2008 der Fall. Der **Konzerngewinn** beträgt **825 Millionen Franken**. Er liegt zwar unter dem Rekordergebnis von 909 Millionen Franken im Jahr 2007, aber doch in der Grössenordnung des Gewinns von 2006, der 837 Millionen betrug. Angesichts der Wirtschaftskrise ist das ein gutes Resultat. Im laufenden Jahr werden wir es kaum egalisieren können, und mittelfristig wird es auch aufgrund des fortschreitenden Mengenrückgangs und des zunehmenden Wettbewerbs schwieriger werden, die Ergebnisse auf dem heutigen Niveau zu halten.

Steigern hingegen konnten wir den **Betriebsertrag**: Er liegt bei 8980 Franken und damit um 268 Millionen Franken höher als 2007, obwohl die Briefmengen weiter zurückgingen und wir vom Bund für die Zeitungstransporte 50 Millionen Franken weniger erhielten als im Vorjahr und nur einen Teil dieses Ausfalls auf die Kunden überwälzten. Grund für den Anstieg war der starke Neugeldzufluss bei PostFinance, was zu einem höheren Ertrag aus Finanzdienstleistungen führte. Da jedoch zugleich unser Aufwand stieg, resultierte unter dem Strich ein tieferes Ergebnis als 2008.

Ausserdem mussten wir wegen der Finanzmarktkrise trotz konservativer Anlagepolitik Wertberichtigungen von 179 Millionen Franken auf unseren Finanzanlagen vornehmen.

Die Schweizerische Post ist auch in Zukunft auf gute Ergebnisse angewiesen. Sie muss als Folge der Finanzmarktkrise ihre Pensionskasse finanzieren (es fehlen ihr noch 3,6 Milliarden Franken) und ihr Eigenkapital auch wegen der gestiegenen Kundengelder bei PostFinance weiter aufbauen. Dem Bund wird sie auch künftig einen Teil ihres Gewinns abliefern. Dazu kommen die Investitionen, die wir aus eigener Kraft finanzieren und mit denen wir unsere Effizienz steigern und gezielt wachsen wollen. Beides ist für die nachhaltige Entwicklung des Unternehmens nötig. So investierten wir in sechs Jahren rund 1,3 Milliarden Franken in das Projekt REMA, mit dem wir die Briefverarbeitung effizienter gestalteten und mit dem wir ab 2011 jährlich bis zu 170 Millionen Franken an Betriebskosten einsparen. Für ordentliche Investitionen in Betriebsliegenschaften gibt die Post pro Jahr rund 300 Millionen Franken aus. Will sie aber wachsen und den Rückgang im Kerngeschäft durch neue Aktivitäten kompensieren, so sind auch gezielte Akquisitionen im In- und Ausland nötig.

Damit die Post auch in Zukunft Gewinne schreiben kann, optimieren wir seit Jahren unsere Prozesse und senken die Kosten. Auch periodische Preisanpassungen gehören zum Arsenal. So werden wir weiter unser Agenturnetz erweitern: Das spart uns Kosten, und der Kunde profitiert von längeren Öffnungszeiten. Nachdem wir REMA erfolgreich abgeschlossen haben, geht es jetzt darum, auch die der Sortierung vor- und nachgelagerten Prozesse zu optimieren. Ziel ist es, aus den Möglichkeiten der neuen Technologien den bestmöglichen Nutzen zu ziehen und entsprechend unsere Produktionskosten zu senken.

Für die langfristige Entwicklung der Post ist allerdings die Politik mit entscheidend. In diesem Frühjahr erwarten wir die Botschaft für die Totalrevision der Postgesetzgebung, die das Parlament noch dieses Jahr beraten wird. Für uns sind drei Fragen zentral:

- Was werden unsere zukünftigen Aufgaben sein?
- Welche unternehmerischen Freiheiten werden wir erhalten?
- Wie wird die Finanzierung der Grundversorgung sichergestellt?

Seit Jahren bereiten wir uns auf die Liberalisierung vor. Wenn die Rahmenbedingungen stimmen und wir ähnliche Freiheiten haben wie unsere Konkurrenten, können wir die Herausforderungen meistern und uns zugunsten unserer Kunden, unserer Mitarbeitenden, aber auch zugunsten des Eigners im Wettbewerb behaupten.

In einem geöffneten Markt brauchen wir mehr Flexibilität, um die von uns selbst finanzierte Grundversorgung zu erbringen. Es reicht, wenn wir von der Politik einen generell formulierten Beförderungsauftrag erhalten. «Wie» wir diesen Auftrag erfüllen, müssen wir selbst entscheiden können. Ein gesetzlich geregelter Infrastrukturauftrag, wie in der Vorlage vorgesehen, ist aus unternehmerischer Sicht nicht nötig. Wir haben doch ein ureigenstes Interesse an einem modernen Netz postalischer Zugangspunkte, wo wir für unsere Privatkunden erreichbar sind.

Bei der Ausgestaltung dieses Netzes sollen jedoch die Kunden und ihre Nachfrage nach Produkten und Dienstleistungen im Zentrum stehen. Wenn die Post dabei Freiheiten erhält, kann sie auch aussergewöhnliche und innovative Lösungen finden. So sind wir zusammen mit der Schweizerischen Arbeitsgemeinschaft für die Berggebiete neue Wege in der Entwicklung von Bergregionen gegangen: In der Engadiner Gemeinde Ramosch zogen Bäcker, Lebensmittelladen, Post und Tourismusbüro in ein Gebäude und bieten der Bevölkerung weiterhin alle Güter des täglichen Bedarfs.

Wir hoffen auch, dass das Parlament die Zeichen der Zeit erkennt und es PostFinance ermöglicht, in der Schweiz und in Eigenregie Kredite und Hypotheken zu vergeben. In der Finanzkrise hat sich PostFinance als sicher und vertrauenswürdig erwiesen. Inzwischen vertrauen 2,5 Millionen Kundinnen und Kunden dem Finanzinstitut der Schweizerischen Post über 60 Milliarden Franken an. Gelder, die wir aufgrund der bestehenden gesetzlichen Regelung nicht in der Schweiz anlegen dürfen. Das ist nicht nachvollziehbar. Wenn es PostFinance erlaubt wäre, einen Teil ihrer Kundengelder der Schweizer Wirtschaft in Form von Betriebs- und Hypothekarkrediten zugänglich zu machen, würden damit gleich drei Fliegen auf einen Schlag getroffen. Erstens: Wir leisten einen Beitrag zur Stabilität der Schweizer Wirtschaft, namentlich zugunsten von KMU und Privatkunden. Zweitens: Wir verstärken die Quellen zur Finanzierung der Grundversorgung. Und drittens: wir können unsere Retailbankkunden mit allen Finanzdienstleistungen aus einer Hand bedienen.

Vor beinahe neun Jahren, am 1. Juli 2000, trat ich mein Amt als Konzernleiter der Schweizerischen Post an. Seitdem entwickelte sich die Post vor dem Hintergrund einer global tätigen Wirtschaft und der kommenden Liberalisierung vom Staatsbetrieb zum kunden- und leistungsorientierten Unternehmen, vom Monopolbetrieb zum konkurrenzfähigen Branchenführer. Sie nahm in dieser Zeit ihren gesetzlichen Grundversorgungsauftrag weiter in einer hohen Qualität wahr und erzielte Jahr für Jahr positive Ergebnisse.

Wir erstellten in dieser Zeit modernste Paket- und Briefzentren und steigerten damit unsere Effizienz. Ausserdem passte die Post ihr Netz dem Verhalten der Kunden an und schuf neue Zugänge zu ihren Leistungen – etwa über das Internet. Die Bedürfnisse der Kunden gaben den Ausschlag bei der Entwicklung neuer Angebote. In einer Zeit sinkender Briefmengen erschlossen wir neue Geschäftsfelder. Heute drucken wir direkt in unseren Briefzentren für unsere Kunden Rechnungen und Policen aus, verpacken und verschicken sie. Wir unterstützen Geschäftskunden, mit ihren Kunden einen permanenten Dialog zu führen – sei das via klassischen Brief, Fax, E-Mail oder Telefon. Nicht zuletzt ist uns der Schritt aus der Schweiz heraus gelungen. Im benachbarten Ausland betreibt PostAuto Linien, Swiss Post International befördert für Dritte über alle Grenzen hinweg Briefe und der Konzernbereich Strategische Kunden und Lösungen unterstützt international tätige Grossunternehmen beim Druck, beim Versand und bei der Digitalisierung von Dokumenten. Mittlerweile stammt rund ein Fünftel unseres Ertrags aus internationalen Tätigkeiten.

Jetzt wollen wir den innovativen Geist noch besser im Unternehmen verankern. Eine gute Idee soll nicht im Keime erstickt werden, nur weil sich

keine Organisationseinheit für sie zuständig fühlt. Wir haben deshalb einen Innovationsprozess definiert und in der Konzernleitung einen Ausschuss geschaffen, der Projektideen bewertet und finanziert. Jeder an seinem Platz kann Neues schaffen – viele im Kleinen, einige wenige im Grossen. Wenn es uns gelingt, dieses gewaltige Potenzial unserer rund 58 000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter systematischer zu fördern, wird sich das langfristig auszahlen: In bedürfnisgerechten Produkten und somit höheren Erträgen, in Reputation und in Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit.

Wir sind für eine Zukunft in einem härteren Umfeld gerüstet, und ich kann die Geschäfte am 1. April beruhigt und zuversichtlich meinem Nachfolger Michel Kunz übergeben. Ich bin überzeugt, dass die Post mit ihm einen hervorragenden Konzernleiter haben wird, und wünsche ihm viel Erfolg.

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit.