

Die Post

Die Zeitung für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Post

Logistik in Bewegung

Dynamik in einem
wachsenden Markt.

Gesamtlösungen für
unsere Kunden.

PostLogistics: eine
Marke, eine Kultur.



DIE POST 

Liebe Leserin, lieber Leser



Wer den Verkehr auf Autobahnen und Hauptstrassen beobachtet, dem fällt unweigerlich auf: Immer mehr Transportunternehmen tragen in ihren Firmenanschriften den Zusatzbegriff «Logistik». Ein untrügliches Zeichen dafür,

dass sich der Markt für Logistikleistungen sehr dynamisch entwickelt. Vielleicht ist Ihnen, liebe Leserinnen und Leser, auch schon aufgefallen, dass die Lastwagenflotte in der Schweiz immer mehr mit gelben «Farbtupfern» aufgelockert wird. Ich meine die grossen Anhängerzüge und Sattelschlepper, die die Marke PostLogistics durchs ganze Land tragen. Für die Kunden ist das ein sichtbares Zeichen, dass bei der Post nicht «nur» die Fahrzeuge in Bewegung sind. In schier schwindelerregendem Tempo ist aus vertrauten Geschäftseinheiten und Produktbezeichnungen wie PaketPost, ExpressPost AG und Setz Gütertransport AG der alles umfassende Bereich PostLogistics entstanden.

Hat sich der Veränderungsprozess nicht nur auf der organisatorischen Ebene vollzogen? Ist der damit verbundene Kulturwandel bis zu den Mitarbeitenden an der Basis, bis zum Paketboten, Kurierfahrer, Logistiker oder LKW-Fahrer vorge drungen?, wollten wir wissen. «Noch nicht überall», berichtete mir der Leiter einer Distributionsbasis. Und dennoch: Viele seiner Mitarbeitenden fänden sich erstaunlich rasch mit neuen Tätigkeitsfeldern oder andern Arbeitsplätzen zurecht. Eine Schlussfolgerung, die wir auch aus andern Umfragen ziehen können. Und dies, obschon die Mitarbeitenden in wenigen Jahren mehrere Neuorganisationen erlebt haben.

Auf den Seiten 10 bis 13 wollen wir Ihnen den Wandel vom Pakettransporteur zum Partner von Gesamtlösungen aus einer Hand näher aufzeigen. PostLogistics stellt sich einem dynamischen Markt mit Erfolg und ist heute in der Lage, dank ihrer Mitarbeitenden sämtliche logistischen Leistungen in hoher Qualität anzubieten. Das anerkennen immer mehr Kunden.

Hans-Ulrich Friedli
Redaktor

Titelbild: Caspar Martig



Aktuell

- 4 **Volg «kilt» keine Poststellen.** Die Post unterhält künftig Agenturen in Volg-Läden. Volg-Verkaufschef Kurt Wicki nimmt Stellung.
- 5 **Sozialplan Ymago: Verhandlungen erfolgreich abgeschlossen.** Die Post und die Gewerkschaften sehen im Sozialplan Ymago grosszügige Beschäftigungs- und Lohngarantien vor.
- 6 **Gegner der Liberalisierung in Europa formieren sich.** Die EU-Kommission möchte den Briefmarkt 2009 – Deutschland schon im Jahr 2008 – völlig liberalisieren. Doch die Widerstände nehmen zu.



Hintergrund

- 10 **Mit einer Gesamtpalette den Logistikmarkt erobern.** In einem vierseitigen Dossier erläutern wir die Rolle von PostLogistics im hart umkämpften Logistikmarkt.
- 13 **Herausforderung Wandel.** PostLogistics hat eine intensive Zeit der Veränderungen hinter sich, die auch Verunsicherungen auslöste. Geschäftsleitung und Mitarbeitende äussern sich dazu.
- 14 **«Man muss die Vision leben, um sie zu verwirklichen»?** 55,5 Prozent der Mitarbeitenden kennen die Kernwerte der Vision Post gut. Ein Interview mit Martin Soederberg, Leiter Strategie Konzernentwicklung.

Leute

- 17 **Über 1000 Vornamen: für Patrice kein Problem.** SV-Mitarbeiterin Patrice Dussort kennt ihre Gäste im Personalrestaurant der Berner Schönburg alle mit Vornamen.
- 18 **«Move-it» – Ein Zusteller erzählt.** Bei PostMail beginnt die Einführung des neuen Arbeitszeitmodells. Pascal Kaltenrieder aus Payerne schildert in einer Tagebuchserie seine ersten Eindrücke.
- 19 **In Form bleiben mit Yoga.** Im Rahmen des Projekts «Fit» bietet die Post ihrem Personal verschiedene Möglichkeiten, sich in Form zu halten. Mit Yoga können sich Mitarbeitende am Hauptsitz entspannen.

Services

- 25 **Ausbildungsoffensive bei Poststellen und Verkauf.** Mit dem Projekt ESCOLA will Poststellen und Verkauf (PV) seine Mitarbeitenden gezielt weiterbilden und ihre Führungskompetenz erhöhen.
- 30 **Veranstaltungsagenda.** Wer sich über sportliche und kulturelle Anlässe rund um die Post sowie Publikumsmessen informieren will, konsultiert die Seite 30.
- 31 **«Eulers Theorien sind heute noch aktuell»,** sagt Martin Müller, Sekretär des Euler-Archivs Basel, zum Jubiläumsjahr von Leonhard Euler. Die Schweizerische Post ehrt Euler mit einer Briefmarke.

136 neue Stellen bei PostFinance

PostFinance ist auch im letzten Jahr kräftig gewachsen. Das Finanzinstitut der Schweizerischen Post schuf insgesamt 136 Vollzeitstellen. Der Personalbestand bei PostFinance wuchs damit auf durchschnittlich 2526 an. Ein Ende des Wachstums ist nicht abzusehen: 2007 sind 233 weitere Stellen geplant. Grund dafür ist ein Ausbau des Services für Privatkunden und Kleinunternehmen. Auch bei den Finanzkennzahlen gab es 2006 gegenüber dem Vorjahr eine Steigerung. So nahmen die Kundengelder um über zweieinhalb Milliarden Franken zu und betragen nun 40,6 Milliarden Franken. Die Hypothekarkredite stiegen um satte 26 Prozent. Ende 2006 führte PostFinance 3,15 Millionen Konten, was einer Zunahme von 146 000 entspricht. 761 000 Personen (ein Plus von 89 000) zählen zudem mittlerweile auf die Dienste von yellownet. Insgesamt wickelte PostFinance im vergangenen Jahr über 803 Millionen Transaktionen ab. (pm)

Mit der Postcard ins E-Finance yellownet

Die E-Finance-Plattform yellownet erhält ab März einen neuen Einstieg. Die zwei ersten Sicherheitselemente, die yellownet-Nummer und das Passwort, bleiben unverändert. Neu dazu kommen ein Lesegerät und eine neue Postcard mit Identifikationsfunktion. Statt wie bis anhin eine der hun-



dert Streichlistennummern der Access Card einzutippen, steckt man die Postcard in das Lesegerät. Die anschliessend berechnete, einmalige Zahlenkombination ist der Schlüssel fürs E-Finance. Die Zahlenkombination ist nur für eine kurze Zeit gültig. «Das neue Login ist einfach und erfüllt die höchsten Sicherheitsstandards», sagt Thomas Dinkel, Projektleiter der neuen Identifikation «PostFinance ID». Für den neuen Identifikationsvorgang braucht es eine neue Postcard. Sie ist moderner gestaltet und heisst jetzt PostFinance-Karte Direct. Alle Kunden erhalten zwischen März und Juni 2007 kostenlos die PostFinance-Karte mit dem Lesegerät zugestellt. (rr)

Volg «küllt» keine Poststellen»

Post und Volg sind eine strategische Partnerschaft für künftige Postagenturen eingegangen. Kurt Wicki, Verkaufschef von Volg, äussert sich zu den Hintergründen.

Interview: Pascal Lorenzini / Bild: zVg

Bereits im Rahmen von Ymago war Volg einer der Pilot-Partner der Post. Unsere Dienstleistungen hielten im Dorfladen Einzug. Die positiven Erfahrungen auf beiden Seiten führten zur Überzeugung, die gute Zusammenarbeit auch künftig aufrecht zu erhalten. Mit dem jetzt abgeschlossenen Rahmenvertrag wird eine strategische Partnerschaft besiegelt. Sie erleichtert die Umsetzung künftiger Agenturen. Die Gesamtzahl bleibt hingegen konstant.

Herr Wicki, warum wird Volg plötzlich «gelb»?

Keine Angst, wir machen der Post nicht ihren Platz streitig. Und so plötzlich kam die nun vorliegende Vereinbarung auch nicht. Volg ging bereits vor langer Zeit erste Partnerschaften mit der Post ein – nicht erst seit Ymago. Dabei gab es ebenso Schalter, die von unserem Personal betreut wurden wie Poststellen, die im Laden integriert aber von Post-Mitarbeitenden bedient wurden.

Aber erst mit Ymago wurde die Partnerschaft breiter bekannt...

...auf alle Fälle wurde sie systematischer aufgegleist. Während früher jede Zusammenarbeit individuell geregelt wurde, konnten wir auf die Initiative der Post hin mit Ymago ein zentralisiertes Vorgehen einschlagen.

Macht das längerfristig Sinn? Die örtlichen Gegebenheiten sind ja sicher sehr individuell.

Bei der konkreten Umsetzung liegt die Verantwortung weiterhin beim einzelnen Ladenbetreiber. Mit dem Rahmenvertrag verfügen wir nun aber über eine standardisierte Basis der Zusammenarbeit für alle Fälle. Diese ermöglicht auch die Delegation an die Basis.

Passt die Post überhaupt zu Volg?

Davon bin ich überzeugt! Wir betreiben beide ein ähnliches Geschäft und unterhalten ein brei-



Kurt Wicki, Verkaufschef von Volg: «Das Image steht im Vordergrund. Wir reden nicht nur, wir handeln – genauso wie die Post.»

tes Verteilernetz mit Kontaktstellen bis in die hintersten Winkel unseres Landes, von denen die Grossverteiler schon lange ihre Finger lassen.

Gehen Sie auf die Post zu und erklären ihr, wo Volg gerne eine Postagentur betreiben würde?

Nein, auf keinen Fall: Wir «killen» keine Poststellen. Unser Kerngeschäft bleibt der Verkauf von Salat und Hörnli.

Präziser?

Wir teilen der Post jeweils mit, wenn wir an einem Standort Umbaupläne haben. Dann ist es an der Post zu entscheiden, ob Sie Interesse hat, mit uns über eine Zusammenarbeit zu diskutieren. Auch der Dialog mit Gemeinden und der Öffentlichkeit wird ausschliesslich von der Post geführt.

Und was schaut für Volg unter dem Strich raus?

Ich gehe davon aus, dass wir an Orten mit einer Postagentur zwar Leute in unseren Laden bringen, die wir sonst nicht hätten. Mehr als einen Deckungsbeitrag erwirtschaften wir kaum. Aber das Image steht im Vordergrund. Volg redet nicht nur über Nähe und Dienstleistungen. Wir handeln – genauso wie die Post. Das misst man nicht ausschliesslich in Franken und Rappen.

Der Sozialplan zu Ymago steht

Die Post und die Gewerkschaften Kommunikation und transfair haben sich auf einen Sozialplan für die Umsetzung des Projekts Ymago geeinigt. Dieser sieht grosszügige Beschäftigungs- und Lohngarantien für betroffene Mitarbeitende vor.

Text: Michael Wiget / Bild: Michel Jaussi

Die Verhandlungsdelegationen der Schweizerischen Post und der Gewerkschaften Kommunikation und transfair konnten sich bereits Mitte Dezember 2006 auf die Grundsätze eines Sozialplans für Ymago einigen. Dieser ermöglicht es der Post, das Projekt Ymago sozialverantwortlich umzusetzen, indem er die Auswirkungen der internen Reorganisation auf die betroffenen Mitarbeitenden abfedert: Poststellenleitende im Alter von 55 Jahren und mehr erhalten eine Nominallohn- und Beschäftigungsgarantie bis zum Pensionsalter. Die Nominallöhne der übrigen Poststellenleitenden werden abgestuft nach Dienst- und Lebensalter bis maximal Mitte 2011 garantiert. Die Verhandlungsergebnisse regeln zudem die Einreihung der neu geschaffenen Leitungsfunktionen in den Haupt- und Zweigpoststellen.

Ziel von Ymago ist es, das Poststellennetz wirtschaftlicher und kundenorientiert zu

gestalten. Dafür will die Post bis Ende 2008 rund 200 Agenturen realisieren und ihr Netz in Haupt- und Zweigpoststellen neu organisieren. Dank der internen Reorganisation rechnet die Post mit einer jährlich wiederkehrenden Ergebnisverbesserung von 50 Millionen Franken. Innerhalb von zwei Jahren baut die Post voraussichtlich 400 bis 500 Stellen ab. Sie geht zum heutigen Zeitpunkt davon aus, dass sie dies ohne Kündigungen aus wirtschaftlichen Gründen oder einseitig von der Post verordnete Reduktionen der Beschäftigungsgrade realisieren kann. Die notwendigen Einsparungen werden über die natürliche Fluktuation und ein von der Post ausgestaltetes Anreizsystem erreicht. Um interne Stellenwechsel zu erleichtern, werden die im Gesamtarbeitsvertrag (GAV) festgelegten Zumutbarkeitskriterien flexibilisiert. Die Post verpflichtet sich zudem, ein Ausbildungskonzept speziell für das Poststellenpersonal zu entwickeln. Gezielte Qualifizierungsmassnahmen eröffnen den Mitarbeitenden neue berufliche Perspektiven und erhöhen damit ihre Chancen auf dem Arbeitsmarkt.

Nächster Schritt

Der vereinbarte Sozialplan tritt nach Ratifizierung durch die Konzernleitung der Post und die Entscheidungsgremien der Gewerkschaften in Kraft. Dies dürfte voraussichtlich Mitte März 2007 der Fall sein. Als nächster Schritt in der organisatorischen Umsetzung von Ymago werden die vakanten Stellen in den Haupt- und Zweigpoststellen Ende März ausgeschrieben.



Der Sozialplan zu Ymago sieht grosszügige Beschäftigungs- und Lohngarantien für die betroffenen Mitarbeitenden vor.

Eine Banknote auf einem Brief



Der erste Philatelie-Ausgabetag im neuen Jahr steht kurz bevor. Ein Blickfang wird dabei eine Sondermarke zum 100-Jahr-Jubiläum der Schweizerischen Nationalbank sein. Die 1-Franken-Briefmarke erscheint im Format einer Hunderternote und sieht dieser täuschend ähnlich. Dazu erscheint auch eine 85-Rappen-Marke, die ebenfalls notenähnliche Züge aufweist.

Der Vorbezug aller Marken dieser Ausgabe – wie auch die Marken mit dem Berner Sennenhund oder die Serie «Sagenhafte Schweiz» – startet am 27. Februar 2007 an allen Philateliestellen sowie unter www.post.ch/philashop. Gültig sind die Marken dann ab dem 6. März 2007. (pm)

Volltanken bei den Tanksäulen der Post



Die Post besitzt ein eigenes Tankstellennetz in der Schweiz. Dies erlaubt ihr, ihre 20 000 Fahrzeuge, die täglich im Einsatz sind, überall zu versorgen und in Ausnahmesituationen einen raschen Service zu garantieren. Rund 50 dieser Tankstellen stehen auch den Postmitarbeitenden zur Verfügung, die mit einer Postcard ausgerüstet sind.

Die Liste der betreffenden Tankstellen ist ersichtlich im Intranet der Post unter Verzeichnisse > Tanken bei der Post.

(lw)

Neuer SPI-Chef in Österreich



Der 39-jährige Alois Faninger hat Anfang Jahr die Geschäftsführung von Swiss Post International Austria in Wien übernommen. Der Sales- und Marketingexperte will vor allem die zwei Standbeine der österreichischen Konzerngesellschaft weiter ausbauen.

Zum einen das moderne Fulfilment Center in Bregenz, das Komplettlösungen für die Tourismus-Branche anbietet. Und zum anderen die Schlüsselposition von SPI Austria für die zukunftssträchtigen Märkte Deutschland und Osteuropa. Faninger, der im Postgeschäft gross geworden ist, arbeitete bisher bei der Deutschen Post Global Mail (Austria). Als Mann der ersten Stunde war er massgeblich am erfolgreichen Aufbau der Firma beteiligt. (CC SPI)

International AddressGuide erscheint neu

Die bewährte Planungshilfe für Direct Marketing-Aktionen, der International AddressGuide von Swiss Post International (SPI), erscheint dieses Frühjahr neu. Zuverlässig und schnell lassen sich die wichtigsten Daten zu den Adressmärkten in 22 Ländern sowie Informationen über 600 Adressanbieter abrufen.

Mehrwert für die Kunden

Mit dem International AddressGuide unterstützt SPI ihre Kunden beim Erschliessen von neuen Märkten und dem Gewinnen von neuen Kunden per Werbebrief. «Wir entwickeln ständig zusätzliche Leistungen für unsere Kunden, um ihnen einen Mehrwert zu bieten», sagt Bernard Germanier, Leiter Marketing Mail International bei SPI. «So können wir uns weiter vom Wettbewerb abgrenzen und zusätzliches Geschäft für die Schweizerische Post generieren.» Neu wird der International AddressGuide auch online verfügbar sein. (CC SPI)

Gegner der Liberalisierung in Europa formieren sich

Die EU-Kommission möchte den Briefmarkt in der ganzen EU auf das Jahr 2009 komplett liberalisieren. Der deutsche Briefmarkt soll bereits ein Jahr früher geöffnet werden. An beiden Meilensteinen wird seit Anfang Jahr bereits heftig gerüttelt.

Text: Michael Wiget / Bild: Keystone

Frankreich gilt seit Langem als einer der härtesten Gegner einer raschen Liberalisierung des Briefmarktes in der EU. Man werde den eigenen Briefmarkt nur dann für den Wettbewerb freigeben, wenn eine ausreichende Finanzierung der Grundversorgung mit Postdiensten garantiert sei, heisst es aus Frankreich. Die französischen Liberalisierungsgegner erhalten Unterstützung aus verschiedenen südlichen EU-Staaten. Und auch aus Belgien kommt Support: Die Infrastruktur-Kommission des Parlaments hat sich einstimmig gegen den Vorschlag der EU-Kommission ausgesprochen.

Vizekanzler Müntefering warnt

Nun wächst auch in Deutschland der Widerstand gegenüber einer raschen Öffnung. Der ursprüngliche Plan der Bundesregierung für eine Öffnung des deutschen Briefmarktes auf 2008 gerät ins Wanken. Kanzlerin Angela Merkel unterstützt zwar den Entscheid der EU-Kommission, liess aber kürzlich in einer Rede ein konkretes Datum für die Öffnung im eigenen Land offen. Vizekanzler Franz Müntefering von der SPD warnte gar davor, dass die Rahmenbedingungen für eine faire Öffnung des deutschen Postmarktes noch nicht gegeben seien.

Die Deutsche Post selbst sieht ihren lukrativen Markt in Gefahr und pocht auf eine gleichzeitige Öffnung aller

Postmärkte in der EU. Wettbewerber aus EU-Ländern, die am Briefmonopol festhalten, würden ihre heimischen Gewinne nutzen, um auf den deutschen Markt vorzudringen, argumentiert die Deutsche Post.

Auch die deutsche Grossgewerkschaft Verdi hat ihren Widerstand gegen eine Marktöffnung ohne vorgängige Regelung der arbeitsrechtlichen Anforderungen angekündigt. Vor einer weiteren Liberalisierung müssten branchenübliche Arbeitsbedingungen etabliert und eingehalten werden, fordern Gewerkschaftsvertreter.

In der Schweiz sollen weitere Marktöffnungsschritte in der neuen Postgesetzgebung festgelegt werden. Die zuständige Arbeitsgruppe des Bundes wird bis zur zweiten Hälfte 2007 einen ersten Entwurf ausarbeiten.

Die Deutsche Post pocht auf eine gleichzeitige Öffnung aller Postmärkte in der EU.



Die Personalgutscheine 2007 sind bald da

Gute Neuigkeiten: Wie gewohnt erhalten die Mitarbeitenden der Post Anfang März ihre Personalgutscheine (acht Gutscheine à 50 Franken für Angestellte mit einem Beschäftigungsgrad von mindestens 50 Prozent, vier Gutscheine bei einem tieferen Beschäftigungsgrad). Die Gutscheine werden jedoch nur an Angestellte, die dem Gesamtarbeitsvertrag Post unterstehen, und an die Mitarbeitenden von bestimmten Konzerngesellschaften abgegeben, sofern sie am 1. Februar 2007 bei der Post angestellt waren.



Gutscheine vielfältig verwendbar

Die Gutscheine gelten bis Ende dieses Jahres und können wie folgt eingesetzt werden: Bezug von Produkten in den Poststellen (Informatikprodukte, Briefmarken usw.), Erwerb von Produkten von PF (Fonds, Lebensversicherung usw.) oder Postautofahrten. Die vollständige Liste der verfügbaren Produkte und Leistungen finden Sie in der Broschüre «Personalgutscheine», die mit den Gutscheinen versandt wird.

Reka-Card: Jahresbeitrag

Im letzten Jahr erhielten alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Post eine Reka-Card mit einem Guthaben von 100 oder 200 Franken. Der Jahresbeitrag wurde von der Post übernommen. In diesem Jahr (ab Juni 2007) muss das Personal diese Gebühr von 12 Franken pro Jahr selbst entrichten. Dieser Betrag wird im Mai automatisch vom Guthaben auf der Reka-Card abgebogen. Gut zu wissen, dass das Guthaben auf der Reka-Card nicht verfällt. Man muss also nicht befürchten, dass das ursprüngliche Guthaben verloren geht. Anfang März erhalten die Mitarbeitenden – zusammen mit den Personalgutscheinen – ein Schreiben, in dem erläutert wird, wie man vorzugehen hat, um die Reka-Card zu behalten oder zurückzugeben.

Die Gutscheine können auch in Reka-Checks umgetauscht oder für das Guthaben auf der Reka-Card verwendet werden. In diesem Fall beträgt ihr Wert «nur» 40 Franken. Weshalb «verliert» man dabei zehn Franken? Oscar Oppliger vom Bereich Personal erklärt dies wie folgt: «Wir wollen in erster Linie den Eintausch der Gutscheine gegen Produkte der Post fördern. Deshalb ist ihr Wert etwas tiefer, wenn sie für die Angebote der Reka verwendet werden, die ein externes Unternehmen ist.»

Keine Deklaration auf der Steuererklärung

Die Personalgutscheine werden sehr geschätzt. Im Jahr 2006 wurden 96,7 Prozent der Gutscheine des aktiven Personals (und 79,2 Prozent der Gutscheine der Pensionierten) eingelöst. 78,2 Prozent der Gutscheine wurden für den Bezug von Produkten von Poststellen und Verkauf (PV) eingesetzt, 12 Prozent für Reka-Checks, 4,2 Prozent für Dienstleistungen von PostAuto und 3,6 Prozent für Leistungen von PostFinance. Die Personalgutscheine werden auf dem Lohnausweis nicht aufgeführt und müssen somit in der Steuererklärung nicht angegeben werden. *Emmanuelle Brossin*

→ Weitere Informationen finden Sie in der Broschüre **Personalgutscheine** und im **Intranet unter Personal (Lohn und Nebenleistungen)**.

Kein Teuerungsausgleich auf den Renten

Die Pensionskasse Post zahlt für das laufende Jahr erneut keinen Teuerungsausgleich auf den Renten aus. Diesen Entscheid hat der paritätisch zusammengesetzte Stiftungsrat nach langen Beratungen gefällt.

Geld für Aufbau von Reserven verwenden

Er begründete seinen Entscheid mit dem Aufbau von Schwankungsreserven. Dieser

gehe gemäss dem Reglement der Pensionskasse vor. Bereits in den beiden letzten Jahren wurde kein Teuerungsausgleich gewährt.

Es mache auf lange Sicht mehr Sinn und gebe den Rentnerinnen und Rentnern mehr Sicherheit, wenn das Geld in den Aufbau von Reserven für schlechte Börsenjahre investiert werde, statt es einfach auszuzahlen. *(mw)*

Presseschau

PostFinance bei Günstigsten

Wer von seiner Bank die Jahresendabrechnung erhält, stellt ernüchtert fest: Die Kosten für die Kontoführung fressen die mageren Zinsen bei Weitem auf. Das bestätigt der Bankkonti-Vergleich des Konsumentenmagazins «Saldo» bei 15 Banken. (...) Bei allen bleibt unter dem Strich ein Negativsaldo. Welches Konto das günstigste ist, hängt von verschiedenen Ausgangslagen ab. Nicht alle Kunden nutzen ihr Konto gleich. Saldo hat beim Vergleich drei unterschiedliche Musterkonten für die Kundengruppe der Älteren, der Wohlhabenden und der Normalverdiener erstellt. Eindeutiges Resultat: Überall liegen PostFinance und die Regiobanken mit ihren Konditionen vor den Gross- und Kantonalbanken. *(Saldo, 23.01.07)*

Poststellensterben in GB

Mehr als 2500 Postämter sind von der Regierung Blair schon geschlossen worden. Nun sollen ihnen noch einmal so viele folgen. Insgesamt, glaubt die Regierung, brauche das Königreich bis Ende 2008 höchstens noch 11 800 eigenständige oder mit kleinen Läden kombinierte Poststellen. Das wären weniger als die Hälfte der 25 000 Postämter, die Grossbritannien in den Fünfzigerjahren hatte. Der Siegeszug des E-Mails hat das traditionelle Briefgeschäft des Staatsbetriebs hart getroffen. Seit dem Ende des Postmonopols sind der Royal Mail zudem lukrative Aufträge verloren gegangen. DHL, TNT Post und Business Post haben sich schon mehr als ein Zehntel der Briefpost der Insel unter den Nagel gerissen. (...) *(TA, 20.01.07)*

PostFinance nach Kriens

Mitte 2007 räumt PostFinance ihren bisherigen Standort beim Luzerner Bahnhof. Um der Universität Platz zu machen, zieht das Finanzinstitut der Post nach Kriens ins Schappe-Center. In einem Teil der leer stehenden Büroräume der Winterthur-Versicherung richtet PostFinance 90 Arbeitsplätze ein. 20 Arbeitsplätze werden 2008 ins neue Rechenzentrum nach Zofingen verlegt. (...) «Der Zuzug von PostFinance ist für Kriens ein willkommener wirtschaftlicher Impuls und basiert auf einem Tipp eines Krienser Bürgers an unsere Wirtschaftsförderung», freut sich Bruno Peter, Gemeindeammann in Kriens. (...) PF-Sprecher Andrey: «Das Angebot aus Kriens hat uns überzeugt.» Entscheidend gewesen seien der finanzielle Aspekt, die Fläche und die Erreichbarkeit. *(NLZ, 09.02.07)*

PostAuto setzt aufs Posthorn



PostAuto
DIE POST+

Seit Jahrzehnten ist das Postauto nicht nur mit dem bekannten Dreiklang, sondern auch eng mit dem Posthorn verbunden. Seit Anfang 2007 setzt PostAuto Schweiz AG das Posthorn als sekundäres Gestaltungselement ein. Nachdem das Horn bereits seit Jahren auf den Fahrzeugen prangt, wird es nun auf allen visuellen Elementen präsent sein. Geplant ist, das Posthorn beispielsweise auch im Internet, auf der Haltestellen-Infrastruktur oder auf Broschüren und Plakaten einzusetzen – immer in Verbindung mit dem bewährten PostAuto-Logo. Auch auf den Uniformen des Fahrpersonals soll neu das Posthorn, das übrigens ein markenrechtlich geschütztes Symbol der Schweizerischen Post ist, aufgestickt werden. (pm)

Neues Learning Management System

Das Learning Management System (LMS) der Post hat ein neues Gesicht und neue Funktionen erhalten. Verbessert wurden vor allem die Fakturierung, der Genehmigungsprozess und das E-Learning. Zudem kann das LMS neu auch via Internet und damit von zu Hause aus aufgerufen werden. Die Rubrik «Erste Schritte» soll den Einstieg erleichtern. «Mit der Weiterentwicklung des LMS werden wir den steigenden Nutzerbedürfnissen gerecht», ist Projektleiter Thomas Meier überzeugt. Mehr Infos auf Intranet (Personal/Weiterbildung/LMS) oder auf Internet (<http://lms.extranet.post.ch>). (red)

Sales Award – Favoriten nominiert

Die Post kürt die besten Verkaufslösungen 2006 im kommenden Mai mit dem SalesAward'06. Das Fachkomitee Verkauf hat hierzu 13 Lösungen nominiert. In den vier Kategorien «Poststellen und Verkauf – KMU», «Retail Accounts», «Business Accounts» und «Strategic und Key Accounts» hatten sich insgesamt über 30 innovative Teams mit kundenorientierten Lösungsansätzen zur Wahl gestellt. Die Personalzeitung wird die 13 nominierten Fälle in einer Beilage zur März-Ausgabe vorstellen. Die Bekanntgabe der Gewinner inklusive Preisverleihung ist im Mai vorgesehen. (mf)

In der Schweiz steigt

Weniger als 500 Tage vor Beginn der UEFA-Fussball-Europameisterschaft und – was noch wichtiger ist – nur noch wenige Tage vor dem Verkauf der Tickets laufen die Vorbereitungen auf Hochtouren.

Text: Claudia Grasso / Bild: Keystone

Die Schweiz und Österreich befinden sich bereits wieder im Fussballfieber, und das, obwohl die Weltmeisterschaft des vergangenen Sommers allen noch lebhaft in Erinnerung ist. Mit der

Auslosung der Qualifikationsgruppen für die EM im letzten Jahr wurde offiziell der «Anpfiff» gegeben. Die Schweiz und Österreich sind als Gastgeberländer automatisch qualifiziert. Die



Trix und Flix heissen die beiden Maskottchen der UEFA für die «Euro 2008» in der Schweiz und Österreich.

Laufzeiten: Post ist sehr schnell

Die Schweizerische Post erhält auch dieses Jahr Bestnoten für Ihre Zustellqualität. Sie verarbeitete im letzten Jahr rund 2,8 Milliarden Briefsendungen und rund 100 Millionen Pakete – und das in gewohnt zuverlässiger und hoher Qualität. Das zeigen unabhängige Laufzeitmessungen. 2006 trafen 98,0 Prozent der A-Briefe und 98,3 Prozent der B-Briefe rechtzeitig beim Empfänger ein. Das sind, wie in den Jahren zuvor, Spitzenwerte. Für die Laufzeitmessung von Inlandbriefen werden jährlich über 100 000 A-Post und B-Post-Briefe in der Schweiz verschickt. Die Messung wird vom Marktforschungsinstitut IHA GfK durchgeführt. Auch bei den Laufzeiten der Pakete belegt die

Post einen Spitzenplatz. 97,3 Prozent aller PostPac-Priority-Pakete (Zustellung am folgenden Werktag) kamen letztes Jahr rechtzeitig beim Empfänger an. Beim PostPac Economy (Zustellung am übernächsten Werktag) liegt der Wert bei 97,6 Prozent. Für die Messung der Paketlaufzeiten werden monatlich zufällige Stichproben ausgewertet. Die Laufzeitmessungen der Pakete werden durch eine unabhängige Stelle überwacht.

Im internationalen Briefversand, wo die Schweizerische Post ebenfalls seit Jahren zu den schnellsten und zuverlässigsten Postunternehmern gehört, werden die Werte voraussichtlich erst im April publiziert. (red)

Laufzeiten Briefe und Pakete

| | | | | |
|--------------|--------------|--------------|------------------------|-----------------------|
| 2006: | A-Post 98,0% | B-Post 98,3% | PostPac-Priority 97,3% | PostPac Economy 97,6% |
| 2005: | A-Post 97,7% | B-Post 98,2% | PostPac Priority 97,4% | PostPac Economy 97,7% |
| 2004: | A-Post 97,4% | B-Post 97,4% | PostPac Priority 95,8% | PostPac Economy 97,7% |

das Fussballfieber

anderen 50 Nationalmannschaften wurden in sieben Gruppen eingeteilt. Für die Endrunde, die am 7. Juni 2008 beginnt, sind jeweils nur die Mannschaften auf dem ersten und zweiten Platz ihrer Qualifikationsgruppe qualifiziert. Der Final wird am 29. Juni 2008 im Ernst-Happel-Stadion in Wien ausgetragen. Eine Veranstaltung, die Millionen von Fussballfans anzieht, darf nicht auf die leichte Schulter genommen werden. Daher werden für die Fans Public-Viewing-Zonen mit Grossleinwänden eingerichtet. Die UEFA wird die Austragungsorte (in der Schweiz: Basel, Bern, Genf und Zürich) unter anderem auch bei der Organisation der Sicherheitsvorkehrungen finanziell unterstützen, deren Kosten wegen Gewaltfällen stetig steigen. Kürzlich hat die Stadt Zürich bekanntgegeben, 18 Millionen Franken für Marketingmassnahmen, Sicherheitsvorkehrungen sowie für die Organisation kleinerer Veranstaltungen bereitzustellen.

Der Verkauf der Tickets beginnt am 1. März 2007. Da die Schweizerische Post nicht offizielle Sponsorin der EM ist, kann sie ihren Mitarbeitenden keine Tickets zur Verfügung stellen. Interessierte können Tickets ab Anfang März auf dem regulären Weg erwerben, d. h. auf dem Internetportal der Europameisterschaft (www.euro2008.com). Die

Philatelie



Die Philatelisten haben es bereits bemerkt. Beim Vergleich der dritten Sondermarke der Viererblock-Serie zur Fussball-Europameisterschaft 2008 mit den schon herausgegebenen Sondermarken fällt auf, dass die drei Briefmarken drei Viertel des schwarz-weißen Fussballs darstellen. Die erste und zweite Sondermarke sind dem Behindertenfussball bzw. dem

Juniorenfussball gewidmet. Der Verkauf der dritten Briefmarke der Serie, die dem Frauenfussball gewidmet ist, beginnt am 6. März 2007. Die von Pierre Helvestra gestaltete letzte Marke erscheint 2008 und hat den Männerfussball zum Sujet. Mit dieser letzten Marke wird sich der Viererblock zu einem ganzen Fussball vereinen.

Preise wurden noch nicht bekanntgegeben. Mit dem bevorstehenden Ansturm auf die Tickets verheisst die EM, ein Spektakel zu werden, das dem Slogan «Erlebe Emotionen» alle Ehre machen wird!

Produkt des Monats

YellowMap

Auch für KMU ohne Informatikabteilung ist YellowMap eine benutzerfreundliche Software. Mit dieser Software werden verschiedenste Unternehmensdaten mit externen Daten kombiniert, um Auswertungen in Kartenform übersichtlich und verständlich zu präsentieren. Nützlich erweist sich die Software insbesondere bei der Entscheidungsfindung dank ganzheitlicher Optik: Die Postleitzahlen von Kundenadressen ergeben beispielsweise mit den Umsatzzahlen der eigenen Firma oder mit soziodemografischen Daten eine farbige Karte, die genau aufzeigt, wo die Schwerpunkte liegen, beziehungsweise wo Entwicklungspotenzial vorhanden ist. So können zum Beispiel anschauliche Grafiken den Geschäftsbericht erläutern oder Mailings gezielter geplant und Streuverluste minimiert werden.



Entwickelt wurde YellowMap vom Kompetenzzentrum GIS (Geografische Informationssysteme) der Post in Zusammenarbeit mit der Fachhochschule Nordwestschweiz (siehe auch Seite 22). Erhältlich ist das für KMU entwickelte Produkt direkt beim Kompetenzzentrum GIS. Preis: CHF 2850.- + MWSt. (Vollversion).

(ch)

→ Für Demoversion und weitere Informationen:

www.post.ch/gis oder Claudia Bischof,
Tel. 022 739 25 84 oder E-Mail an gis@post.ch

Pot-au-feu

Keine Postadresse für Obdachlose

Ein japanischer Obdachloser darf nach einem Gerichtsurteil nicht länger einen öffentlichen Park als seine Wohnanschrift angeben. Damit revidierte ein Gericht in Osaka ein Urteil aus erster Instanz, das Yuji Yamauchi erlaubt, die Post an sein Zelt in Osaka zustellen zu lassen. Dort lebt der 56-Jährige seit 2000. Das Zelt bestehe nur aus Holzstücken und einer Plane, zitierte Kyodo aus dem Urteil. Es könne zu leicht an einem andern Ort wieder aufgebaut werden. Zudem sei es gesetzlich verboten, einen Park als Adresse anzugeben. Auch fürchten die Behörden, dass das Urteil Obdachlose ermutigen könnte, in Parks zu ziehen. Yamauchi plant, das Urteil vor dem obersten Gericht anzufechten. Eine Studie der Regierung hatte 2003 ergeben, dass es in Japan mehr als 25 000 Obdachlose gibt. Mehr als 40 Prozent von ihnen leben in Parks. (sda)

Lebenswerk gerettet

Lange musste der berühmteste Clown der Schweiz und Gestalter einer Briefmarke um sein Lebenswerk zittern. Jetzt ist Dimitris Theaterschule in Verscio TI gerettet. Die Schule erhält vom Bund 200 000 Franken Soforthilfe. Der Schulbetrieb war seit seiner Gründung 1975 defizitär. Diverse Umbauten sprengten das Budget endgültig. Dimitri: «Mir fällt ein Stein vom Herzen. Ich wusste immer: Wir sind resistentes Unkraut, und das verdirbt nicht so schnell.» (SoBli)

Leichtteile per Post

Chinas Polizei hat einer Zeitung zufolge ein Paar unter dem Vorwurf festgenommen, einen Mann getötet und seine Leichtteile per Post in drei Städte verschickt zu haben. Bei dem Fall soll es sich um einen Mord aus Liebe handeln, berichtete «China Daily». Das Paar – eine Prostituierte und ein Mitarbeiter einer Spedition – habe den 50-Jährigen wohl getötet, weil er sich mit ihr getroffen habe. Anfang Januar hätten Mitarbeiter einer Transportfirma in Qingdao dann eine Kiste bemerkt, aus der Blut lief. Darin habe sich ein männlicher Torso befunden. In Peking und Jiangyin fand die Polizei dem Blatt zufolge später Kopf und Arme des Opfers. Überwachungskameras in Guangzhou hielten fest, wie ein Paar die Pakete aufgegeben habe. Als Absender gaben sie «Song Deyuan» an, wörtlich «weit weg geschickt».

(www.tirol.com)

Mit einer Gesamtpalette den Logistikmarkt erobern

Der Logistikmarkt ist in Bewegung. PostLogistics hat sich deshalb 2006 einem tief greifenden Wandel unterzogen: Sie bündelt ihre Dienstleistungen und tritt als ein Unternehmen auf – in der Organisation, im Verkauf und in der Markenführung.

Text: Daria Lederrey / Bild: Caspar Martig



Immer öfter übernimmt die Post als Logistikpartnerin für Kunden sämtliche logistischen Dienstleistungen und bietet alle aus einer Hand an.

Der Logistikmarkt ist seit geraumer Zeit in Bewegung. Dabei zeichnen sich vor allem zwei Tendenzen ab: Zum einen konzentrieren sich viele Unternehmen vermehrt auf ihre Kernkompetenzen und lagern nicht betriebsnotwendige Aufgaben aus (Outsourcing). So auch die Betriebslogistik. Für kleinere und mittlere Unternehmen ist eine eigene Logistik-Infrastruktur oft zu teuer. Sie können sie nicht konstant auslasten. Oder ihnen fehlen die betrieblichen Voraussetzungen, die für kurze Durchlaufzeiten notwendig

Im Westen bald Neues

Nachdem PostLogistics letztes Jahr an drei Standorten neue Distributionsbasen bezogen hat, ist für 2007 ein neues Logistikcenter in Dailens, in unmittelbarer Nähe des Paketzentrum geplant. Damit sind die Voraussetzungen geschaffen, um die Geschäftstätigkeit in der Westschweiz zu verstärken.

sind, und suchen aus diesem Grund einen Logistikpartner. Zum anderen werden die Aufgaben der Betriebslogistik immer komplexer: Ging es früher darum, Pakete von A nach B zu transportieren, sind Logistikdienstleistungen heute in vielen Fällen Teil innerbetrieblicher Abläufe. Kunden erwarten von einem Logistikpartner zum Beispiel, dass er Transportaufträge ausführt, disponiert, Sendungen abholt, verzollt, einlagert, kommissioniert und zum Weitertransport bereit stellt.

Ein Unternehmen – gegen innen und aussen

Hier kommt die Post als Logistikpartnerin ins Spiel: Sie übernimmt für ihre Kunden sämtliche Logistikaufgaben. PostLogistics orientiert sich dabei auch an der steigenden Nachfrage nach Gesamtlogistiklösungen (siehe Kundenbeispiel Henkel nächste Seite) und will in Zukunft das Angebot an spezifischen Servicepaketen ausbauen. Um die gesamte Palette an logistischen Dienstleistungen aus einer Hand anbieten zu können, wurden die Bereiche PaketPost und die Konzerngesellschaften ExpressPost AG sowie die ehemalige Setz Gütertransport AG letztes Jahr unter dem Markendach PostLogistics zusammengeführt. Dieser einheitliche Auftritt gegen aussen hatte auch gegen innen tief greifende Veränderungen zur Folge. Bei PostLogistics wurde 2006 schrittweise eine neue Aufbauorganisation umgesetzt (Hintergründe siehe Seite 12-13). Das Ziel dieser Neuausrichtung: «Einfacher für die Kunden – effizienter für uns».

Von Produkten hin zu Dienstleistungen

PostLogistics hat parallel zur Markenzusammenführung auch die Dienstleistungen – die jetzt auch nicht mehr Produkte heissen – neu gruppiert. Sie unterscheidet dabei vor allem, ob es sich um Standardangebote oder um Lösungen handelt. Zudem fasst sie die gesamte Informationslogistik in einer eigenen Gruppe zusammen.

Standardleistungen

Kurier: Swiss-Kurier «Intercity», Swiss-Kurier «City»; **Express:** Swiss-Express «Blitz», Swiss-Express «Mond», Sperrgut «Blitz», Sperrgut «Mond»; **Pakete:** PostPac Priority, PostPac Economy, Sperrgut Priority, Sperrgut Economy, PostPac Promo; **Transport:** Stückgut, Teil- und Ganzladungen; **International:** Stückgut, Teil- und Ganzladungen; **Cross Docking:** Crossdocking; **Lagerlogistik:** Lagerbewirtschaftung.

Lösungen

Standard- und Individuallösungen (Vino-Log, Le Shop, ServiceLog, Mehrwertlogistik, Dentalexpress usw.)

Informationslogistik

My PostLogistics; Print & Send, Track & Trace Business, Track & Trace URL, Paketversand easy, Paketversand DFÜ

Das Geschäft mit den Kundenlösungen gewinnt immer mehr an Bedeutung. Doch was ist mit den klassischen Dienstleistungsbereichen wie Pakete und Expresssendungen? Internationale Konzerne investieren viel, um ihre Präsenz im Schweizer Markt auszuweiten. Seit der Teilöffnung des Paketmarktes 1998 haben sich kompetente Mitbewerber am Markt etabliert. Der Druck auf die Preise steigt, die Margen sinken, der Konkurrenzkampf wird härter. Kunden probieren andere Anbieter aus und müssen immer wieder von Neuem überzeugt werden, dass die Post die richtige Partnerin ist. Gefragt sind auch im klassischen Paketmarkt Dienstleistungen, die sich am veränderten Kundenverhalten und an den neuen Kundenbedürfnissen orientieren – wie z. B. PickPost. Immer mehr Menschen führen einen Einzelhaushalt und pendeln zur Arbeit. PickPost ermöglicht es ihnen, Pakete an einer alternativen Abholstelle entgegenzunehmen – inzwischen an 300 Standorten. Dies zeigt, in welche Richtung sich PostLogistics weiterentwickeln will. Ihr Ziel: Den Kunden für alle Bedürfnisse rund um die Logistik eine Lösung anbieten. Nur so wird sie sich im Logistikmarkt behaupten können.

Mehr Infos im Intranet > Postlogistics > Über uns

Alles für den Kunden tun

Vom Standort Muttenz aus versorgt das deutsche Handelsunternehmen Henkel die ganze Schweiz mit seinen Markenprodukten. PostLogistics übernimmt alle dafür notwendigen logistischen Leistungen.

Text: Hans-Ulrich Friedli / Bild: Erhard Hofer

Das massiv gebaute Lager- und Bürogebäude in einem Industriegebiet von Muttenz trägt eine grosse, gelb-weiße Posttafel. «PostLogistics» lautet die von weit her sichtbare Anschrift. Schon beim Eingang im Erdgeschoss stellt der Besucher fest, wer hier im Hause disponiert. An den gelb gestrichenen Wänden hängen Plakate der neusten Kampagne von PostLogistics. Im fünften Stockwerk angekommen, erwartet ihn eine weitere Überraschung: Im Korridor, der zum Empfang und zu den Büros führt, schreitet er an schmucken Glasvitrinen vorbei. Darin attraktiv ausgestellt Kosmetik- und Körperpflegeprodukte. Auch Reinigungs- und Waschmittel sowie Klebstoffe ergänzen die Produktpalette: Persil, Perwoll, Bref, Maga, Xtra, Pril, Taft, Poly, Fa, Got2b, usw. Es sind alles Markenprodukte des deutschen Handelsunternehmens Henkel, die mit Hilfe von PostLogistics an ihre Verkaufspunkte oder Endkonsumenten in der ganzen Schweiz gelangen.

Umfassende logistische Leistungen

Henkel gehört zu den grössten Kunden von PostLogistics. Die rund 70 Personen, die im Muttenzer Lagergebäude für das Unternehmen

arbeiten, tragen seit gut einem Jahr Postbekleidung – auch der frühere BTL-Logistiker Martin Miesch. Als Leiter Logistikcenter Region Nord/West in Muttenz ist er zuständig für alle logistischen Prozesse, die beim Vertrieb der Henkel-Produkte anfallen. «Wir übernehmen diesbezüglich sämtliche Leistungen: von der Verzollung, dem Warenein- und -ausgang, der Kommissionierung bis zu den Transporten und der Administration.» Dazu gehören noch weitere Arbeiten: das Zusammenführen, Sortieren und Zuteilen der Sendungen auf die Zielregionen – vom Paket über Palettensendungen bis zu ganzen Wagenladungen.

Hochbetrieb vom Lager bis zur Rampe

Martin Miesch erklärt auf dem Rundgang durch die Lagerräume direkt vor Ort, wie die Arbeitsabläufe in der Praxis aussehen. Auf einer Etage packen Mitarbeiterinnen Haarspraydosen in Versandkartons. Weiter hinten werden Sendungen versandfertig «geschrumpft». In einem Nebenraum druckt eine Mitarbeiterin Produkte-, Preis- und Versandetiketten aus. Da und dort stellen Hubstaplerfahrer Paletten für den Versand bereit. Bald docken die ersten gelben Anhängerzüge und Sattelschlepper von PostLogistics an den Rampen an, wo die Chauffeure das Transportgut in Empfang nehmen. In den Büros sind derweil Mitarbeiterinnen daran, die administrativen Arbeiten nachzuführen, so u. a. die Bestandesführung des Lagers und das Qualitätsmanagement.

Henkel ist ein Top-Kunde für PostLogistics. Dass sich die Qualität und das Preis-Leistungs-Verhältnis ihrer logistischen Gesamtleistungen auszahlen, beweisen zahlreiche weitere Beispiele (siehe Kasten oben rechts).



Mitarbeiterinnen verpacken Henkel-Produkte zu versandfertigen Sendungen.

www.postlogistics.ch

Logistiklösungen sind, wenn ...

... **Dentalexpress** den zuverlässigen Versand von Dentalarbeiten zwischen Dental-Labor und Zahnärzten ermöglicht.

... **IdentLog** für diverse Mobilfunkanbieter die gesetzlich vorgeschriebene Identitätsprüfung von neuen Abonnementen übernimmt.

... die Tochterfirma **PostLogistics Innight AG** dafür sorgt, dass pro Nacht über 15 500 Sendungen wie Spitalzubehör, Autoersatzteile, Kosmetikprodukte, Bücher und Brillen befördert werden und morgens rechtzeitig am Einsatzort oder im Geschäft bereitstehen.

... die Kunden des Online-Shops der Migros **Le Shop** ihre Frischprodukte und Waren des täglichen Bedarfs direkt an die Haustür geliefert bekommen.

... **Nivea** rund 70 Mal pro Jahr ihre Produkte an **Promotionsständen** präsentiert und PostLogistics dafür die Logistik übernimmt. Sie stellt die Stände auf, holt sie am Ende der Promotion ab und lagert sie bei sich ein.

... die Speziallösung **RepairLogistics** sowohl den Waren- als auch den Informationsfluss im gesamten Reparaturprozess sicherstellt. Defekte Geräte werden in Fachgeschäften und -märkten abgeholt und zu den autorisierten Servicestellen liefert.

... **TechnicalLogistics** Geräte wie Computersysteme, Grossbildschirm-TVs, Digitalkopierer oder Fitnessgeräte nicht nur sorgfältig und rechtzeitig an den richtigen Ort liefert, sondern Mitarbeiter sie auch gleich vor Ort installieren oder die Installation durch Kundentechniker vorbereiten.

... **VinoLog** Privatkunden mit Wein beliefert. Die VinoLog-Pakete werden in Originalverpackungen abgeholt und den Empfängern an die Wohnadresse geliefert.

Das ist Henkel

Der Hauptsitz der Firma Henkel befindet sich in Düsseldorf-Holthausen (D); das Unternehmen ist in 125 Ländern vertreten.

Von den über 52 000 Mitarbeitenden sind ungefähr 80 Prozent ausserhalb Deutschlands tätig. Henkel feierte 2006 sein 130-jähriges Firmenjubiläum. Das Unternehmen hat das Jubiläumsjahr zum «Jahr der Innovationen» ausgerufen.

Die drei strategischen Geschäftsfelder sind innerhalb von Henkel wiederum in vier Unternehmensbereiche gegliedert:

- Wasch- und Reinigungsmittel
- Kosmetik/Körperpflege
- Klebstoffe für Konsumenten und Handwerker
- Henkel Technologies

Alles über die Firma Henkel finden Sie unter www.henkel.de

Die Herausforderung des Wandels...

«Die tägliche Leistung macht die Marke aus»



Vier Fragen an Daniela Diethelm, Leiterin Kommunikation PostLogistics, zur Einführung der neuen Leistungsmarke.

Von null auf 18 – PostLogistics hatte nach einem halben Jahr bei einer Umfrage eine spontane Bekanntheit von 18 Prozent und einen höheren monetären Wert als die Leistungsmarken ExpressPost und PaketPost zusammen erreicht. Hatten Sie das erwartet?

Nein. Aber es hat uns überrascht und natürlich auch sehr gefreut. Wir hatten am Anfang gemischte Gefühle. Gut etablierte Marken gibt man nicht gerne auf. Der heutige Markenwert von PostLogistics zeigt aber, dass wir die richtige Markenstrategie gewählt haben.

Wie war es möglich, die neue Marke so rasch im Markt einzuführen?

Es ist die Summe aller Massnahmen – Neubeschriftung der Gebäude und Fahrzeuge, klassische Werbekampagne und aktive Medienarbeit. Entscheidend war sicher, dass der Verkauf schnell mit der gesamten Palette bei den Kunden präsent war. Schlussendlich sind es das Angebot und die tägliche Leistung der Mitarbeitenden, die den Wert der Marke ausmachen.

Was ist das Ziel dieser «Einmarkenstrategie»?

Der einheitliche Auftritt unter einer einzigen Marke verdeutlicht, dass wir ein Unternehmen sind – nach innen wie nach aussen. Die «Einmarkenstrategie» unterstützt unsere Positionierung als führende Logistikanbieterin in der Schweiz, die eine umfassende Leistungspalette aus einer Hand anbietet.

Wie wirkt sich diese gegen innen aus?

Die Marke gibt uns ein gemeinsames Dach und hilft mit, eine gemeinsame Identität zu finden. Sie ist quasi der sichtbare Ausdruck der neuen Zugehörigkeit – etwas, woran man sich festhalten kann. Das Sichtbarmachen der Veränderung schafft eine neue Realität.

Mitte 2005 wurde sie angekündigt. Heute ist die Organisation PostLogistics Realität. Dazwischen liegt eine intensive Zeit der Veränderungen, die auch Verunsicherungen auslöste.

Text: Daria Lederrey / Bild: Hans-Ulrich Friedli



Bisherige und neue Beschriftung nebeneinander: Sichtbarer Wandel auch auf den Fahrzeugen.

Die Veränderung annehmen und die Möglichkeiten darin erkennen. Das ist die positive Art, auf einen Wandel zu reagieren. Klingt einfach, ist es aber meistens nicht. Didier Kreienbühl, Leiter Personal PostLogistics, erklärt warum: «Man muss das Alte, das Bekannte loslassen. Aber das Neue ist noch gar nicht da.» Er kennt die Verunsicherung, die Veränderungen auslösen. Um auf dem sich ständig wandelnden Logistikmarkt flexibel agieren und sich damit behaupten zu können, wurde der Bereich PostLogistics in den letzten zwei Jahren komplett neu organisiert (siehe Zeitschiene S. 13 unten): ExpressPost, PaketPost und die Setz Gütertransport AG wurden zum Bereich PostLogistics zusammengeführt und erhielten eine gemeinsame Führungsstruktur. Die neue Aufbauorganisation brachte für eine Mehrheit der administrativen Funktionen starke Veränderungen. Im Betrieb waren nicht alle Organisationseinheiten gleich betroffen. So änderte für die Mitar-

beitenden der Paketzentren wenig, für viele Mitarbeitende der Expresszentren, der Distributionsbasen und der ehemaligen Setz Gütertransport AG aber einiges. Didier Kreienbühl präzisiert, dass es nicht darum geht, wie stark jemand persönlich vom Wechsel betroffen ist, sondern wie die Veränderung subjektiv wahrgenommen wird: «Manch einen bewegt es sehr, auch wenn er nur sein Büro zügeln muss.» Und die Veränderungen gehen weiter. «Wir müssen den Mitarbeitenden aufzeigen, dass auch die neue Organisation nicht ewig so bleiben wird», betont Kreienbühl. «Darum heisst das Ziel: Den Wandel annehmen und mit ihm umgehen lernen.»

Geschäftsleitung als gutes Vorbild

Die Identifikation mit einer Marke und ihren Leistungen oder mit dem Bereich und der dort gelebten Unternehmenskultur schafft eine Identität. Ändert sich die Marke oder die Zugehörigkeit zu einem Bereich, geht auch ein Stück Identität verloren. Das lässt sich nicht einfach wegstecken. Der Leiter Personal PostLogistics legt deshalb grossen Wert darauf, dass die «alten» Kulturen gewürdigt werden: «Vieles was vorher war, war gut. Das wollen wir mitnehmen und es noch besser machen.» «Wir denken PostLogistics», hat sich der Bereich als Ziel für 2007 auf die Fahne geschrieben. Damit sich die neue Denkart rasch etablieren kann, wurde Anfang Jahr ein Projekt zur Kulturentwicklung lanciert (siehe Kasten nebenan). Die Geschäftsleitung von PostLogistics geht mit gutem Beispiel voran: Als erste Massnahme des Projekts arbeitet sie an einer Teamentwicklung. Ein Zeichen dafür, in welche Richtung PostLogistics in Zukunft gehen will.

Neue Kultur entwickeln

Ziel des Projekts Kulturentwicklung ist die Förderung einer PostLogistics-Kultur auf allen Ebenen im Einklang mit dem «Penser jaune» der Post. Gegenwärtig werden in einer ersten Phase der aktuelle und der gewünschte Zustand ermittelt: Was sind unsere Werte? Wie werden sie gelebt? Wo besteht prioritärer Handlungsbedarf? Anschliessend wird das Projektteam – unter Einbezug der verschiedenen Zielgruppen – Massnahmen zur Begleitung des Wandels konzipieren, ausarbeiten und initialisieren. Zur Umsetzung gehört natürlich auch die zeitgerechte Kommunikation an die Mitarbeitenden sowie die entsprechende Begleitung der Umsetzung.

... und wie ihn Mitarbeitende erleben

Für die einen hat sich wenig verändert. Andere fühlten sich durch die Veränderungen verunsichert. Den meisten aber bieten sich neue berufliche Perspektiven. Und einen Kulturwandel erleben sie alle. Mitarbeitende äussern sich.

Aufgezeichnet von Hans-Ulrich Friedli

Annette Rochat (51)

Retail Account Manager



Annette Rochat übt in der Neuorganisation von PostLogistics die gleiche Funktion aus wie vorher: Sie ist Retail Account Manager für die Kundschaft der Region «Pays de Vaud», des Kantons Freiburg und eines Teils des Kantons Neuenburg. Auch ihr Arbeitsort ist schon seit 2003 das Paketzentrum Daillens. «Die wichtigste Änderung in meinem Beruf betrifft die Beobachtung der Marktentwicklung und des Kundenverhaltens», sagt Rochat. Seit Juli 2006 verfüge sie über konkrete Gruppenziele für ihr kleines Team. «Ich arbeite gerne in der neuen Organisation, denn ich schätze es, wenn ich den Kunden umfassende logistische Lösungen aus einer Hand anbieten kann.» Das könne von der Briefsendung bis zur Transportlösung alles umfassen: Lagerung, Kommissionierung, Adressierung und anderes mehr. «Die Vielfalt der Dienstleistungen ermöglicht es uns, kreativ zu sein, auf die besonderen Bedürfnisse der Kunden einzugehen und ihnen die Vorzüge von PostLogistics aufzuzeigen. Auch die Kontakte zu den Logistikverantwortlichen der Kunden sind viel transparenter geworden. Sie zögern nicht mehr, uns zu sagen, ob sie mit uns oder einem andern Transporteur zusammenarbeiten.» Überhaupt denke sie seit der Neuorganisation ganz PostLogistics. «Ich erlebe hier im Paketzentrum die Logistik täglich hautnah und bleibe mit dem Unternehmen Post sehr verbunden.»

Besim Tolaj (36)

Kurierfahrer, Kurierzentrum Bern

Für Besim Tolaj hat sich die Hauptarbeit nicht stark verändert, seit er vor acht Jahren als Kurierfahrer im damaligen Express-Zentrum Bern die Arbeit als Express- und Kurierfahrer aufgenommen hatte. Vor fünf Jahren war es der Standortwechsel des Zentrums (von der Schanzenpost an den Wildhainweg), anschliessend die Auslagerung in die ExpressPost AG und vor Kurzem nun der neue Name seines Arbeitsbereichs, die gewechselt haben. Das berufliche Umfeld des Postmitarbeiters hat sich aber kaum verändert. «Im Prinzip sind wir das gleiche Team wie bei der ExpressPost geblieben. Mit andern Mitarbeitenden von PostLogistics kommen wir nicht sehr häufig in Kontakt», erklärt Tolaj.

Die zeitliche Einteilung der Dienste habe sich mit einigen neuen Aufgaben und Anforderungen etwas verändert. «Wir sind jetzt auch mit dem Standbau an Ausstellungen für bestimmte Firmen (u. a. für Nivea und die Schweizerische Mobiliar) betraut. Das macht mein Arbeitsgebiet als Kurierfahrer abwechslungsreicher.» Der nun als PostLogistics-Mitarbeiter tätige Kollege findet das erweiterte Tätigkeitsfeld interessant und bereichernd. Tolaj ist zusammen mit seinen Kollegen vorgängig ausführlich über die Veränderungen und die Zusammenführung verschiedener Einheiten zur heutigen PostLogistics informiert worden.

Überhaupt gefällt es dem gebürtigen Kosovo-Albaner sehr gut bei der Post. Als gelernter Pösterler ist er vor 18 Jahren in die Schweiz gekommen und hat zuerst einige Jahre im Gastgewerbe gearbeitet. Besim Tolaj ist mit einer Schweizerin ver-



heiratet und hat zwei Kinder. Er freut sich auf seine weitere berufliche Zukunft bei PostLogistics und den sich neu bietenden Perspektiven.

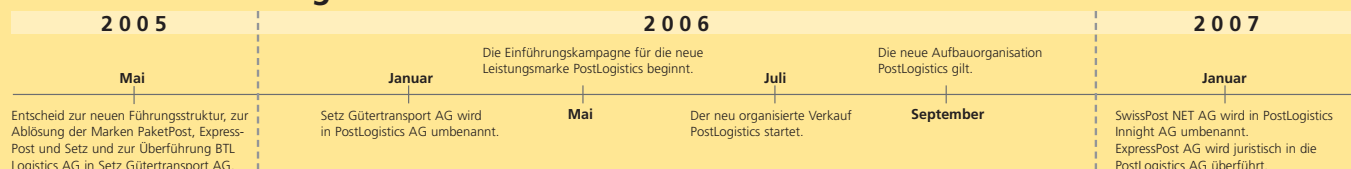


Gabriel Ponti (41)

Leiter Distributionsbasis Biel

Gabriel Ponti leitet die Distributionsbasis Biel seit 2004. Seither hat er eine Reorganisation nach der andern erlebt und sah sich als direkt betroffener Chef mit seinen Mitarbeitenden immer wieder mit neuen Herausforderungen konfrontiert. «Für das Personal war es jedes Mal wie ein Schock», weiss er. Nachdem die Post in mehrere Bereiche aufgeteilt wurde, wurden PaketPost und die Postschachentransporte im Jahr 2004 wieder zusammengelegt. «Es dauerte gut drei Jahre, bis aus den unterschiedlichen Kulturen wieder eine Einheit geworden ist», erklärt Ponti. «Aus kleineren Bereichen wie ExpressPost entstanden selbständige Konzerngesellschaften. Und jetzt mussten die Express-Pösterler nach kurzer Zeit wieder in den grossen Bereich PostLogistics zurückkehren. Insgesamt eine Riesenarbeit, physisch und psychisch», wie Ponti betont. «Wir haben die vielen Details, die es bei einem solchen Wechsel täglich zu beachten gilt, zuerst etwas unterschätzt.» Von organisatorischen und betrieblichen Anpassungen bis zu neuen Standorten der Arbeitsplätze und der Fahrzeuge gab es ungezählte kleine Probleme zu lösen. Ponti: «Die Integration der ExpressPost von einem kleinen Team in den Bereich PostLogistics ist für alle Beteiligten eine grosse Herausforderung. Doch die Mitarbeitenden haben sich relativ rasch an die neuen Gegebenheiten gewöhnt.» Gabriel Ponti ist sicher, dass er und seine Mitarbeitenden auch die neuen Aufgaben im Zusammenhang mit der kommenden Einführung von REMA meistern werden.

So entstand PostLogistics



«Man muss die Vision leben, um sie zu verwirklichen»

Ist sie zu intellektuell, die Vision Post? Wie kann man ihre Kernwerte kennenlernen? Dazu unser Interview mit Martin Soederberg.

Text: Emmanuelle Brossin / Bild: Michael Flückiger



Martin Soederberg, Leiter Strategie bei der Konzernentwicklung, lebt die Vision Post täglich.

Um den Erfolg eines Unternehmens zu sichern, braucht es eine Vision, die von allen Mitarbeitenden geteilt wird. Unsere Vision besagt im Grundsatz, dass die Post die Grundversorgung sicherstellt, zum allgemeinen Wohlstand beiträgt und sozialverantwortlich handelt. Die Vision beruht auf drei Kernwerten – unternehmerisch, glaubwürdig und partnerschaftlich. Aber können die Mitarbeitenden damit auch etwas anfangen oder bleibt sie reine Theorie? Dazu haben wir Martin Söderberg, Leiter Strategie bei Konzernentwicklung (KE), befragt.

55,5 Prozent der befragten Mitarbeitenden kennen die drei Kernwerte auswendig. Wie können wir diesen Wert steigern?

Die Führungskräfte spielen bei der Vermittlung dieser Werte eine entscheidende Rolle. Ein Gruppenchef muss zeigen, wie er die Werte bei der täglichen Arbeit umsetzt. Das macht die Vision für seine Mitarbeitenden viel greifbarer. Es reicht nicht, die Werte auf Papier zu lesen, um sie zu kennen und zu verstehen – nein, man muss sie leben.

Wer ist für die Auswahl dieser Werte verantwortlich?

Die Vision und die Kernwerte sind das Ergebnis einer langen Arbeit der Konzernleitungsmitglieder. Ihnen sind diese Werte zu verdanken, die wir heute gemeinsam hochhalten.

Welche Rolle spielen diese Werte?

Die Werte bilden das Fundament der Vision. Wie wir zusammenarbeiten, auf die Bedürfnisse der Kundschaft eingehen und die Grundversorgung erbringen – unser gesamtes Handeln lässt sich auf diese Werte zurückführen. Partnerschaftlichkeit bedeutet für die Post, mit all ihren Partnern, ob intern oder extern, in offener Kommunikation zusammenzuarbeiten. Unter einem unternehmerischen Handeln versteht die Post, Gewinne erwirtschaften und innovativ sein. Ziel dabei ist es, alles zu tun, um den Kundenbedürfnissen noch besser gerecht zu werden. Dieser Wert wird mit zunehmendem Wettbewerb an Bedeutung gewinnen. Glaubwürdigkeit heisst, dass wir halten, was wir versprechen. Das spiegelt sich in unserem Umgang mit der Kundschaft und im Umgang der Mitarbeitenden untereinander wider. Auf die Post ist eben Verlass!

Erklären Sie uns bitte noch einmal den Sinn und Zweck einer Vision.

Die Vision der Post ist ihr Wegweiser in die

Zukunft. Das ist sehr wichtig, da sich die Post in einem sehr dynamischen Umfeld behaupten muss, auf das sie nur bedingt Einfluss hat. Die Postgesetzgebung wird revidiert, das Monopol wurde kürzlich beschränkt, das Verbraucherverhalten ist im Wandel begriffen und der Wettbewerb nimmt zu. Dies alles sind – zum Teil widersprüchliche – Faktoren, die sich auf die Zukunft unseres Unternehmens auswirken. Daher haben die Mitglieder der Konzernleitung und des Verwaltungsrats der Post beschlossen, eine Vision für uns alle zu erarbeiten, die uns Leitplanken für unseren Berufsalltag geben und somit zum Erfolg der Post beitragen soll.

Das klingt doch sehr theoretisch. Was bedeuten die Vision und die Kernwerte denn nun konkret für eine Mitarbeiterin im Briefzentrum oder für einen Zusteller?

Die Post garantiert, dass ein A-Post-Brief am Folgetag zugestellt wird. Als Mitarbeiter in einem Sortierzentrum oder als Zusteller trage ich dazu bei, das Ziel «Sicherstellung der Grundversorgung» zu verwirklichen. Indem ich dafür Sorge, dass die Sendungen fristgerecht sortiert und zugestellt werden, leiste ich meinen Beitrag zur «Glaubwürdigkeit» der Post. Engpässe erfordern manchmal auch innovative Lösungen. Es gilt also, dynamisch bzw. unternehmerisch zu handeln. Indem ich die Kunden und meine Kolleginnen mit Respekt behandle, setze ich den Wert «partnerschaftlich» in die Tat um. Die Vision umfasst sicherlich viele Einzelheiten. Sie soll jedoch nicht zu einem Dokument verkommen, das verstaubt. Nein, sie muss gelebt werden. Und ich kann nur wiederholen, dass die Führungskräfte hier eine sehr wichtige Rolle spielen. Sie müssen eine Vorbildfunktion einnehmen. Nur so erhalten die Vision und die Kernwerte eine praktische Bedeutung und werden für die Mitarbeitenden greifbar.

Klick für Klick erfahren, was die Vision bedeutet

So einfach ist es, die Vision kennenzulernen: Seit Oktober 2006 können alle Mitarbeitenden der Post mit Zugang zu einem Computerarbeitsplatz im Intranet ein Lernprogramm zur Vision absolvieren. Klick für Klick und auf unterhaltsame Art werden sie durch die Informations- und Frageblöcke geführt. Die Aufschaltung war mit einem Wettbewerb verbunden, der letzte Woche endete und bei dem es einen Flug mit dem Heissluftballon der Post zu gewinnen gab. Wir veröffentlichen die Gewinnerin oder den Gewinner in der nächsten Ausgabe.

Bis Mitte Februar hatten rund 3000 Kolleginnen und Kollegen das Programm erfolgreich beendet. Sie beantworteten 86,3 Prozent der Fragen richtig. Das webbasierte Lernen Vision wird allen Mitarbeitenden weiterhin auf dem Intranet unter Konzern > Vision > Webbasiertes Lernen offen stehen.

Resultat der Umfrage:

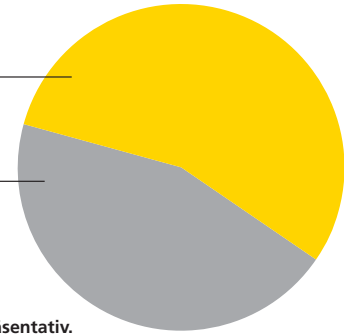
Kennen Sie die drei Kernwerte der Vision Post auswendig?

Ja 55,5 %

Nein 44,5 %

| | |
|---------------|------|
| Ja | 2088 |
| Nein | 1669 |
| Total Stimmen | 3757 |

Diese Umfrage ist nicht repräsentativ.



Meinungen von Mitarbeitenden

Christian Cadonau, PostMail

«Unternehmerisch»: An der täglichen Herausforderung wachsen nicht nur unsere Mitarbeitenden, sondern auch der Betrieb innerhalb der Briefzustellregion. Veränderungen tragen zum Wohle der Mitarbeitenden wie der Kunden bei. Je grösser die Veränderung, je grösser unsere Herausforderung.
«Glaubwürdig»: Die Höhe der Qualität ist der Grad-

messer der Glaubwürdigkeit. Nur glaubwürdig kommunizierte und begründete Veränderungen werden vom Personal mitgetragen.

«Partnerschaftlich»: Die Wertschätzung jedes Partners trägt Früchte. Jeder ist der Partner des Anderen.
Weitere Stimmen von Mitarbeitenden lesen Sie auf der nächsten Seite.

Und wie steht es mit Ihnen? Wie leben Sie die Vision bzw. die Werte in Ihrem Alltag?

Die Vision hilft mir, meine Arbeit aufs Wesentliche zu konzentrieren, damit die Strategie der Post effizient umgesetzt wird. Sie bringt mich dazu, meine Analysen zu erweitern, um sicherzustellen, dass die Post auch weiterhin unternehmerisch handelt. Sie erinnert mich daran, mich gegenüber den Bereichen partnerschaftlich zu verhalten. Und ich versuche, glaubwürdig zu sein, indem ich mich vergewissere, dass die Arbeit sorgfältig erledigt wird und die Projekte fristgerecht ausgeführt werden.

Reichen drei Werte für ein so diversifiziertes Unternehmen wie die Post eigentlich aus?

Ja, denn diese Werte sind schliesslich kein fixfertiges Rezept, sondern dienen nur als Wegweiser. Nehmen wir einmal das Beispiel der Glaubwürdigkeit. Da haben wir den PostAuto-Chauffeur, der seine Fahrgäste jederzeit zu ihrem Bestimmungsort transportiert, den Paketboten, der dafür sorgt, dass die Pakete pünktlich ihren Empfängern zugestellt werden, die Call-Centeragentin, die die Fragen der Kunden beantwortet, und den Verkäufer, der mit einem Geschäftskunden einen Vertrag abschliesst. Obwohl sie alle unterschiedliche Berufe ausüben, ist ihnen eines gemein: der Wunsch, für die Kundschaft und die breite Öffentlichkeit glaubwürdig zu sein.

Befürchten Sie nicht, dass Bereiche ihre eigene Vision entwickeln werden?

Spannungen sind natürlich vorhanden und

die Versuchung ist gross. Allerdings haben die Mitglieder der Konzernleitung im letzten Jahr mit der Einigung über die Vision und die Kernwerte ein eindeutiges Zeichen gesetzt. Auf ihren Beschluss hin wird es keine bereichsinternen Visionen mehr geben, sondern nur noch eine einzige Vision – die Vision Post. Selbstverständlich muss jeder Bereich die Vision unter Berücksichtigung der besonderen Anforderungen seines Marktes interpretieren. Die Mitarbeitenden verstehen die Vision besser, wenn sie nach den Bedürfnissen ihres Bereichs ausgelegt wird. Durch ihr einheitliches Vorgehen und ihre Vorbildfunktion beim «Leben der Vision» stellen die Mitglieder der Konzernleitung sicher, dass diese Spannungen stets konstruktiver Art bleiben.

Ist die Vision wirklich visionär?

Zusammengenommen sind diese Ziele – Sicherstellung der Grundversorgung, sozialverantwortliches Handeln, Beitrag zum allgemeinen Wohlstand – jedoch alles andere als leicht zu verwirklichen. Diese drei Ziele unter einen Hut bringen zu wollen – das ist in der Tat visionär!

Hat sich die neue Vision Ihrer Ansicht nach bereits auf die Post ausgewirkt?

Ja, denn ich stelle mit Genugtuung fest, dass die Bereiche mittlerweile akzeptieren, dass es nur noch eine einzige Vision gibt. Das war vorher nicht immer der Fall ...

→ Weitere Informationen über die Vision finden Sie im Intranet > Konzern > Vision.

Frage des Monats

Hat der Brief noch eine Zukunft?

- Ja
 Nein

Schreiben Sie uns Ihre Meinung und Ihre Fragen an redaktion@post.ch oder an: Die Schweizerische Post, UK11, Redaktion "Die Post", Viktoriastrasse 21, 3030 Bern.

Wir werden Ihre Fragen in der nächsten Ausgabe beantworten.

Die Post im Netz Hier finden Sie Informationen

Die Post ist im Visier von Öffentlichkeit, Politik und Kunden. Viele Dinge rund um das Unternehmen werden kontrovers diskutiert. Informieren Sie sich auch im Internet mit Fakten und Analysen über Themen wie Logistik, Grundversorgung, Marktöffnung, Briefmarkt, REMA, Poststellennetz, Qualität, Arbeitsrecht und weitere. Dann können Sie in Zukunft bei jeder Diskussion mithalten.

Die Seite der Post mit vielen Informationen und Zahlen zu Post-Themen, u. a. zum Projekt Ymago. [www.post.ch/Über uns](http://www.post.ch/Über_uns)

Zu PostLogistics finden Sie ausführliche Informationen nicht nur im Intranet, sondern auch im Internet. www.postlogistics.ch

Mit innovativen Produkten, Pilotversuchen und modernster Technologie begegnet PostMail der zunehmenden Öffnung des Briefmarktes. www.postmail.ch

Alles Wissenswerte über neue Briefmarken und die Philatelie allgemein erfahren Sie unter www.post.ch/Privatkunden/Briefmarken

Im Internetauftritt von PostEurop, der Vereinigung der europäischen Postunternehmer, finden Sie eine Fülle an Informationen zu aktuellen Themen. Die Website gibt Aufschluss über Entwicklungen im europäischen Postmarkt und in der EU. www.posteurop.org

Auf der Website des Museums für Kommunikation finden Sie Wissenswertes zu den Sonderausstellungen und zur Kommunikation allgemein. www.mfk.ch

Fortsetzung von Seite 15

Meinungen von Mitarbeitenden

Rolf Bollhalder, PostLogistics

«Glaubwürdig» heisst für mich als Leiter der Distributionsbasis St.Gallen, dass wir täglich das tun, was im Dienste des Kunden erforderlich ist. Und wir erklären es dem Personal immer wieder, weshalb wir es tun müssen. Unter partnerschaftlichem Verhalten verstehe ich, dass wir uns regelmässig mit den Ängsten und Fragen unserer Mitarbeitenden auseinandersetzen und ihre Meinung in die Entwicklung mit einbeziehen.

«Unternehmerisch» bedeutet, dass jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter in unserer Distributionsbasis bei der Arbeit und in der Denkhaltung den Erfolg suchen und anstreben muss.

Hanspeter Huggler, Poststellen und Verkauf

«Glaubwürdig» bedeutet für mich: «Die Post, wenns zählt.» Wir wollen bei der Poststelle Bern Bärenplatz gute Qualität bieten. Die Produkte sollen halten, was sie versprechen. Die Post bleibt die Marktführerin im Kerngeschäft. Wir wollen offen sein für die Anliegen unserer Kundschaft. Kundenreaktionen betrachten wir als Chance und Verbesserungsmöglichkeit. «Partnerschaftlich»: Die Post geht dort, wo es Sinn macht, Partnerschaften mit andern Unternehmungen ein. Die Beziehungen mit Andern (Firmen und Private) soll ein Geben und Nehmen sein. Wir brauchen die Kundschaft, – und die Kundschaft braucht uns. Wir gestalten also die Zukunft mit unseren Partnern zusammen. «Unternehmerisch» heisst für mich: Wir sind Rückgrat einer leistungsfähigen Schweiz. Wir entwickeln uns profitabel weiter und sind mit unseren Kundinnen und Kunden erfolgreich. Gut ausgebildetes, motiviertes und leistungsfähiges Personal gehört ebenso dazu wie auf die Kundschaft zugeschnittene Produkte. Preis und Leistung müssen übereinstimmen. Qualität ist auf lange Sicht der beste Garant für den Erfolg!

Beatrice Lo Nigro, Generalsekretariat

Wie kann die Vision der Post im Alltag umgesetzt werden? Vor ein paar Jahren, als der Begriff «Vision Post» zum ersten Mal die Runde machte, wurde in unserem Bereich ein interner Workshop veranstaltet. Es sollten gemeinsam Ideen erarbeitet werden, um die uns doch ein wenig abstrakt erscheinenden Grundsätze konkreter auszugestalten. Dies war die Geburtsstunde des Leitbildes des Sprachdienstes, das inzwischen nicht mehr aus unseren Intranetseiten wegzudenken ist. Ich erinnere mich noch gut an jenen Nachmittag: Zusammen mit meinen Kolleginnen und Kollegen brachte ich Ideen zu Papier, wie wir uns besser auf die Kundinnen und Kunden einstellen, ihren Bedürfnissen aufmerksam Gehör schenken, Qualität liefern und eine fristgerechte Lieferung sicherstellen können. All diese Ideen gaben in



klaren Worten wieder, was die Grundsätze der Vision eigentlich bedeuteten. Und wenn ich heute den Papierwürfel in die Hand nehme, auf dem die Leitsätze unserer aktuellen Vision abgedruckt sind, kommt mir automatisch wieder jener Nachmittag in den Sinn. Ich bin der Meinung, dass ein weiterer Nachmittag mit meinen Kolleginnen und Kollegen – vielleicht mit einer Tasse Kaffee neben dem berühmten Visions-Papierwürfel – der beste Weg ist, um sich Gedanken darüber zu machen, wie unsere gegenwärtigen und zukünftigen Ziele konkret erreicht werden können.

Nicoletta Maretta, Poststellen und Verkauf

Jeder von uns glaubt an bestimmte Werte, sowohl im Privat- als auch im Berufsleben. Manchmal suchen wir ständig nach Werten, die uns Selbstbestätigung geben können. Erst dann sind wir mit uns zufrieden und glauben, alle Probleme seien gelöst. Im Berufsleben identifiziere ich mich voll und ganz mit den Leitsätzen unseres Unternehmens. Und manchmal finde ich diese Leitsätze auch in meinem Privatleben wieder. Nehmen wir beispielsweise den Grundsatz der Partnerschaftlichkeit, den ich täglich zusammen mit meinem Ehemann, meinen Freunden und meinen Kollegen umzusetzen versuche. Gegenseitige Wertschätzung ist das A und O. Dadurch gelingt es mir, die Augenblicke, die der Alltag für mich bereithält, gelassen zu erleben und mit meinen Mitmenschen zu teilen. Wenn ich mich schliesslich im Spiegel betrachte, sehe ich eine dynamische Frau, die jeden Tag voller Begeisterung all das annimmt, was der Tag ihr bietet.

Olivia Juillard, Briefmarken und Philatelie

Ich kenne die Kennwerte der Vision Post zwar nicht auswendig, bin mir aber sicher, dass ich in der Praxis trotzdem täglich solche Werte umzusetzen versuche. Bei der Philateliestelle von Lausanne arbeiten wir sehr dynamisch. Das ist auch notwendig, um Kunden auf unsere Produkte aufmerksam zu machen. Wenn neue Briefmarken erscheinen, organisieren wir z. B. besondere Anlässe oder Widmungen mit den Grafikern, die Briefmarkensujets geschaffen haben. Oder wir führen spezielle Aktionen durch, die einen Bezug zum Markenmotiv haben. Wir verhalten uns partnerschaftlich und fragen nach den Interessen der Kunden. So können wir am besten auf ihre Bedürfnisse eingehen und – wir verhehlen es nicht – auch möglichst viele philatelistischen Produkte verkaufen. – Kurz: Wir versuchen, die Kunden möglichst zufriedenzustellen. Die Partnerschaft mit der Kundschaft ist für mich einer der interessantesten Aspekte in meiner beruflichen Tätigkeit.

Über 1000 Vornamen: für Patrice kein Problem

Sie ist freundlich, spontan und fällt durch ihren Elsässer Dialekt und ihr ausserordentliches Namensgedächtnis auf. SV-Mitarbeiterin Patrice Dussort sorgt im Personalrestaurant am Hauptsitz der Post in Bern seit 25 Jahren für frischen Wind.

Text: Sandra Gonseth / Foto: Michael Flückiger



Patrice Dussort über ihr Namensgedächtnis: «Ich gebe mir nicht einmal speziell Mühe.»

«Hallo Stefan, wie geits? Guten Morgen Frau Wenger, das macht drei Franken vierzig!» Es gibt im Personalrestaurant der Berner Schönbürg keine andere SV-Mitarbeiterin, die so viele Gäste mit Namen kennt wie die gebürtige Elsässerin Patrice Dussort.

Phänomenales Namensgedächtnis

Wenn man sie auf ihr phänomenales Namensgedächtnis anspricht, zuckt sie nur mit

den Schultern: «Ehrlich, ich gebe mir nicht einmal speziell Mühe.» Sie räumt aber ein, dass doch manchmal Zweifel aufkommen, ob dies jetzt wirklich Markus sei. «Dann probiere ich es auf gut Glück.» Das klappt meistens. Patrice ist ein spontaner, manchmal auch etwas lauter Typ. Das kommt nicht bei allen gleich gut an. Aber sie kann einfach nicht anders. Das sei hundert Prozent Patrice. «Klar, manchmal habe auch ich eine schlechte Laune, aber diese lasse

ich sicher nicht an den Gästen aus», beteuert sie mit einem Augenzwinkern. «Daran glauben müssen ausschliesslich meine Arbeitskollegen.»

Der Traum vom Süden

Patrice Dussort ist rein zufällig in der Schweiz hängen geblieben. Eigentlich hatte es die damals 22-Jährige, die aus einem Elsässer Nest nördlich von Strassburg stammt, in den Süden gezogen. Ihre Augen leuchten: «Mein grosser Traum war Monaco.» Ob da etwa Prinz Albert eine Rolle gespielt hat, bleibt dahingestellt. Es hat dann nur bis Basel gereicht. Aber das liegt ja schliesslich auch im Süden – von Strassburg aus gesehen – versteht sich. Nach Basel folgte ein Küchenjob in einer Schülerkantine in Bern.

Zweite Familie gefunden

Vor genau 25 Jahren setzte die Französin ihren Fuss erstmals über die Schwelle des SV-Personalrestaurants der damaligen PTT: «Natürlich hatte ich einen kleinen Kulturschock», lacht sie. Dies fing bereits bei der Sprache an, sagt die 52-Jährige. Sie ist es gewohnt, auf Deutsch und Französisch gleichermaßen gut zu parlieren. «In behäbigem Berndeutsch sagte mir mein damaliger Chef, ich solle diese «Stägä wüschä». Da habe ich mich schon gefragt, ob ich denn hier in einer Wäscherei gelandet bin.» Tempi passati. Heute fühlt sich Patrice Dussort voll integriert. «Ich habe in Bern eine zweite Familie gefunden.» Mit ihren Freunden trifft sie sich jeden Samstag im Berner Restaurant Aarbergerhof. Dort wird das Wochenendprogramm aufgestellt. Je nach Wetter geht es zum Schwimmen, Spazieren oder ins Kino.

Sag niemals nie

Sie ist eine, die viel Freiheit braucht. Patrice träumt von ihrer fünften Reise nach Australien. Und davon, vor den Traualtar zu treten und Nein zu sagen. Darum habe sie es mit dem Heiraten lieber gelassen, verrät aber doch, dass sie einen Freund hat. Allerdings legt sie Wert auf getrennte Wohnungen. «Ich liebe meine Eigenständigkeit», meint sie fast ein wenig entschuldigend. Deshalb wollte die gelernte Kinderkrankenpflegerin auch nie Nachwuchs. «Ich habe Kinder sehr gern, bin aber immer froh, wenn ich sie am Abend wieder den Eltern abliefern kann.» Ob sie dereinst – nach ihrer Pensionierung – wieder ins Elsass zurückkehren wird, steht noch in den Sternen. «Heute würde ich eher zu einem Nein tendieren. Aber: Sag niemals nie!» Monaco, jedenfalls, ist vom Tisch.

«Move-it» – Auszug aus einem Zustelltagebuch

Bei der Pilotregion Payerne läuft die Einführung des neuen Arbeitszeitmodells. Erste Eindrücke vom Einsatz im Alltag.

Text und Bilder: Alain Lehmann



Pascal Kaltenrieder ist seit dem 1. Dezember 2006 Teamleiter in Payerne. Am 16. Januar hat er zum ersten Mal in der Praxis zur Erfassung seiner Arbeitsstunden einen Scanner verwendet. Payerne ist die Pilotregion für die Einführung des neuen Arbeitszeitmodells «Move-it». Pascal Kaltenrieder hat sich dazu bereiterklärt, seine ersten Eindrücke mit uns zu teilen und Auszüge aus einer Art Zustell-Tagebuch zu veröffentlichen. Weitere exklusive Beiträge werden in der März- und Aprilausgabe der Personalzeitung erscheinen...



Pascal Kaltenrieder: «Liegestühle sind nicht mein Ding. Ich kann nicht einfach daliegen und nichts tun.»

16.01.2007. Erster Einsatz des Move-it-Scanners – (fast) ein ganz gewöhnlicher Tag...

Um 5 Uhr in der Früh steht der Scanner nicht dort, wo er eigentlich sein sollte. Heute ist der erste Tag, an dem die Arbeitsstunden im Rahmen des Pilotbetriebs «Move-it» gescannt werden müssen. Ich bin der Erste in der Poststelle und bin davon ausgegangen, dass der Scanner im Erdgeschoss hinter der Garagentüre steht, denn hier beginne ich meine Arbeit. Nichts. Ich habe es geahnt: Gestern Abend hat wohl der InfoSystem-Leiter vergessen, einen Scanner aus dem ersten Stock nach unten zu bringen. Kein Problem: Ich gehe schnell nach oben und hole einen, komme wieder zurück zur Garagentüre, gebe meine Personalnummer und die Nummer der Zustellpoststelle ein und bestätige meine Eingabe. Mein Arbeitstag kann beginnen.

Das Gerät funktioniert zum Glück ganz einfach. So werde ich sicherlich auch keine Mühe haben, meinen Teamkollegen das Ganze in einigen Tagen zu erklären. Der Eindruck, den ich während des Kurses in Lausanne am letzten Dienstag gewonnen habe, bestätigt sich: Das Scannen ist nicht mit zusätzlichem Aufwand verbunden. Man muss nur daran denken, die einzelnen Schritte (z. B. Arbeitsanfang, längere Pausen, Start der Tour oder Feierabend) im richtigen Moment zu erfassen. In einigen Tagen wird das ganz automatisch gehen, ohne grosses Nachdenken.

Um 8 Uhr, nach der Vorbereitung meiner Tour, treffe ich mich mit einem Kollegen aus der Kommunikationsabteilung,

eines Fachjournalisten, der einen Artikel für die Post-Zeitung schreiben möchte. In der Kaffeepause stellt er mir zahlreiche Fragen zu «Move-it». Schade, dass das neue Scannermodell mit Datenübertragung per Funk noch nicht geliefert wurde: Dann könnte ich das Gerät gleich vorführen. Das ist das Frustrierende an Pilotversuchen, man muss sich häufig auf etwas einlassen, wofür man noch nicht das notwendige Material hat. Der Journalist bezahlt den Kaffee und möchte wissen, wie ich die Nummer des Zustellbezirks vor dem Antritt meiner Tour eingabe. Ah, endlich gehts los! Auch wenn es wie heute sehr kalt ist – dies ist einer der besten Momente des Tages: ein bisschen Unabhängigkeit und Freiheit, viele Kontakte mit sehr sympathischen Menschen. Heute aber ist ein Journalist dabei, der immer wieder neue Fragen stellt. Ich bleibe optimistisch und positiv. Klar, beim neuen Arbeitszeitmodell ist es wie bei jeder Neuerung. Man sollte nicht sagen «das funktioniert nicht», bevor man es getestet hat. Das wäre dasselbe, wie wenn man sagen würde, «das schmeckt nicht», bevor man das Essen probiert hat.

Um 10.45 Uhr erfasse ich das Ende der Tour mit dem Scanner und verabschiede den Journalisten, der unter seiner Mütze vor Kälte zittert. In der wohligen Wärme der Poststelle setze ich mich an meinen Arbeitsplatz. Ich werde meiner Gruppe meine ersten Eindrücke vom neuen Scansystem noch heute Nachmittag in einer kurzen Sitzung mitteilen.

11.15 Uhr: Ich erfasse das Ende meines ersten gescannten Arbeitsvormittages. Dann setze ich mich ans Steuer und fahre Richtung St-Aubin. Im Radio läuft ein Lied der Gruppe «Texas». Und schon bekomme ich Lust auf mexikanisches Essen: Heute koche ich Taquitos mit Rindfleisch.

Fortsetzung folgt in der nächsten Ausgabe.

In Form bleiben mit Yoga

Im Rahmen des Projekts «Fit» bietet die Post ihrem Personal verschiedene Möglichkeiten, um sich in Form zu halten. Yoga ist eine östliche Lehre, die ideal ist, um Körper und Geist zu entspannen.

Text und Bilder: Claudia Grasso



Yoga hilft bei der Entspannung und beim Abbau von Stress. Es kann als Sport betrieben werden und eignet sich für alle.

Hintergrundmusik, gedämpftes Licht und die warme, ruhige Stimme von Albert Remund, Mentaltrainer und Yogalehrer, machen den Raum, den die Post am Hauptsitz in Bern zur Verfügung stellt, zu einer Insel des Friedens. «Ich lehre Hatha Yoga», erklärt der Meister. «Angesichts der Anforderungen in der Arbeitswelt eignet sich diese Form am besten, da sie auf einer Reihe von psychophysischen Übungen beruht.» Yoga ist somit Gymnastik für Körper und Geist zugleich, um das Wohlbefinden zu steigern und ein Gleichgewicht zu erlangen. Viele sitzen heute im Arbeitsalltag stundenlang konzentriert vor einem Computerbildschirm. Unter diesen Umständen ist es völlig normal, dass Körper und Geist nach einiger Zeit Ruhe

benötigen. Sind die Batterien leer, ist eine Yoga-Pause genau das Richtige. Thomas Egger, Leiter Konzernrechnung und -controlling des Bereichs Finanzen, wollte sein Geheimrezept an die Mitarbeitenden weitergeben. Er fragte Albert Remund an, ob er bereit wäre, einen Yogakurs zu erteilen. Der Begriff «Yoga» stammt aus dem Sanskrit und leitet sich aus dem Wort «yug» ab (Körper und Seele zu einer Einheit und innerem Frieden verschmelzen). Yoga kann als Sport betrieben werden, da es die richtigen Körperhaltungen lehrt und die Muskeln stärkt. Es hilft jedoch auch bei der Entspannung und beim Abbau von Stress. Yoga eignet sich somit für alle.

In drei Etappen zum Wohlfühlen

Jede Lektion ist in drei Phasen unterteilt: Begonnen wird mit regenerierenden Übungen mit Tiefenatmung, die den Kreislauf aktivieren, vor allem im Gehirn die Sauerstoffzufuhr erhöhen und sich auf hormoneller Ebene positiv auswirken. In der zweiten Phase werden die Asanas ausgeführt: Mit diesen Körperhaltungen werden die Energiekanäle gereinigt und gestärkt. «Angesichts der Anforderungen, die am Arbeitsplatz an die Teilnehmenden gestellt werden, konzentriere ich mich besonders auf den Bereich um die Wirbelsäule, mit Übungen für die Rücken- und Schultermuskulatur», erläutert Remund.

Der letzte Teil ist auf die Verbesserung der mentalen Stärke ausgerichtet. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer lernen, positive Gedanken zu entwickeln, die ihnen ermöglichen, die Arbeit und andere Herausforderungen im täglichen Leben, mit neuem Elan anzugehen.

«Nach einer Yogastunde fühlt man sich entspannt, ist voller Energie und hat den Kopf frei», bestätigt Egger. Der Vorteil gegenüber einer Stunde Jogging? Für Yoga benötigt man keinen Laufdress, und bei der Rückkehr an den Arbeitsplatz ist man weder verschwitzt noch müde.

→ **Der Yogakurs findet jeden Dienstag am Hauptsitz in Bern (Schönburg) statt. Anmeldungen direkt bei Albert Remund: albertremund@mentalita.ch. Weitere Infos: www.mentalita.ch**

Thomas Egger, Finanzen



«Yoga entwickelt den Menschen ganzheitlich: Atmung, Beweglichkeit, Kraft, Regeneration, Entspannung und mentales Bewusstsein, und ist deshalb ein idealer Ausgleich zur Arbeitswelt. Yoga ist Balsam für den stark geforderten Geist!»

Petra Frehner, Interne Revision



«Yoga entspannt Körper und Geist. Ich kehre gerne danach gelassen, entspannt und zufrieden zur Arbeit zurück. Ferner hilft mir Yoga, die Beweglichkeit zurückzugewinnen, die ich beim Lauf- und Kraftsport verliere.»

Mirko Taeggi, Finanzen



«Ich nehme am Yogakurs teil, um gegen meine Verspannungen aktiv etwas zu unternehmen. Vorher dachte ich, dass Yoga Zeitvertrieb mit Herumliegen sei, aber jetzt bin ich überzeugt, dass ich mehr Energie und an Lebensqualität gewonnen habe.»

Albert Remund, Yogalehrer



Die Sitzposition erlaubt oft keine korrekte Atmung. Dadurch wird dem Organismus nicht der nötige Sauerstoff zugeführt. Durch tiefes Atmen werden Körper und Hirn besser durchblutet, was den Kreislauf und dadurch unsere Arbeitsleistung verbessert.

Frühlingserwachen im Laufsport

Die Post hat ihr Engagement bei Swiss Runners für weitere drei Jahre verlängert. «Wir bewegen die Schweiz» heisst ihr Slogan. Für viele Pöstler(innen) ist die Teilnahme an einem Laufwettbewerb Antrieb für gesundheitsfördernde Trainingsstunden in freier Natur. Das Frühlingserwachen der Laufsportfamilie findet am Kerzerslauf vom 17. März statt. Dann folgt Lauf auf Lauf, wie unsere Ausschreibungen zeigen.

Laufengagement im Tessin

Die Post engagiert sich ab diesem Jahr neu als Sponsorin am Giro Media Blenio. Der Lauf gilt als Geheimtipp in Läuferkreisen und zeichnet sich durch seine gute Organisation aus. Jedes Jahr zieht die Veranstaltung über 1000 Personen am Ostermontag ins Bleniotal. Für

Postmitarbeitende stehen für die 10 Kilometer lange Laufstrecke Gratisstartplätze zur Verfügung. Eine gute Gelegenheit, die Ostertage im

wunderbaren Tessin zu verbringen. Weitere Infos zum Lauf unter www.mediablenio.com. Anmeldungen mit Talon unten. (ms)

Ski und Fun in Andermatt



Der Winter meldete sich gerade rechtzeitig zurück. Die 70 Wintersportfreunde, die am letzten Januar-Wochenende in Andermatt an den Skimeisterschaften des VSKPS teilnahmen, fanden beste Pistenverhältnisse vor. Und dank hervorragender Markierungen durch den Skiclub Andermatt fanden die «Ski-Asse» auch im dichten Nebel den schnellsten Weg durch die Tore.

Roger Putzi, Franziska Haldemann und Röbi Gantner standen am Schluss ganz oben auf den Podesten. Gantner gewann in den Disziplinen Slalom und Riesenslalom den Titel der «Alpinen Kombination». Putzi nahm an allen drei Rennen (Slalom, Riesenslalom und Langlauf) teil und sicherte sich den Titel der «3er-Kombination». Die Skirennen der Damen wurden von der Präsidentin der Skikommission dominiert. Franziska Haldemann aus Algetshausen gewann sowohl im Slalom wie auch im Riesenslalom und holte sich damit den Sieg in der «Alpinen Kombination».

Markus Grünenfelder siegte im Langlauf. Bei den Snowboardern flitzte der Allrounder Alfred Zurbrugg aus Frutigen als schnellster durch die Tore. Mit dem Reichenbacher Jürg Berger, dem Dritten im Snowboard, bestritt ein Athlet die Rennen sogar in allen vier Disziplinen: im Slalom, Riesenslalom, Langlauf und Snowboard!

Daniel Trachsel/red. hf

Ausführliche Infos unter www.vskps.ch

Läufe für Postmitarbeitende gratis

Giro Media Blenio vom 9. April 2007

Anmeldeschluss 15. März

- Männer 10 km Frauen 10 km

Luzerner Stadtlaf vom 28. April 2007

Anmeldeschluss 10. März

- Männer 5,6 km Runnig Geschätzte Laufzeit:
 Frauen 3,8 km Running Geschätzte Laufzeit:
 Frauen/Männer 2,1 km Walking
 Frauen/Männer 2,1 km Nordic-Walking

Jungfrau-Marathon vom 7./8. September 2007

Anmeldeschluss: 28. Februar 2007

- Männer-Marathon Geschätzte Laufzeit:
 Frauen-Marathon Geschätzte Laufzeit:

Grand Prix von Bern vom 12. Mai 2007

Anmeldeschluss 31. März

- 10 Meilen Running (16,093 km) Geschätzte Laufzeit:
 Altstadt GP Running (4,7 km) Geschätzte Laufzeit:
 Altstadt GP Walking/Nordic-Walking (4,7 km)

Winterthur Marathon vom 20. Mai 2007

Anmeldeschluss 6. April

- Marathon Running Geschätzte Laufzeit:
 Halbmarathon Running Geschätzte Laufzeit:
 10 km-Lauf Running Geschätzte Laufzeit:
 10 km-Lauf Walking/Nordic-Walking

Schweizer Frauenlauf vom 10. Juni 2007

Anmeldeschluss 26. April

- 10 km Running Ich brauche ein Bahnticket
 5 km Running
 5 km Nordic-Walking 5 km Walking Sport Geniesserin
 15 km Nordic-Walking 15 km Walking Sport Geniesserin

Bieler Lauftage vom 15./16. Juni 2007

Anmeldeschluss 26. April

- 100 km-Lauf
 Nachtwalking 38,5 km Biel – Oberramsern
 Nachtmarchon 42,195 km Halbmarathon 21,1 km
 Walking 14,5 km

Achtung: Falls Sie sich schon angemeldet haben, können wir Ihnen aus administrativen Gründen das Startgeld nicht mehr zurückerstatten. Die Anmeldungen werden an den Veranstalter weitergeleitet. Alle Unterlagen und Infos erhalten Sie anschliessend vom Veranstalter. Wer sich anmeldet, verpflichtet sich, am Lauf teilzunehmen. Wer dennoch nicht am Lauf teilnimmt, dem wird das Startgeld in Rechnung gestellt.

| | | |
|----------------------|----------------------------|------------------|
| Name: | Vorname: | |
| Personal-Nr.: | Telefon: | Jahrgang: |
| Strasse, Nr.: | PLZ, Ort: | |
| E-Mail: | Datum/Unterschrift: | |

Talon einsenden an: Die Schweizerische Post, Laufsport UK22, Viktoriastrasse 21, 3030 Bern

Hinweis: Sie können sich auch direkt über das Intranet, Marktplatz/Tickets und Veranstaltungen, anmelden.

«Post ohne Grenzen» – ein Fest für alle

Anita Röthlisberger (28) arbeitet gerne in Projekten – beruflich und in der Freizeit. Den Event «Post ohne Grenzen», eine Idee des VSKPS, will die PostMail-Mitarbeiterin zusammen mit einem kleinen Team bis im Sommer 2007 auf die Beine stellen.

Interview: Hans-Ulrich Friedli / Bild: Michael Flückiger

Am 18. August 2007 führt der Verband Sport und Kultur Post Schweiz (VSKPS) im nationalen Sportzentrum in Huttwil einen sportlich/kulturellen Anlass unter dem Motto «Post ohne Grenzen» durch. An diesem Tag der Bewegung, mit Sport, Spiel, Musik und Spass können die Mitarbeitenden der Schweizerischen Post und ihrer Konzerngesellschaften zusammen mit Angehörigen, Kindern und Freunden Geselligkeit und Kameradschaft pflegen. Wie die Idee entstanden ist, verrät uns Anita Röthlisberger.

Frau Röthlisberger, wie ist die Idee «Post ohne Grenzen» entstanden?

Während eines Mittagessens mit meinem Kollegen Daniel Trachsel (Leiter Sales Support bei PostMail Verkauf Mittelland und Mitglied des Vorstandes VSKPS: die Red.) kamen wir auf die sportlichen Aktivitäten unseres Verbandes zu sprechen. Da er wusste, dass ich aktiv Sport treibe, präsentierte er mir seine Idee: Wie können wir möglichst viele Postmitarbeitende für das Mitmachen am sportlichen Plauschanlass gewinnen? Und schon war die Initialzündung zum Event «Post ohne Grenzen» und zu einer neuen Herausforderung in meiner Freizeit erfolgt.

Und Sie waren als OK-Leiterin nominiert?

So ergeben sich Zufälle. Daniel Trachsel glaubte nicht nur, dass ich als begeisterte Inline-

skaterin sportlich bei «Post ohne Grenzen» eine Rolle spielen könnte. Er kennt meine berufliche Tätigkeit und weiss, dass ich gerne in Projekten arbeite, mich in Projektmanagement weitergebildet habe. Da lag es auf der Hand, mir auch die Organisation des Anlasses anzuvertrauen. Ich musste also nur noch «Ja» sagen, denn ich war sofort überzeugt von der Idee. Und da ich seit November 2006 dem Vorstand des VSKPS angehöre, habe ich mich bereit erklärt, das OK für «Post ohne Grenzen» zu führen.

Welche Ziele wollen Sie mit «Post ohne Grenzen» erreichen?

Wir hoffen, mit dem Spieltag vor allem den Zusammenhalt, den Teamgedanken unter Mitarbeitenden und Kollegen – auch in ihrer Freizeit – fördern zu können. Vielleicht können wir sogar helfen, das Betriebsklima zu verbessern. Gleichzeitig können wir den Pöstlerinnen und Pöstlern auch aufzeigen, dass wir im Verband Sport und Kultur Post für sie sinnvolle, attraktive Freizeitaktivitäten unterstützen. Wir verharren nicht auf eingefahrenen Gleisen, sondern erkennen die Trends der Zeit und halten mit dem veränderten Freizeitverhalten der Jugend Schritt.

Wie sind sie zum Austragungsort Huttwil gekommen?

Huttwil verfügt über ein grosses nationales Sportzentrum mit entsprechender Infrastruktur. Der Ort ist innerhalb der Schweiz zentral gelegen und mit dem öffentlichen Verkehr wie mit dem Auto gut zu erreichen. Zudem fanden wir dort ein ideales Gelände für alle vier Disziplinen des Postathlons vor. Wir konnten Rundstrecken für Rennvelo, Mountainbike, Inline und den Lauf festlegen, die auch für die Zuschauer äusserst attraktiv sind.

Können Sie im OK auch Synergien zu Ihrem Beruf und zur Post nutzen?

Ja, das ist für mich sehr nützlich. Einerseits kann ich meine Kenntnisse und Erfahrungen



Anita Röthlisberger: «Mit dem Sport-, Spiel- und Plauschtag 'Post ohne Grenzen' wollen wir neue Ideen verwirklichen.»

des Projektmanagements nutzen. Andererseits erfahren wir grosse Unterstützung durch das Sportsponsoring der Post. Marcel Stauffer, zuständig für den Laufsport, unterstützt uns im Organisationskomitee logistisch und bei der Planung der Laufstrecke. Und auch bei der Werbung für den Anlass gibt er uns wertvolle Tipps. Durch mein Kontaktnetz innerhalb der Post konnte ich zudem Kollegen motivieren, mich bei der Umsetzung betreffend Streckenwahl, Werbegestaltung, Bandauswahl und Verpflegungsorganisation zu unterstützen. An dieser Stelle herzlichen Dank an mein Team.

Erwarten Sie am 18. August eine grosse Beteiligung?

Das ist heute noch schwierig zu beantworten. Wir führen «Post ohne Grenzen» schliesslich zum erstenmal durch. Hoffentlich wirkt sich die Kombination von Plausch und Wettkampf, von Geselligkeit, Sport, Spiel und Unterhaltung auf viele Postmitarbeitende attraktiv und motivierend aus. Familien erleichtern wir die Teilnahme, indem wir für die Kinderbetreuung sorgen und Kinderprogramme auf die Beine stellen. Kurz: Liebe Postmitarbeitende, kommt am 18. August 2007 mit uns nach Huttwil, macht mit und geniesst mit euren Angehörigen einen unbeschwerten Sommertag.

→ Weitere Informationen zu «Post ohne Grenzen» und Anmeldeunterlagen finden Sie in der Beilage dieser Zeitung. Infos auch unter www.vskps.ch

Das ist Anita Röthlisberger

| | |
|------------------|---|
| 1996 | Lehre als Betriebsassistentin in Lützelflüh und Langnau i. E. |
| 1997–2001 | Betriebsassistentin in 3000 Bern 22 |
| 2001 | Teilprojektleiterin bei «Transporte», nationale Schienenplanung |
| 2002–2005 | Systemverantwortliche für Geo-Daten bei PostMail, Zustellung |
| seit 2005 | Junior Projektleiterin im Projektmanagement-Team PostMail |
| seit 2006 | im Vorstand des Verbandes Sport und Kultur Post Schweiz (VSKPS) |
| Hobbys: | Inlineskating, Mountainbiking, Nordic-Walking, Sport allgemein |

Jumbo-Tombola – Postidea beschert Preise!



Tanja Kindlimann, Poststelle Winterthur 6 Töss, gewann den Hauptpreis.

Über 4000 Mitarbeitende haben mit ihren gesammelten Postidea-Punkten an der Jumbo-Tombola vom 31. Januar 2007 teilgenommen. 501 Gewinnlose mit einer Gewinnsumme von insgesamt Fr. 20 000.– produzierten ebenso viele glückliche Gewinnerinnen und Gewinner. Das Preissortiment reichte vom Weekend im Luxus-Hotel über Eintrittskarten an die Davidoff Swiss Indoors, Sprünge aus 4000 Metern Höhe, musikalischen Gutscheinen bis hin zu Kinoterlebnissen und Postidea-Memory-Sticks. Frau Tanja Kindlimann, Poststelle Winterthur 6 Töss, hat den Hauptpreis, drei Nächte für zwei Personen in einer exklusiven Junior-Suite des Hotels PALACE LUZERN, im Wert von Fr. 3500.– gewonnen. Herzliche Gratulation!

Alle anderen Gewinnerinnen und Gewinner werden in diesen Tagen persönlich benachrichtigt und erhalten ihre Preise zugestellt. Eine vollständige Liste der Gewinnlose finden Sie im Intranet unter Postidea/Infobox. Künftig wird in regelmässigen Abständen eine Postidea-Tombola über die Bühne gehen. Die nächste Ziehung ist Anfang Juli 2007 geplant. Alle Postidea-Punkte aus bis am 30. Juni abgeschlossenen Ideen werden daran teilnehmen!

Reichen Sie Ideen ein und steigern Sie Ihre Gewinn-Chance!
Martin Kuenzi

Erfolgreiche gelbe Solothurner Filmtage

45 000 Besucher sind in der letzten Januarwoche nach Solothurn geströmt, um Schweizer Filme zu sehen. Das sind 1000 mehr als im letzten Jahr. Darüber freut sich nicht nur Festivaldirektor Ivo Kummer, sondern auch die Post. Als einer der Hauptsponsoren war sie erneut präsent in der ganzen Stadt, die vielerorts in gelbes Licht getaucht war. Gelb ist seit vielen Jahren bereits die Farbe der Filmtage. Nicht nur farblich passt das Engagement der Post, auch die hohe Qualität der Filme und des Anlasses sprechen für ein langjähriges Engagement der Post im Filmbereich. Der erstmals verliehene Publikumspreis des Festivals ging



Elisabeth Kopp nahm in Solothurn persönlich teil an der Premiere des Dokumentarfilms über ihre Zeit als Bundesrätin.

an «Vitus» von Fredi M. Murer. Insgesamt gab es während sieben Tagen in neun Spielstätten 297 Filme zu sehen.

Michael Wiget / Bild: Keystone

Eine erspriessliche Zusammenarbeit



Stolze Pioniere und Entwickler von YellowMap: v.l. Jean-Noël Pasche (GIS), Simon Dutoit (boesner) und Prof. Hans-Jörg Stark (FHNW).

YellowMap ist eine innovative und «pragmatische» Software, welche komplexe und umfangreiche Datensätze in anschaulicher

Form kartografisch umsetzt (s. auch Seite 9). Sie entstand aus der erfolgreichen Zusammenarbeit zwischen dem Kompetenzzentrum GIS der Post in Genf und der Fachhochschule Nordwestschweiz in Muttenz; dies dank dem guten Dialog mit KMU-Kunde boesner, welcher dem GIS seine Bedürfnisse erklärte. Am 6. Februar 2007 konnte nun in Muttenz auf diese erstmalige und vielversprechende Zusammen-

arbeit in der Geschichte der Post angestossen werden.

Text und Bild: Corinne Haller-Wirth

**Jetzt 2 x profitieren!
Kurzferien
zum Spezialpreis**

Besuchen Sie den **Marktplatz im Intranet** oder rufen Sie uns an:
Tel. 0848 11 12 13

PostAuto Schweiz AG
Reisen und Freizeit

PostAuto
DIE POST+

Kommunikation: wie weiter?

Welches sind Chancen und Risiken der neuen elektronischen Kommunikationsformen? Mögliche Antworten gabs am Kommunikationstag 2007.

Text: **Emmanuelle Brossin** / Bilder: Michael Flückiger

Gegen 150 Kommunikations-Profis der Post trafen sich am 25. Januar in Schönenwerd (SO) zum Tag der Kommunikation 2007. Blogs, E-Paper, Wikis, Podcasts und mehr standen im Mittelpunkt der Diskussionen. Welche Möglichkeiten eröffnen diese neuen Kommunikationsinstrumente den Unternehmen? Können wir unsere Kommunikationsziele mit den elektronischen Mitteln besser erreichen? Fragen über Fragen, die sich in Workshops und Präsentationen stellten. Via Bildschirmübertragung erklärte Konzernleiter Ulrich Gygi, dass es weniger auf die Hilfsmittel ankomme als auf die zu vermittelnden Werte der Post: Diese müssten weiterhin transparent, verständlich und auf die Zielgruppen gerichtet kommuniziert werden.

Die Präsentationen sind im Intranet ersichtlich (UK/Leistungen/Veranstaltungen/Kommunikationstag 2007).



Das Organisationsteam mit Christian Linder, Sabine Glauser und Patrick Rieder zeigt sich zufrieden.



Ruedi Blankschön und Regula Kern.



Daniel Mollet, Leiter Unternehmenskommunikation Post.



Jan Hennin setzt neuste Technologie ein.



Angeregte Diskussion am Rande der Workshops.



Jennifer Zwahlen (2.v.r.) zog die glücklichen Gewinner: Ulrich Hofstetter (l.) erhielt aus den Händen der beiden Moderatoren Corinne Vogelsang und François Tissot-Daguette den 1. Preis des Wettbewerbs.



Bernhard Salzmann, Béatrice Brühlhart, Ruedi Bösch und Claude Bruderer von PostMail (v.l.n.r.) im Gespräch.

Gut Ding will Weile haben

2006 kamen einige Alben auf den Markt, auf die wir etwas länger warten mussten: Oasis, Red Hot Chili Peppers, Brian Wilson und viele andere. Doch das am sehnlichsten erwartete Album ist eindeutig das von Sean Lennon, dessen erstes Werk «Into the Sun» 1998 veröffentlicht wurde.

Acht Jahre mussten wir auf dieses Album warten, aber es hat sich gelohnt! «Friendly Fire» ist ohne Zweifel das Album des Jahres 2006. Ein wahres Britpop-Album, bei dem das Erbe der Beatles manchmal zum Vorschein kommt, ohne sich dabei zu sehr aufzudrängen. Auf «Into the Sun», seinem ersten Album, war Sean Lennon experimenteller und mischte verschiedene Stile. Als Sohn des Leaders der «Fab Four» ist es nicht gerade einfach, seinen eigenen Stil zu finden, aber Sean Lennon ist dies mit «Friendly Fire» gelungen. Wenn man zum ersten Mal in das Album Reinhört, ist man sofort



in einer eigenen Welt. Durch die Gitarren- und Klavierklänge im Vordergrund, die von Gesang und Percussion umrahmt werden, entsteht eine weiche, melancholische Atmosphäre. Diese harmonisiert gut mit den manchmal ergreifenden, manchmal bewegenden Texten der stets melodiosen Songs.

Das Album «Friendly Fire» enthält eine DVD mit 12 Kurzfilmen, einen für jeden Titel.

Diese Videoclips ergeben einen zusammenhängenden Film, wenn man sie aneinanderreihet. Das Besondere ist, dass diese CD/DVD-Version nicht limitiert ist und nicht mehr kostet als eine gewöhnliche CD. Ein Schmaus für Ohren und Augen.

Sean Lennon/Friendly Fire
Distribution/EMI Capitol

Stéphane Hirt

Jazzfestival in Bern

Entdecken Sie die faszinierende Welt des Jazz am 32. Internationalen Jazzfestival in Bern. Vom 12. März bis 20. Mai steht die Berner Kulturszene ganz im Zeichen des Jazz. Geniessen Sie Weltgrößen im unvergleichbaren Ambiente des Marian's Jazz Room. Berühmtheiten wie B.B. King, Lionel Hampton oder Herbie Hancock gaben sich in der Vergangenheit in Bern die Ehre. Auch in diesem Jahr konnten die Organisatoren namhafte Künstler verpflichten, wobei Namen wie Michel Camilo, Ahmad Jamal oder Svend Asmussen herausragen.

Vergünstigung für Post-Mitarbeitende

Post-Mitarbeitende profitieren von einer Vergünstigung von 20 Prozent auf allen Eintrittskarten. Gegen Vorweisung des Personalausweises erhalten sie bei der Vorverkaufsstelle im Hotel Innere Enge (Mo–Fr, 10–14 Uhr) die entsprechende Ermässigung. Bei Bestellungen per E-Mail an info@jazzfestivalbern.ch oder per Telefon 031 309 61 61 ist der Vermerk «Post-Rabatt 2007» anzubringen. (ns)

→ Weitere Informationen:
www.jazzfestivalbern.ch

Spezialangebot für Mitarbeitende und Pensionierte der Post

Blumen zaubern den Frühling herbei



1 Titel: Calle 2
Künstler: Giberna
70 x 70 cm



2 Rose con foglie
Künstler: Gianola
70 x 70 cm



3 Magnolie
Künstler: Gianola
70 x 70 cm



4 Dalie
Künstler: Gianola
70 x 70 cm

Das Kunsthandelsunternehmen «Inter Argus» aus Oberwil BL (www.inter-argus.ch) bietet den Mitarbeitenden und Pensionierten der Post Bilder (Repliken bekannter Künstler) zu einem besonders günstigen Preis an. Die Bilder sind im passenden Goldrahmen hinter Glas erhältlich.

Mitarbeitende und Pensionierte der Schweizerischen Post bezahlen für die abgebildeten und weitere Werke je 240.– Franken, was einem **Mitarbeiterrabatt von 30 Prozent** entspricht. Die Lieferung erfolgt franko Haus.

Sämtliche verfügbaren Bilder sind im Internet unter www.inter-argus.ch ersichtlich.

Bestelltalon Kunstbilder

Ich bestelle Bild(er):

1 Calle 2

2 Rose con foglie

3 Magnolie

4 Dalie

Name:

Vorname:

Strasse, Nr.:

PLZ, Ort:

Telefon:

Personalnummer:

Ich bin pensioniert

Talon einsenden an: InterArgus, Handel mit Kunst, Langegasse 50, 4104 Oberwil BL.

Ausbildungsoffensive bei den Poststellen

Poststellen und Verkauf (PV) startet dieses Jahr mit ESCOLA ein breit angelegtes Ausbildungsprogramm. Die Führungskompetenz der Mitarbeitenden steht im Zentrum. Verena Thomi-Weyermann, Projektleiterin ESCOLA, erklärt warum.

Interview: Daniel Roulier / Bilder: Simon Betschart



Das ESCOLA-Team: Francine Sciboz, Sonia Simpatico, Annemarie Gäumann, Benoît Curty, Andrea Flück, Verena Thomi-Weyermann.

Die Post bietet ein breites Weiterbildungsangebot. Wozu braucht Poststellen und Verkauf ein eigenes Ausbildungsprogramm?

PV ist auf gut qualifiziertes Personal angewiesen – in Zeiten der Veränderungen sowieso. Vor allem für die Führungspersonen in den Poststellen haben wir in der Vergangenheit zu wenig gemacht. Mit ESCOLA lancieren wir eine breite, auf die Bedürfnisse des Bereichs ausge-

richtete und praxisorientierte Ausbildungs-offensive.

Sie sagen, die Ausbildung sei spezifisch auf PV zugeschnitten. Was meinen Sie damit?

Wir haben genau abgeklärt, wo und wie wir unsere Mitarbeitenden in ihrer täglichen Arbeit unterstützen können. Themen wie z. B. Marketing, Rechnungswesen oder Personalführung bearbeiten wir an konkreten Beispielen aus dem Poststellenalltag. Einige Teilnehmende benutzen die Lehrgangsunterlagen bereits als «Ratgeber» für den Alltag. Das zeigt uns, dass wir mit Lernstoff und Methodik richtig liegen.

Was ist eine solche PV-Ausbildung ausserhalb der Post wert?

Mit ESCOLA betreiben wir nicht einfach eine PV-Nabelschau. Wir verknüpfen die Beispiele aus dem Berufsalltag immer auch mit den theoretischen Grundlagen und der entsprechenden Fachliteratur. Das ESCOLA-Zertifikat hat sicher nicht den Stellenwert eines Fachausweises oder Diploms. Ich bin aber überzeugt, dass es als Kompetenznachweis auf dem Arbeitsmarkt etwas zählt.

Sie haben bereits mit verschiedenen Pilotlehrgängen begonnen. Ihre Zwischenbilanz?

Das Echo ist äusserst positiv. Die Teilnehmenden finden die Lehrgänge anforderungsreich und spannend. Das freut uns natürlich.

PV hat rund 18 000 Mitarbeitende. Wollen Sie die alle schulen?

Wir möchten so viele Mitarbeitende wie möglich ausbilden. Aber klar, wir haben nicht unbegrenzte Kapazitäten. Deshalb werden wir uns in erster Linie auf diejenigen Mitarbeitenden konzentrieren, die motiviert sind, bei denen wir das nötige Potenzial spüren und die in der entsprechenden Funktion arbeiten.

ESCOLA ist ein Grossprojekt. Kriegen Sie externe Hilfe?

Ja, wir arbeiten mit Partnern ausserhalb der Post zusammen. Die Ectaveo AG hat die massgeschneiderten Lehrgänge entworfen. Andere Partner haben uns beim Erstellen der Unterlagen und beim Aufbau der virtuellen Lernplattform unterstützt.

In einigen Lehrgängen unterrichten auch PV-Kader. Sind die PV-Chefs gute Fachdozierende?

Ja, eindeutig. Und der Austausch bringt beiden Seiten viel, in den Diskussionsrunden kommen ja aktuelle Themen zum Zug. Die Chefs nehmen ihren «Lehrauftrag» jedenfalls sehr ernst – beim einen oder anderen war gar ein bisschen Lampenfieber zu spüren!



«ESCOLA ist keine PV-Nabelschau.» Verena Thomi-Weyermann, Projektleiterin von ESCOLA, dem Ausbildungsprogramm von PV.

Das ist ESCOLA

Mit ESCOLA will PV seine Mitarbeitenden systematisch fördern und für zukünftige Aufgaben fit machen. ESCOLA ist in drei Phasen gegliedert. Die Phase 1 «Einstieg» steht allen Mitarbeitenden offen und setzt auf Selbststudium. Die Phase 2 «Basis» richtet sich an Teamverantwortliche, die Phase 3 «Aufbau» ans mittlere Kader. Alle drei Phasen werden dreisprachig geführt. Nach einer längeren Pilotphase geht es im März mit der Ausschreibung der Phase 1 Einstieg richtig los. Bis Ende 2007 fallen dann die Startschüsse zu den Phasen 2 Basis und 3 Aufbau.

→ **Weitere Informationen:**
Intranet PV > ESCOLA

40 Jahre Treue zur Post



Ugo Consolascio

Specialista logistica spartizione
RRL Locarno
6600 Locarno (01.01.)



Kurt Heller

Mitarbeiter Zustellung
Briefzustellfiliale
8762 Schwanden GL (01.02.)



Josef Inauen

Mitarbeiter Zustellung
Briefzustellregion
9400 Rorschach (01.02.)



Alice Kancler

Poststellenleiterin ad interim
Poststelle
8411 Winterthur 11 (01.02.)

Poststellen und Verkauf

Reinhold Burri, Riggisberg; Franz Hugener, Oberägeri; Arnold Walther, Hägendorf; Anton Hasler, Kilchberg ZH; Hugo Opprecht, Oberaach.

PostLogistics

Heinz Amman, Bern; Fabio Maggetti, Cadenazzo; Hugo Schmid, Frauenfeld; Steiner Beat, St. Gallen.

PostMail

Paul-André Aebischer, La Tour-de-Peilz;

Daniel Bolomey, Monthey; François Hänggeli, Yverdon; Laurent Martinet, Lausanne; André Krummenacher, Ley-sin; Alois Lisibach, Kriens; Damian Wermelinger, Reiden; Pius Füglistaler, Berikon; Hans Häusler, Zürich; Kurt Heller, Schwanden GL; Josef Inauen, Rorschach.

Service House Post

André Brunner, Bern; Hugo Opprecht, Oberaach.

Wir gratulieren

100 Jahre

Hausmann Hélène, Ste-Croix (29.03.)

95 Jahre

Schmid Margrit, Bern (21.03.)

90 Jahre

Berger Ernst, Bern (16.03.)
Biétry André, Boncourt (13.03.)
Eugster Alois, Gossau (30.03.)
Ischer Ernest, Liebfeld (29.03.)
Pfenninger Karl, Zürich (04.03.)
Rossini Amelio, Scareglia (28.03.)

85 Jahre

Aeberhard Paul, Biel/Bienne (28.03.)
Albisser Wilhelm, Basel (10.03.)
Alig Martin, Volketswil (25.03.)
Barman Francesca, Viganello (08.03.)
Gergely Andreas, Zollikofen (09.03.)
Giger Josef, Schaffhausen (03.03.)
Haab Hans, St. Gallen (11.03.)
Henny Gaston, Lausanne (31.03.)
Mangili Mario, Melano (27.03.)
Monney Pierre Louis, Genève (02.03.)
Progin Joseph, Schmitten FR (20.03.)
Ritzmann Elisabeth, Beringen (13.03.)
Rudin Peter, Witterswil (10.03.)
Straumann Ernst, Basel (26.03.)
Zurbuchen Albert, Bern (21.03.)

80 Jahre

Allenbach Daniel, Les Brenets (31.03.)
Beutler Otto, Bern (16.03.)
Bienz Klara, Bern (11.03.)
Bonvicini Luciana, Carabietta (30.03.)
Brändle Anna, Speicherschwendli (06.03.)
Brunner Walter, Dietikon (19.03.)
Brunschwiler Josef, Zürich (19.03.)
Bussy Marcel, Crissier (28.03.)
Camenzind Adalbert, Gersau (18.03.)
Carnal Gaston, La Chaux-de-Fonds (12.03.)
Dal Col Martha, Hinteregg (04.03.)
Dettling Georg, Zürich (05.03.)
Dumauthioz Marguerite, Vuiteboeuf (27.03.)
Egger Hans, Rüschegg Heubach (29.03.)
Egger Josef, Willisau (17.03.)
Eymann Kurt, Liebfeld (17.03.)
Fawer Marcel, Yverdon (30.03.)
Fernandez Dolores, Gijon (16.03.)
Feurer Hans, St. Gallen (10.03.)
Fragnière Francis, Veysonnaz (27.03.)
Gertsch Kurt, Zürich (22.03.)
Gudet Arnold, Les Diablerets (25.03.)
Guggisberg Albert, Kirchlindach (28.03.)
Huser Georg, Romanshorn (23.03.)
Imholz Emil, Stein am Rhein (13.03.)
Knöpfli Hans Otto, Zürich (11.03.)
Kuhn Werner, Liebfeld (05.03.)

Lehner Roman, Flawil (09.03.)
Morard Charles, Sion (29.03.)
Näf Jakob, Winznau (12.03.)
Péquignot Robert, Les Enfers (05.03.)
Petter Rosalie, Lugnorre (21.03.)
Rehmann Walter, Wettingen (31.03.)
Sauvageat Raymond, Moudon (07.03.)
Scheiwiler Josef, St. Gallen (22.03.)
Schindler Andree, Genève (07.03.)
Schöbi Elsa, Gossau SG (24.03.)
Schönenberger Josef, Zürich (08.03.)
Sottas Raphaël, Cully (27.03.)
Stocker Anton, Ettiswil (10.03.)
Straumann Rosmarie, Bettingen (14.03.)
Thrier Willy, Zürich (28.03.)
Thür Josef, Amriswil (01.03.)
Turtschi Hans, Neuhausen (01.03.)
Tüscher Jakob, Zollikofen (06.03.)
Wehrle Franz, Amriswil (04.03.)
Wietlisbach Urs, Dottikon (05.03.)
Wolf Hermann, Thalwil (20.03.)
Zberg Josef, Silenen (21.03.)

75 Jahre

Auf der Maur Antonia, Beringen (15.03.)
Beltracchi Giuseppina, St. Moritz (19.03.)
Bickel Heinz, Bellmund (17.03.)
Bieri Albert, Birsfelden (07.03.)
Binkert Hans, Cham (19.03.)
Bischof Karl, Grub SG (30.03.)
Böhlen Mathilde, Bassecour (03.03.)
Bösch Walter, Uster (28.03.)
Bühler Werner, Luzern (11.03.)
Chaillet Anne-Marie, Yverdon (10.03.)
Chardonens Paul, Petit-Lancy (17.03.)
Depuoz Robert, Liebfeld (04.03.)
Dubois Hélène, Grand-Lancy (02.03.)
Dummermuth Willy, Thun (11.03.)
Ecabert Georges, Corgémont (22.03.)
Egloff Paul, Abtwil SG (10.03.)
Fischer Josef, Allschwil (20.03.)
Fischer Veronika, Bern (23.03.)
Gabriel Ernst, Niederurnen (05.03.)
Gaignat Marie-Thérèse, Asuel (26.03.)
Gertschen Arthur, Verbier (24.03.)
Gianom Georg, St. Moritz (01.03.)
Gilgen Alfred, Uznach (31.03.)
Gräni Otto, Kriens (29.03.)
Groux Désiré, Corsier-sur-Vevay (20.03.)
Guntern Magdalena, Biel VS (19.03.)
Hofer Andreas, Monbiel (02.03.)
Hofmann Ida, Wolfhausen (23.03.)
Hurni Jean-Jacques, Lausanne (17.03.)
Iseli Werner, Uerikon (27.03.)
Isler Lilli Clara, Zürich (28.03.)
Jacquemai Karl, Basel (12.03.)
Jezler Nelly, Kloten (12.03.)
Kämpf Lina, Bern (03.03.)
Kaufmann Walter, Lauterbrunnen (20.03.)
Klauser Josefine, Zürich (15.03.)
Koller Ida, Haslen AI (16.03.)
Krebs Max, Thun (30.03.)
Lötscher Josef, Marbach LU (24.03.)
Marchand Roland, Châteline (29.03.)
Marti Hans, Attinghausen (12.03.)
Marti Fritz, Beinwil am See (22.03.)
Meier Josef, Aesch BL (17.03.)
Mérinat Thérèse, Olon VD (07.03.)
Meyer Hansulrich, Zürich (06.03.)
Mondada Beniamino, Minusio (09.03.)
Müller Ernst, Bolligen (14.03.)
Müller Gregor, Laupersdorf (05.03.)
Mullis Josef Anton, Bad Ragaz (04.03.)
Pfister Max, Winznau (05.03.)
Pittet Willy, Prahins (24.03.)
Pralong André Alfred, Signy-Grens (24.03.)
Pulfer Marie-Rose, Genève (24.03.)
Ramel Armand, Nyon (22.03.)
Roman Odette, Genève (01.03.)

Roulin André, Lonay (12.03.)
Rutzer Agnes, Buch b. Frauenfeld (21.03.)
Schertenleib Willi, Bern (15.03.)
Schmid Joseph, Naters (05.03.)
Schouwey Raymond, Petit-Lancy (04.03.)
Schrag David, Samstagern (09.03.)
Sertori Liliane, Melide (07.03.)
Stornetta Piergiorgio, S. Antonino (27.3.)
Strittmatter Bernhard, Oberegg (09.03.)
Tanner Hansrudolf, Hinwil (16.03.)
Tuena Claudia T., Curt Li (11.03.)
Valnegri Mario, Comano (22.03.)
Villamisar Jose, Culleredo (E) (11.03.)
Vollenweider Hansruedi, Hedingen (05.03.)
Wäber Bernadette, Fribourg (12.03.)
Weibel Jeremias, Worben (31.03.)
Widmer Hans, Heimiswil (23.03.)
Züger Martin, Oberägeri (04.03.)
Zuppinger Ruth, Wängi (16.03.)

Ruhestand

Poststellen und Verkauf

Hélène Ackermann, Porrentruy; Paula Bonjour, Founex; Pierre Mäder, Cressier NE; Annelise Matthey, Meyrin; Irene Balsiger Oezaltan, Köniz; Pia Baumann, Jegenstorf; Hanna Geiser, Urtenen-Schönbühl; Margrit Huber, Innertkirchen; Rita Limacher, Luzern; Kurt Neukomm, Horboden in Zwischenflüh; Hans Rudolf Schärer, Wildegg; Willi Schnidrig, Adelboden; Ernst Wanzenried, Erlenbach i. S.; Rosmarie Zeltner, Boswil; Maria Arpagaus, Sagogn; Paul Eugster, Oberaach; Uzra Haq, Benglen; Margaretha Hösli, Haslen GL; Ursula Isler, Hochfelden; Ursus Trinkler, Rickenbach-Attikon.

PostLogistics

Stanislaus Caduff, Oerlikon; Peter Peyer, Härkingen; Elisabeth Yerly-Mesot, Bulle.

Mobility Solutions AG

Paul Hermann, Bern.

Briefmarken und Philatelie

Verena Hiltbrunner-Hösli, Bern.

PostMail

Monique Bärlocher, Lausanne; Léon Despond, Lausanne; Gilles Fellay, Lausanne; François Hänggeli, Yverdon; Pierre Papilloud, Sion; Andreas Althaus, Burgdorf; Josef Fischer, Aarau; Marie-Theres Rössli-Elmiger, Wolhusen; Giuliana Di Liddo, Olten; Feriye Bülbül, Zürich; Walter Dubach, Regensdorf; Eugenia Ponti, Mendrisio.

PostAuto AG

Bock Hansruedi, Frauenfeld; Ott Erwin, Heiden.

PostFinance

Alice Finger, Bern; Jeannette Mugny-Mazza, Bulle; Claudia Manser, Bern; Albert Vonlanthen, Bern; Leonardo Agostoni, Bellinzona; Nicolao Pifferini, Bellinzona; Dora Locher-Künzli, Netstal.

Service House Post

Johanna Hofmann, Langnau i. E.; **Frieda Marending**, Bern; **Martha Neuen-schwander**, Krauchthal; **Ziya Ceylan**, Zürich; **Erna Hauser**, Wil SG; **Ursula Isler**, Hochfelden.

Wir trauern

Aktive

Poststellen und Verkauf

Elsbeth Bossard, Hirschtal, geb. 1953; **Andreas Eggimann**, Walkringen, geb. 1949; **Regina Huber**, Lostorf, geb. 1955; **Bruno Schmid**, Fehraltorf, geb. 1951; **Rosalba Marzaro**, Tesserete, geb. 1956.

PostLogistics

André Mayor, Daillens, geb. 1944; **Marlies Stuber**, Härkingen, geb. 1967; **Francis Villard**, Biel/Bienne, geb. 1947.

PostMail

Josef Schön, Basel, geb. 1950; **Jean-Marc Kretz**, Basel, geb. 1956; **Raymond Gigandet**, Basel, geb. 1945; **Kurt Thöni**, Brienz, geb. 1945; **Othmar Furger**, Chur, geb. 1955; **Christian Wieland**, Rorschach, geb. 1948.

Service House Post

Erich Schneider, Bern Schönburg, geb. 1947.

Pensionierte

Ackermann-Schaad Martha, Hägendorf *1922 + 28.12.
Amaudruz-Flühmann Marianne, Neuchâtel *1947 + 12.12.
Ammann Fritz, Roggwil BE *1938 + 17.12.
Bauer-Portmann Marie-Louise, Hörhausen *1919 + 19.12.
Benninger-Böhlen Myrtha, Galmiz *1929 + 23.11.
Berger Jean-Paul, Drône *1947 + 15.12.
Bieri Werner, Hilfikon *1917 + 04.12.
Bisquolm Therese, Luzern *1927 + 21.12.
Bleiker Ulrich, Buchs SG *1920 + 01.01.
Boppart Jakob, Balsthal *1919 + 26.12.
Bovey André, Lausanne *1918 + 12.12.
Bucheli Hans, Luzern *1922 + 07.12.
Cornu Rodolphe, Romont FR *1921 + 22.12.
Dörig-Speck Mina, Appenzell *1917 + 09.11.

Elsener-Camperi Lucia, Langnau am Albis *1925 + 31.12.
Felber Anna, Zürich *1919 + 25.11.
Fischer-Pless Anna, Steinmaur *1913 + 07.12.
Forni Franco, Brissago *1930 + 07.01.
Fragnière Marie-Rose, Bulle *1916 + 28.12.
Gran Gilbert, Meyrin *1928 + 06.11.
Haefeli Johann, Basel *1922 + 15.12.
Haudenschild Otto, Zuchwil *1933 + 22.12.
Hauser-Chambrier Nelly, Chésereux *1918 + 21.12.
Henry Jean, La Rogivue *1918 + 14.12.
Hugentobler Regula, Zürich *1945 + 21.12.
Jud Herbert, Heiden *1936 + 18.12.
Laino-Sassano Carmine, Bäretswil *1932 + 22.12.
Löffel Bruno, Viganello *1919 + 11.12.
Mäder Robert, Konolfingen *1927 + 29.11.
Manser-Knechtle Gertrud, Wil SG *1935 + 15.11.
Mullis Walter, Mels *1935 + 12.12.
Parisod Jean-Paul, La Croix (Lutry) *1943 + 23.11.
Paroz Marc, Saicourt *1919 + 21.12.

Pheulpin Noël, Biel/Bienne *1934 + 28.12.
Quiquerez-Sasse Denise, Damvant *1922 + 12.12.
Rainoldi-Ceppi Angela, Sonvico *1913 + 11.12.
Rehli Christian, Chur *1931 + 11.01.
Ryf Hans, Bern *1914 + 15.12.
Schaffner Fritz, Ormalingen *1915 + 11.12.
Schweizer-Kummer Martha, Walterswil SO *1911 + 07.12.
Serex Paul, Zürich *1924 + 14.12.
Stampfli Linus, Muttetenz *1909 + 30.11.
Stauffer Yvette, Valeyres-Montagny *1921 + 07.12.
Steiner Eric, Bonnefontaine *1928 + 30.12.
Steiner Werner, Goldswil *1928 + 28.12.
Tomasoni Hans-Peter, Embrach *1946 + 15.12.
Traber-Mick Luise, Ottikon *1912 + 14.12.
Veil René Emil, Boswil *1935 + 25.11.
Walter Arnold, Zürich *1922 + 18.12.
Widmer-Bieri Marie, Emmenbrücke *1918 + 20.12.
Widrig Emil Robert, Bad Ragaz *1931 + 01.01.

Spezialangebot für Mitarbeitende und Pensionierte der Post

3 Übernachtungen zum Preis von 2 Nächten



Hotel Solaria***, Bivio, ab CHF 141.– pro Person

Das Hotel Solaria ist ein traditionelles Familienhotel am Julierpass, nur 20 Autominuten von St. Moritz entfernt. Es ist ein ideales Ausflugsziel für Wanderungen aller Ansprüche. Erleben Sie die Bergwelt auf historischen Wanderwegen oder einem Ritt mit den hoteleigenen Pferden. www.minotel.com/ch115

| Preise pro Person inkl. Frühstück | 3 Nächte in CHF | Zusatznacht |
|-----------------------------------|-----------------|-------------|
| 1.–30.4.07 | | |
| Doppelzimmer | 173.00 | 86.00 |
| Einzelzimmer | 259.00 | 130.00 |
| 1.5.–28.10.07 | | |
| Doppelzimmer | 141.00 | 70.00 |
| Einzelzimmer | 211.00 | 105.00 |



Hotel Suisse***, Poschiavo, ab CHF 119.– pro Person

Das Hotel Suisse zeichnet sich für seine gemütliche Atmosphäre und ausgezeichnete Küche aus. Die Schneeregion des Berninamassivs liegt nur 25 km von den Veltliner Weinbergen entfernt. Ideal für Spaziergänge und Wanderungen sowie Ausflüge ins Veltlin und ins Oberengadin. www.minotel.com/ch164

| Preise pro Person inkl. Frühstück | 3 Nächte in CHF | Zusatznacht |
|-----------------------------------|-----------------|-------------|
| 1.2.–31.05.07 | | |
| Doppelzimmer | 119.00 | 60.00 |
| Einzelzimmer | 178.00 | 89.00 |
| 1.6.–25.10.07 | | |
| Doppelzimmer | 151.00 | 76.00 |
| Einzelzimmer | 227.00 | 113.00 |



Hotel Schiff am Rhein***, Rheinfelden, ab CHF 151.– pro Person

Das Hotel Schiff mit seiner schönen Terrasse liegt direkt am Rheinufer. Kombinieren Sie eine Führung durch die Theater- und Musicalstadt Basel mit einer Schifffahrt auf dem Rhein. Der Besuch der Römerstadt Augusta Raurica in Augst ist ebenfalls sehr empfehlenswert. www.minotel.com/ch165

| Preise pro Person inkl. Frühstück | 3 Nächte in CHF | Zusatznacht |
|---|-----------------|-------------|
| 1.2.–19.12.07 (Anreise nur freitags) | | |
| Doppelzimmer | 151.00 | 76.00 |
| Einzelzimmer | 227.00 | 113.00 |



Hinweise

- Dieses Angebot gilt **exklusiv für Mitarbeitende und Pensionierte der Schweizerischen Post** sowie alle zum gleichen Zeitpunkt reisenden Begleitpersonen.
- **Personalgutscheine** werden an Zahlung genommen.
- Kinderpreise auf Anfrage.

Ihre Buchungsstelle

PostAuto Schweiz AG
Reisen und Freizeit
Tel. 0848 11 12 13

reisen@postauto.ch

Auto

Renault Clio 1.4, Jg. 95, 133 000 km, rot, neue W'pneus, ab Service + MFK, inkl. Vignette, Fr. 2500.–. Tel. 076 573 88 85, Goldau

Nissan Pathfinder 2.5 SE, Jg. 06, 5000 km, blau, 7 Pl., AHK-Kugel, Fr. 48 000.–. Tel. 079 218 55 71

Mitsubishi 1300 GLXi, Jg. 95, 96 790 km, blau, W'räder, Alufelgen ohne Pneu, Heckspoiler, Fr. 4700.–. Tel. 079 379 32 00

Fiat Stilo 1.8, année 03, 51 000 km, jaune, 14 900 fr. Tel. 032 355 28 16

Fiat Panda 1000, année 92, 90 000 km, blanche, bon état, 2400 fr. Tel. 022 771 24 13

Fiat Scudo 1.9 TD, Jg. 98, 58 000 km, h'blau, neuer Motor + Turbolader, ab MFK, Fr. 10 600.–. Tel. 079 206 05 70

Oldtimer Plymouth, 4 Zyl., 2.3 l, Jg. 32, teilrestauriert, Preis nach Angebot. Tel. 076 304 55 65

Mitsubishi Colt 1.3 Silver, Jg. 02, 54 000 km, 8fach bereift, mit neuen Pneus + Alufelgen, neue Batterie, R/CD, Klima, Fr. 10 200.–. Tel. 079 204 38 69

Zu vermieten/verk.: Wohnwagen Dehtleffs C 560 SK, Stellpl. Türlersee, 100 m², Vorzelt, Inv. 4/99, Verm. Saison 07 Fr. 4650.–, VP Fr. 18 320.–. Tel. 044 737 02 45, martin.walther@flashcable.ch

Golf GTI 2.0, Jg. 93, 241 000 km, schwarz, 3-türig, Klima, Servo, MFK 1/06, Fr. 2300.–. Tel. 076 533 10 14

Renault Master, Jg. 95, 98 000 km, weiss, 16 Pl., Carbestuhlung, Klima, AHK, Anhängelast 2000 kg, ab MFK, Fr. 11 800.–. Tel. 079 682 19 54

VW Passat 35i-C, Jg. 83, 200 000 km, grau met., Fr. 2000.–. Tel. 079 479 70 37

Winterpneus, neu: 4 x Michelin 175/65 R14 82T Alpin A2, Fr. 300.–; 4 Stahlfelgen zu Alfa 146, Fr. 100.–. Tel. 031 311 18 66

Motorrad / Velo

Roller Yamaha XC 125 Beluga, Jg. 95, 32 000 km, Motor rev., mit Koffer + Windschutzscheibe, Service + MFK, Fr. 1300.–. Tel. 079 669 74 15

City-Bike Tigra, Fr. 400.–; Damen-Velo, Nebenübersetzungen, Fr. 160.–. Tel. 078 612 85 31

Piaggio Hexagon, 125 ccm, Jg. 96, 8900 km, grün, Fr. 2000.–. Giuseppe Montemagno, Nauengasse 22, 8427 Rorbas

Honda XLR 125 Enduro, Jg. 00, 4000 km, schwarz-rot-weiss, wie neu. Tel. 079 255 15 69

Yamaha R1, Jg. 01, 9000 km, neue Pneus, gepflegt, Fr. 9400.–. Tel. 076 380 72 19

Roller Yamaha, 50 ccm, 16 700 km, guter Zustand, Preis nach Vereinbarung. Tel. 061 311 51 52

Mountainbike Jumper 760, für Pers. ab ca. 172 cm, 24 Gänge, Schaltung Shimano, vorne gefedert, ungebraucht, Fr. 750.–. Tel. 079 458 07 68, Region Rapperswil

Yamaha DT 125, Jg. 87, 44 700 km, rot-schwarz, abzuholen in Egg ZH, günstig. Tel. 078 612 56 19

Roller Piaggio ZIP 50/2000, Jg. 03, 8695 km, blau met., Topzustand, Fr. 1850.–. Tel. 052 649 23 85

Roller Honda SZX50X, 50 ccm, Jg. 01 18 000 km, gelb-schwarz, guter Zustand, Fr. 1500.–. Tel. 031 721 51 33

Honda CBR 500, Jg. 95, 37 000 km, Top Case + 2 Seitenkoffer, guter Zustand, ab MFK, Fr. 3200.–. Tel. 079 785 58 08

Roller Peugeot, Jg. 02, 24 000 km, mit S'- + W'pneus, ab Platz, Fr. 1400.–. Tel. 041 620 52 91

Velo Raleigh, grün, 3-Gang-Nabenschaltung, Abdeckplatte Kettenkasten vorhanden, guter Zustand, Fr. 200.–. Dominik Holeiter, St. Jakobs-Str. 59, 4052 Basel

Elektronik / Film

Minolta Dynax 700si, Objektiv AF 28–80, UV-Filter, Handbuch, rev., Topzustand, Fr. 150.–. Tel. 061 941 19 51

Stereoanlage Technics, Turm: Radio, Tuner, CD, LP, Bändli, 2 Boxen, guter Zustand, pauschal Fr. 160.–. Tel. 044 302 68 21

Revox, 2-Spur, rev., an Sammler abzugeben, Fr. 250.–. Tel. 076 411 65 99

Musik / Sport

Damen-Bergschuh Raichle, Gr. 38, steigeisenfest, neuwertig, Fr. 100.–. Tel. 031 738 86 84

Schwyzerörgeli Stalder, Fr. 2000.–; Schwyzerörgeli Mauron, Fr. 3000.–. Tel. 062 723 66 47

Voilier DC 20, 6.70 x 2.25 m, 4 couchettes, moteur, bien équipé en voiles + accessoires selon inventaire, 10 000 fr. Tél. 024 434 18 37

LP-Sammlung, 200 Stk: Rock, Pop, Jazz, Blues, 60er + 70er J., Stones, Beatles usw. Tel. 062 875 00 49

130 Maxi-Singles, 7 Bravo-Kuschelrock-LPs, 300 div. LPs, Schlager-Singles, Topzustand, zum Abholen, Fr. 550.–. Tel. 079 454 19 43, 17-19 Uhr

Tenor-Saxophon Yamaha XTS-23, Lackierung leicht beschädigt, Fr. 300.–. Tel. G. 044 865 25 41

Karatgewändli, Gr. 140, weis, Preis auf Anfrage. Tel. 041 755 25 06

Eisrutscherli, Schlieferli, Damen-Schlittschuhe, Gr. 36. Tel. 076 480 76 58

Schlagzeug 2er, Imperial Orange Flitter, Fr. 150.–. Tel. 044 302 31 48

Akkordeon Record Grandioso, 5-chörig, rot, mit neuem Totter Midi, Fr. 3700.–. Tel. 026 684 16 13

Haus / Garten

Kerzenständer mit Gesteck, Liegestühle aus Holz, Klappstühle, Nähmaschinenunterteile Singer Sylvia Troisi, Schlossmühlstr. 3, 8408 Winterthur

3 Salontischli, abgestuft, aus Marmor, Fr. 100.–; 1 Klappbett, seitlich ausklappbar, Fr. 150.–. Tel. 081 723 58 72

Raclette/Partygrill Rotel, für 8 Pers., mit Natursteinplatte, Pfännli + Holzschauflern, 1x gebraucht, Fr. 30.–. Tel. 041 340 99 49

Cuiseur vapeur Kenwood, en inox, neuf, 360 fr. Tel. 027 306 36 31, 079 712 64 47

Strickmaschine Swiss Magic, Fr. 200.–. Tel. 062 797 02 77

Wasserbett Aqua Dynamic, Soft-Optima, Jg. 02, 200 x 200 cm, 2 x 50 Prozent, Fr. 2000.–. Tel. 034 493 44 70

Gartentisch, weiss, ausziehbar, mit 6 Stühlen, Sitzkissen + Tischset, Fr. 100.–. Monika Lüscher, Birchmattstr. 30, 5703 Seon

Schale Meissen, Tässli Rosenthal, alte Nähmaschine Mundlos, Ess-Service u. v. a. Tel. 055 640 20 63

Mixer Kenwood Ellipsis BL740, fabrikneu, Abholpreis Fr. 90.–. Tel. 062 396 13 06

Kochherd Tiba, Feuerung rechts, 3 Kochplatten; Eckbank 170 x 170 cm; Tisch, 110 cm, rund, ausziehbar; 4 Stabellen mit Kissen. Tel. 041 678 19 36

Ruhebett/Kanapee, Kirschbaum, 180 x 72 cm, Preis nach Vereinbarung. Tel. 061 601 96 38

Wok-Spezial, Betty Bossi, neuwertig, Fr. 20.–. Tel. 061 871 09 27

Seekiste, grau, 110 jährig, 97 x 49 x 50 cm, Fr. 200.–; Wand-Glasvitrine, Metall, weiss, 90 x 45 x 14 cm, Fr. 50.–. Tel. 031 901 04 32/079 640 23 00

Gasgrill, Typ Milano, neu, Fr. 300.–, Gasflasche gratis; Gartenstühle mit hoher Rückenlehne, Sitzkissen, neu, Preis nach Absprache. Kathrin Roth, Unterfeldweg 50, 3053 Münchenbuchsee

Dampfgerät Lavor Wash, neuwertig, mit allem Zubehör, Tel. 032 675 51 65

TV-Gerät, Stereoanlage, DVD, Videorecorder, Drucker/Kopiergerät, kleineres Möbelstück, Bücher- + CD-Regal usw., günstig. Tel. 079 380 19 17

Türabsperrgitter mit Türli, Betty Bossi Kochbuchhalter, Spätzler, Täschler, Raviolibrett. Tel. 076 480 76 58

Massage-Sessel, Kunstleder schwarz, mit Aufstehhilfe + Rollen; 6 Porzellanterler Meissner, mit Zwiebelmuster. Tel. 052 232 34 51

Williams-Schnapsfläschli aus Hergiswiler-Glas Roberto Niederer, Fr. 12.–; Schnapsflasche mit 3 Jodlern, Fr. 12.–; Was-serbarometer, Fr. 35.–. Tel. 041 458 16 62

Waschautomat Kenwood Mini S, 1–3 kg, passend unter Lavabo, Fr. 150.–. Tel. 052 318 18 41

Eckbank, Buche hell, 175 x 160 x 168 cm, schöner Stoff, guter Zustand, günstig. Tel. 044 821 39 80, abends

Div. elektr. Steckkabel; div. Kleinmaterial; Teppiche handgewebt, Bouclé + Läufer, div. Grössen. Postfach 7652, 6000 Luzern 7

Kostenlose Kleininserate

von Mitarbeitenden und Pensionierten der Post

Die bis zum **18.** jeden Monats eingegangenen Inserate werden in den Folgeausgaben veröffentlicht. Gewerbsmässige Inserate und Inserate mit Schusswaffen werden nicht abgedruckt. Die

Beilage «Ferienwohnungen zu vermieten» erscheint zweimal pro Jahr. Annahmeschluss: 15. Sept. für Oktober. 15. März für April. Keine tel. Aufgabe von Inseraten. **Kürzungen vorbehalten.**

Mein Inserat (max. 1 Produkt od. Produktegruppe, max. 150 Buchstaben oder Zeichen)

Rubrik:

Inserat-Text inkl. Telefon-Nr. oder Adr.:

Absender

Name: Adresse: Dienststelle:

Vorname: PLZ, Ort: Unterschrift:

Talon einsenden an: AK 15, Postfach, 2500 Biel 4 oder E-Mail an info@ak15.ch Telefon 032 344 80 60

Kleider

Zwillingkleider für Knaben,

Gr. 68–80/86, manches noch neu;
2 Taufkleidli, Gr. 68. Tel. 027 932 31 31,
Christine Theler, Gampel

Damen-Motorradbekleidung: Jacke ixs,
Gr. M; Hosen, Gr. S, günstig.
Tel. 031 371 19 60, Hans Kupferschmid,
Kirchbergerstr. 61, 3008 Bern

Reitweste John Field, Gr. S, schwarz,
Sicherheit 3, neuwertig, Fr. 120.–.
Tel. 078 738 98 61

Skijacke + -Hose Peak Performance,
Goretex, Gr. L, Topzustand, Fr. 400.–.
Tel. 079 464 59 47

Immobilien

Zu vermieten per 1.7.07: Siglistorf AG,
6-Zi.-Hausteil, rust. Ausb., gr. Wohn-Ess-
küche, 2 PP, Gartensitzpl., unverb. Süd-
hanglage, Fr. 1720.– + NK.
Tel. 056 243 14 11, Frau Schneider,
Tel. 056 243 18 30, Frau Alt

Chur GR, 4½-Zi.-Dachwhg, Bj. 96, Boden-
heizung, 50 m² Terrasse + PP in Tiefgarage,
Fr. 620 000.–. Tel. 081 284 16 50

Zunzgen BL, DEFH, Bj. 85, gr. Vorpl. mit
D'Garage, schöner romantischer Garten,
Fr. 540 000.–. Tel. 079 581 51 49

Zu vermieten: Frutigen BE, Achern 27,
3½-Zi.-Whg in 2-FH, Wohnkü., Du, Bad/WC,
El.Hzg., Kabel-TV, Garage, Mithilfe bei Haus-
wartarb. erwünscht, ideal für Frührentner-
Ehepaar, NR, Fr. 850.– + Heizg.
Tel. 033 671 15 84

Salgesch VS, Nähe Leukerbad + Montana,
EFH, gr. Terrasse, Keller, PP, Garage, zentral
gelegen, Fr. 380 000.–. Judith Mathier,
Karenstr. 10, 3970 Salgesch

Albinen VS, bei Leukerbad, 2-Zi.-Whg, bei
Hotel Rhodania, für 4 Pers., schöne Möbel, TV,
GS, PP, Fr. 219 000.–. Tel. 079 420 92 59

Oberbuchsiten SO, einseitig angebautes
6½-Zi.-EFH, Pool, Hanglage, Nähe Brief- und
Paketzentrum Härkingen, Fr. 550 000.–.
Tel. 079 372 99 32

Kunterbunt

Herrenarmbanduhr, 100 J. Postauto,
exklusiv, limitiert, nummeriert,
dem Meistbietenden. Tel. 061 761 14 42

Cyclotest 2 Plus, 3 Monate gebraucht;
Still-BH Anita, 80C, weiss, neu.
Tel. 031 372 31 76

Gotthardpost Furnier-Intarsie,
63 x 52 cm. www.zihlmann-intarsien.ch

Kinderwagen Teutonia, mit Softtasche,
Wickeltasche usw., Fr. 200.–; Monika
Lüscher, Birchmattstr. 30, 5703 Seon

Gotthard-Posthorn, Fr. 255.– inkl. Ver-
sand. Tel. 044 734 10 12, Stadler, Urdorf

Walliser-Originalstiche.
Tel. 027 946 29 15

30 brandneue KR D, mit viel Tauschmateri-
al. Paula Blöchliger, Talackerstr. 87,
8152 Glattbrugg

Kinderwagen Skater, mit Softtasche,
Regenschutz, Sonnenschirm + Wickeltasche,
alles d'blau. Tel. 031 792 01 33

Meerschweinchenkäfig, wie neu, Fr. 80.–.
Tel. 041 678 19 36

Armbanduhr, 100 J. Postauto, neu, in Original-
verpackung, Fr. 130.–. Tel. 079 427 00 53

Gobelinbilder, edel gerahmt, div. Sujets:
Matterhorn, Segelschiffe, Rosen, Zinnkrug,
Blumenvase. Tel. 079 445 43 01

Bon Raiffeisen, Aktion Tessin zum ½-Preis:
2 Stk. abzugeben für je Fr. 20.–, gültig bis
31.03.07. Tel. 071 650 00 19

Dreirad-Kinderwagen TFK,
mit Softtasche, Regenschutz usw., Fr. 350.–.
Tel. 062 299 01 88

Ferngesteuertes Auto Superu Sport,
blau, Fr. 120.–; F-Auto Sound Tracker,
Fr. 40.–; F-Auto Explorer-Sport, Fr. 60.–.
Tel. P: 031 701 20 64, B: 031 701 10 14

Ausgestopfte Tiere: 1 junges Reh,
1 Fuchs, 1 Habicht, 1 Mäusebussard, günstig.
Heidi Riechsteiner, Gäu 4, 3264 Diessbach

Div. Bücher, deutsch/französisch/englisch.
Excel-Liste verlangen: schefer@freesurf.ch

Suchen / Sammeln

Gebrauchte Taxcards, Gegenleistung:
ausl. Briefmarken, Automatenmarken-
Abarten oder Portovergütung. Heinz
Clemenz, Unterdorf, 3922 Stalden VS

Holzstall-Bauernhof, Spielzeug.
Tel. 071 223 19 65

Schlafzimmerschrank, 3-türig,
gut erhalten, billig, Raum Bern-Solothurn,
wird abgeholt. Tel. 031 765 51 49

Kreative Leute für Kulturprojekt 08,
Fotogr., versch. Maltechniken,
Glasmalerei, vielseitige Kunst ist gefragt.
Tel. 079 290 49 17,
www.debogaa.ch Link Projekt 08

Sammler kauft Briefmarken, alte Postkar-
ten, Briefe, Silbermünzen. Tel. 079 436 28 58

**Suche, tausche, verkaufe, repariere
WESA-Modelleisenbahn,** Spur 13 mm +
Zubehör von 1945-1975, auch Ersatzteile. Tel.
056 426 22 34, wesa-museum@bluewin.ch

Umlad-Handkarren, 2-rädrig.
Tel. 031 839 11 63, abends

Wasserpumpe. Tel. 062 216 12 55

Grossmutter's Nähkästchen, Holz,
beidseitig ausziehbar. Tel. 044 920 37 47

Reisebegleitung für Kenya.
Tel. 044 777 19 43, Josef Stadler, Urdorf,
www.waisenhaus-kenya.ch,
info@waisenhaus-kenya.ch

Alte Postgepäck-Fahrräder.
Tel. 079 351 12 80

Uniformhosen für Sommer, Gr. 48,
d'blau, Jg. 1970-1985, ohne Bundfalten.
Tel. 027 923 73 71

Super 8-Projektor Sound, mit Ton.
Tel. 052 681 15 49

Bessy-Heftli, Nrn. 300-700, bezahle bis
Fr. 2.–/Stk, evtl. Tausch. Tel. 033 673 04 81

Alte Autorennbahn Fleischmann,
oder auch nur einzelne Autos, auch defekte.
Tel. 071 888 15 36, abends

Tausche/kaufe H. Erni-Medaillen, seltene
Phil. Briefe + Entwürfe n. KIK-Verz., ETH-
Medaille, bezahle Superpreis. Postfach 7652,
6000 Luzern 7

Zu verschenken

Camping-WC Porta Potti 265, neu.
Tel. 071 622 20 50/079 549 01 26,
Otto Horber, 8570 Weinfelden

Personal-Aktion:

BON 200.–

Notebook Sonderaktion bis Ende März

Mit diesem Bon gewähren wir Ihnen in den Poststellen oder im
PostShop online auf einem Notebook nach Wahl, ab einem
Verkaufspreis von CHF 1399.– eine Reduktion von CHF 200.–
Gültig bis 31.03.2007. Solange Vorrat.

Beim Einkauf auf www.postshop.ch/personal können Sie beim Zahlungsprozess den er-
wähnten Aktivierungscode im entsprechenden Feld eingeben und von der Reduktion profi-
tieren. Der Bon kann nur von registrierten Benutzern eingesetzt werden. Der Bon ist perso-
nenbezogen und kann nur einmal im PostShop online eingelöst werden.

Der Bon und das Notebook können in jedem PostShop und allen grösseren Poststellen
(A–L) eingelöst resp. bestellt werden.

Reduktionscode
für Poststelle:



2 050000 264214

Aktivierungscode für E-Shop: **pvnbsolds7**

Mehr Geld fürs Portemonnaie!

Dr. Tax 2007



Steuererklärungs-
Software für alle
Kantone!

29.–
statt 39.–

Dr. Tax können Sie gegen Vorweisung des Personalausweises
auf jeder Poststelle (A–L) und im PostShop online beziehen.
Die Bezahlung erfolgt in bar, oder mittels Postcard.

Das Angebot ist bis 31.03.2007 gültig (solange Vorrat).
Artikel- und Preisänderungen vorbehalten.

Mehr Informationen im Intranet unter «Marktplatz».

Sport

- 20.02.07 **Eishockey: PostFinance Top-Scorer-Ehrung** BEA Bern expo
- 24.02.07 **Eishockey: Playoff-Start**
- 25.02.07 **Hallenfussballmeisterschaft Verband Sport + Kultur Post** in 9500 Will SG, Auskunft: E. Stadler, Tel. 071 923 23 42 www.vskps.ch
- 04.03.07 **Eishockeymeisterschaften Verband Sport + Kultur Post** in 4528 Zuchwil, Auskunft: E. Zengaffinen, Tel. 031 386 47 41 www.vskps.ch
- 17.03.07 **Kerzerslauf** www.kerzerslauf.ch
- 17.03.07 **Curlingmeisterschaften Verband Sport + Kultur Post** in 6403 Küssnacht am Rigi Ausk. P Keller, 055 442 65 61
- 18.03.07 **Mémorial Robert Dormond** Jass-Turnier in 2400 Le Locle Auskunft: bardb@bluewin.ch
- 01.04.07 **Zürich-Marathon** www.zurichmarathon.ch
- 13.04.07 **Eishockey: Länderspiel CH – Russland**, La Ch.-de-Fds www.ticketcorner.ch
- 14.04.07 **Eishockey: Länderspiel CH – Russland**, Langenthal www.ticketcorner.ch
- 19.04.07 **Eishockey: Länderspiel CH – Deutschland**, Herisau www.ticketcorner.ch
- 21.04.07 **Eishockey: Länderspiel CH – Deutschland**, Rapperswil www.ticketcorner.ch
- 20.–22.04.07 **Fit und gesund mit der Post** Laufseminare Diessenhofen und Morges. Anmeldung: www.laufseminar.ch

Nützliche Ansprechstellen

Schwierige Lebensumstände, Konflikte am Arbeitsplatz

Die **Sozialberatung** berät kostenlos und diskret Mitarbeitende, deren Angehörige und Pensionierte bei verschiedenen privaten und beruflichen Schwierigkeiten (z. B. Verschuldung, Beziehungsprobleme, Suchtverhalten, Mobbing).
Tel. 044 247 72 72

Wunsch nach neuen beruflichen Perspektiven

Das **Arbeitsmarktzentrum Post (AMZ)** berät kostenlos Postmitarbeitende, die sich beruflich verändern wollen (Standortbestimmung, Laufbahnberatung, Bewerbungscoaching).
Tel. 044 247 72 63

Ferienwohnungen

Der **Personalfonds** bietet Postmitarbeitenden und Pensionierten vergünstigte Ferienwohnungen an.
Tel. 031 310 53 23, www.pfp-ferienwohnungen.ch

Sport

- 28.04.07 **Luzerner Stadtlauf** www.luzernerstadtlauf.ch Anmeldeschluss: 10.03.07
- 12.05.07 **Grand Prix von Bern** Anmeldeschluss: 31.03.07 Anmeldung über Intranet oder Talon S. 20. www.gpbern.ch
- 20.05.07 **Winterthur-Marathon** Anmeldeschluss: 06.04.07 Anmeldung über Intranet oder Talon S. 20. www.winterthur-marathon
- 10.06.07 **Frauenlauf** Anmeldeschluss: 26.04.07 Anmeldung über Intranet oder Talon S. 20. www.frauenlauf.ch
- 15./16.06.07 **Bieler Lauftage** Anmeldeschluss: 26.04.07 Anmeldung über Intranet od. Talon S. 20, www.100km.ch

Ausstellungen und Messen

- seit 06.02.07 **Verkehrshaus der Schweiz** Neuer **IMAX-Film «Pinguine»** www.verkehrshaus.ch
- 12./13.05.07 **Museum für Kommunikation** in Bern, **100-Jahr-Jubiläum Tage der offenen Tür** Eröffnung **neue Briefmarkenausstellung**
- 12.05.07 Eröffnung **neue Dauerausstellung «As Time Goes Byte»** www.mfk.ch
- 02.–11.03.07 **MUBA** in Basel www.muba.ch
- 28.03.–01.04.07 **Aarauer Messe AMA** www.ama-messe.ch
- 13.–15.04.07 **BALABRA VIII** Briefmarkenausstellung Stufe III 4415 Lausen, www.balabra.ch
- 21./22.04.07 **IMEX** (Eigenheimmesse) Zürich www.imex-zuerich.ch
- 27.04.–06.05.07 **BEA** in Bern www.beaexpo.ch
- 27.04.–06.05.07 **LUGA** in Luzern www.luga.ch

Kultur

- 06.03.07 **Ausgabebetag Sonderbriefmarken**, Ganzsachen sowie Numisbrief «Steinbock»
- 12.03.07–20.05.07 **Internationales Jazzfestival** in Bern www.jazzfestivalbern.ch
- 23./24.03.07 **Museumsnacht 2007** im Museum für Kommunikation in Bern, 18.00 bis 02.00 Uhr www.mfk.ch
- 30.03.07–01.04.07 **Schweiz. Schachturnier Verband Sport + Kultur Post** in Genf, Hotel Int. Terminus Anmeldeschluss: 24.02.07 Auskunft: F. Bürkler, Genf Tel. 022 739 23 65 www.vskps.ch
- 02.05.07–06.05.07 **Internationale Messe für Buch und Presse** in Genf www.salondulivre.ch
- 06.–09.07.07 **Reise mit VSKPS über die schönsten Alpenpässe in Savoyen und im Piemont** Auskunft: Kurt Ammann, Oberwangen, Tel. 031 981 30 30 ammann.kv@bluewin.ch und Rolf Frey, Tel. 031 332 50 07 www.vskps.ch
- 07.–09.09.07 **Reise mit dem VSKPS ins Burgund, die Franche-Comté und in die Pérouges** Auskunft: Kurt Ammann ammann.kv@bluewin.ch Tel. 031 981 30 30 und Rolf Frey, Tel. 031 332 50 07 www.vskps.ch

Im Voraus immer bestens informiert

Die Redaktion nimmt Anregungen für Publikationen im Veranstaltungskalender gerne entgegen. Das Kriterium: Der Anlass muss etwas mit der Post zu tun haben. Und er muss für die Öffentlichkeit zugänglich sein.
Die Redaktion

Impressum

Herausgeberin

Die Schweizerische Post
Unternehmenskommunikation
Viktoriastrasse 21
CH-3030 Bern

10. Jahrgang, Nr. 2
Erscheint monatlich in deutscher, französischer und italienischer Sprache.

E-Mail: redaktion@post.ch
Fax: 031 338 07 70
http://www.post.ch/personalzeitung

Nachdruck nur mit ausdrücklicher Einwilligung der Redaktion gestattet.

Redaktion

Emmanuelle Brossin (eb),
Chefredaktorin
Hans-Ulrich Friedli (hf)
Sandra Gonseth (sg)
Claudia Grasso (cg)

Layout

M. Kerschbaumer, Tygraline AG,
Postfach, 3000 Bern 14

Anzeigen

Publimag AG, Postfach,
3001 Bern, Tel. 031 387 22 11;
Fax 031 387 21 00

Druck

W. Gassmann AG,
Längfeldweg 135, 2501 Biel

Abos/Adressänderung

Aktivpersonal: Adress- und Aboänderungen beim zuständigen Personaldienst.

Rentenbezüger(innen):

Adress- und Aboänderungen **schriftlich** an Pensionskasse Post, Adressierwesen, Postfach 528, 3000 Bern 25

Andere Abonnenten:

Die Schweizerische Post
MailSource AG, Abodienst Post,
Viktoriastrasse 21, 3030 Bern
Fax: 031 338 03 99,
E-Mail: abo@post.ch
Abopreis: CHF 24.– pro Jahr

«Eulers Theorien sind heute noch aktuell»

Basel feiert heuer den 300. Geburtstag von Leonhard Euler. Das Konterfei des grossen Schweizer Gelehrten zierte auch eine Sondermarke der Post. Martin Mattmüller, Sekretär des Euler-Archivs, sagt, dass auch Mathematikmuffel im Jubiläumsjahr auf ihre Kosten kommen.

Interview und Bild: Sandra Gonseth



Martin Mattmüller ist Mathematikhistoriker und seit 2001 im Euler-Archiv in Basel tätig. Er ist für die Herausgabe der Werke Eulers mitverantwortlich und u. a. Mathematiklehrer an einem privaten Gymnasium.

Weshalb spricht man nach dreihundert Jahren noch von Euler?

Ganz einfach, weil Eulers Theorien auch heute noch aktuell sind. Zudem weist er eine beeindruckende Breite von abstrakten Problemen wie der Zahlentheorie bis hin zu ganz technischen Sachen wie dem Brückenbau auf. Seine Leistung bestand aber auch darin, der Mathematik eine Sprache zu verleihen. Wenn ich als Fachmensch etwas lese, das zwei Generationen vor Euler geschrieben wurde, verstehe ich nicht viel davon. Bei Euler kann ich aber den Bezug sofort herstellen. Deshalb könnte man ihn auch als den ersten modernen Mathematiker bezeichnen.

Seine Theorien spielen also in unserem Alltag eine bedeutende Rolle?

Natürlich. Heute werden seine Theorien beispielsweise in der Verkehrsnetzplanung ange-

wandt. Ohne Euler wären wir auch ziemlich aufgeschmissen, wenn wir unseren Zahlungsverkehr mit Post oder Bank online über das Internet abwickeln und dabei verhindern wollen, dass Unbefugte Zugang zu unseren persönlichen Finanzdaten haben. Die Verschlüsselung solcher Daten beruht nämlich auf einer Formel, die letztlich auf ihn zurückgeht.

Euler hat eine unheimliche Flut von Werken verfasst. Wäre dies heute noch denkbar?

Es wäre in der heutigen Zeit schwierig, ein Euler zu sein, vor allem wegen der fachlichen Vielfalt auf höchstem Niveau. Man darf nicht vergessen, dass er seine acht- bis neunhundert Arbeiten auch dank seiner beruflichen Position schaffen konnte. Euler hatte als Mitglied der Akademien in Berlin und Petersburg eine Art Forschungsprofessur. Ein heutiger Professor, mit zahlreichen Vorlesungen und Kongressbe-



Leonhard Euler

Euler war nicht nur der bedeutendste Mathematiker des 18. Jahrhunderts, sondern auch einer der grössten Gelehrten – vergleichbar mit Newton oder Einstein. Er verlebte seine ersten zwanzig Jahre in Basel, wirkte über dreissig Jahre in Petersburg und ein Vierteljahrhundert in Berlin. Die Sondermarke zu CHF 1.30, die ab 6. März erhältlich ist, zeigt Eulers wohl bekannteste Entdeckung in der elementaren Mathematik, die «Eulersche Polyederformel».

Weitere Infos: www.Euler-2007.ch

suchen, hätte gar nicht die Zeit, sich ganz dem Forschen zu verschreiben.

Beim Wort Mathematik erschrecken viele Leute.


Das ganze Jubiläum hat zum Ziel, die Leute auf Euler und sein Schaffen aufmerksam zu machen. Die Schweiz hatte im 18. Jahrhundert nicht derart viele Leute von Weltrang, die noch heute auf die europäische Kultur einen Einfluss haben. Im Jubiläumsjahr wollen wir zeigen, dass Mathematik nicht nur ein zentraler Baustein unserer Gesellschaft ist, sondern letztlich auch Spass machen kann.

Kommen auch Mathematikmuffel im Euler-Jahr auf ihre Kosten?

Um dem «akademischen Ghetto» zu entfliehen, wird es einige Veranstaltungen geben, die sich an ein breiteres Publikum richten. Mit der Ausstellung «Mathematik erleben», die ab Juni im Naturhistorischen Museum Basel stattfindet, werden die Besucher spielerisch an das Thema herangeführt. An der Vernissage steht eine «Lange Nacht der Mathematik» mit verschiedenen Darbietungen auf dem Programm.

Und auf was freuen Sie sich am meisten?

Die Uni Basel und der Kanton Basel ehren Euler am 20. April 2007 mit einem öffentlichen Festakt in der Basler Martinskirche. Wir haben eine Komponistin damit beauftragt, ein Musikstück, angelehnt an Eulers Mondtheorie, für diesen Anlass zu komponieren. Auf diese Uraufführung freue ich mich sehr.



Wo sehen Sie die Post
in zehn Jahren?

„Dort, wo ich
sie brauche.“

Auch morgen für Sie da.

DIE POST 