

die Post

5 / 2016

Für unsere Mitarbeitenden

www.post.ch/online-zeitung

P.P.
3030 Bern
Post CH AG



*E-Commerce: drei Jahre
nach der Postoffensive*

Schwerpunkt – Seite 10

Testen Sie Ihren Mut!

Aktuell – Seite 7

Hans von Allmen

Pöstler und Sagenerzähler

Seite 20

DIE POST 
Gelb bewegt.

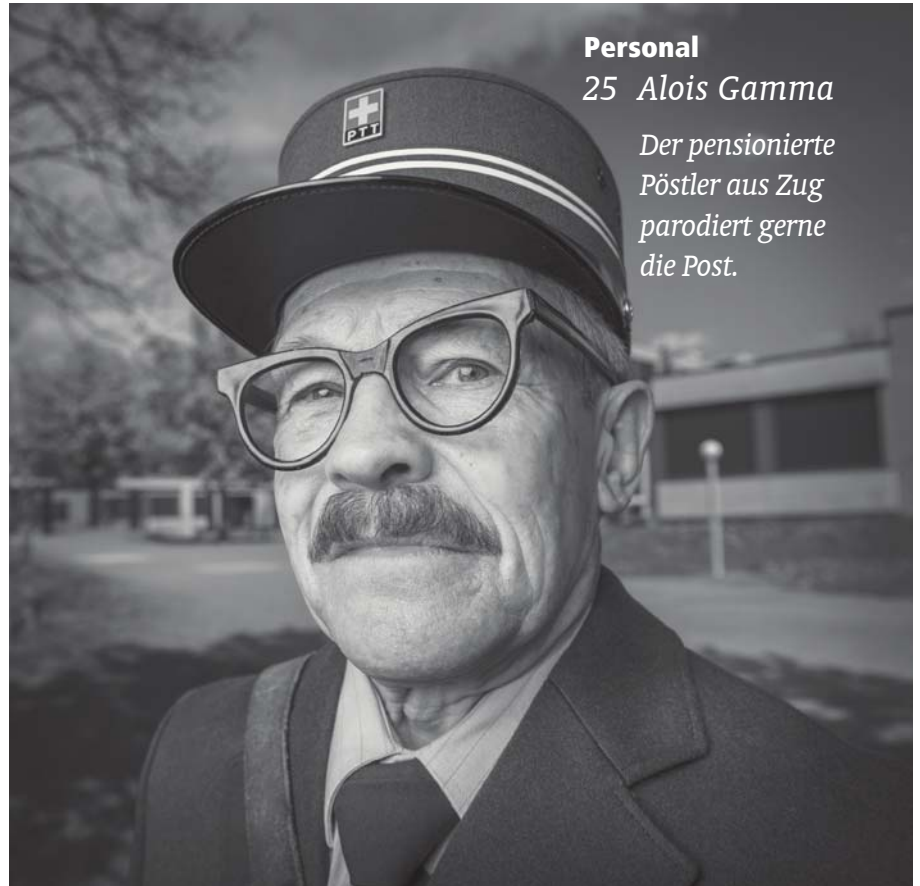


Morgen

Früher war alles besser ... Diese Wehmut ist noch in vielen Bereichen des Unternehmens zu spüren. Die Interviews, die wir jeden Monat führen (Seite 25), zeigen deutlich, wie sehr die Postmitarbeitenden an ihrer Arbeit, ihrem Unternehmen und ihrer Rolle gegenüber der Bevölkerung hängen. Die Vergangenheit hatte einen Charme, der der Gegenwart und der Zukunft fehlt.

In nur wenigen Jahren haben sich die Aufgaben und die Art, sie auszuführen, grundlegend verändert. Die zunehmende Digitalisierung krepelt alle Berufe und das dafür notwendige Know-how um. Dasselbe gilt für das Angebot der Post: Nach drei Jahren E-Commerce-Offensive hat sie sich in diesem Bereich auf beeindruckende Weise weiterentwickelt (ab Seite 10). Trotzdem gibt es den Briefboten, der die Post täglich gewissenhaft und gern austrägt, immer noch (Seite 22). Die Entwicklung verändert auch die Postberufe: Immer mehr hochspezialisierte Ingenieure, Informatikerinnen und Techniker werden gesucht. Die Zukunft bringt Dienstleistungen, die auf Spitzentechnologien basieren und dennoch geschickte Hände erfordern (Seite 18). Der Präsenzroboter (Seite 3) ist ein gutes Beispiel dafür, wie Technologie die Mitarbeitenden unterstützt.

Annick Chevillot, Chefredaktorin



Personal

25 Alois Gamma

Der pensionierte Pöstler aus Zug parodiert gerne die Post.

Aktuell

6 Neuer VR-Präsident

Urs Schwaller ist neuer Verwaltungsratspräsident der Post. Er folgt auf Peter Hasler.

7 Wirtschaftskriminalität

Testen Sie, ob Sie sich im Fall eines Verdachts bei der Post richtig verhalten.

Schwerpunkt

10 E-Commerce

Drei Jahre nach der E-Commerce-Offensive wächst das Angebot weiter. Dieter Bam-bauer, Leiter PostLogistics, erläutert im Interview die Gründe.

Leute

22 Entlang des Doubs

Mit Vincent Steullet auf der längsten Zustelltour der Romandie.



Dialog

19 Florence Muriset

Die Gymnasiastin in Yverdon ist seit der Primarschule Kundin von PostAuto.



Feedback!

Hat Ihnen diese Ausgabe der Personalzeitung gefallen? Sagen Sie uns Ihre Meinung! Scannen Sie den QR-Code ein oder folgen Sie dem nebenstehenden Link.



www.post.ch/feedback-personalzeitung

Virtuell vor Ort sein

Sie haben keine Möglichkeit, um an ein externes Meeting zu gehen und Skype genügt Ihnen nicht? Kein Problem, IT Post hat mit dem Präsenz-Roboter eine Lösung. Interview mit Robert Käppeli, Leiter IT Innovationen.

Text: Jacqueline Schwander / Foto: Béatrice Devènes

Was hat es mit diesem Roboter auf sich?

Wer kennt das nicht: Aus gutem Grund kann man an einem auswärtigen Meeting nicht vor Ort teilnehmen, und Skype genügt nicht. Auf der Suche nach einfachen Lösungen sind wir auf den Präsenzroboter, oder Avatar, gestossen.

Wie funktioniert er?

Augen und Ohren des Roboters sind ein iPad. Dabei bewegt er sich wie ein Segway und balanciert sich selbst aus. Mittels einer App aktiviert und steuert der User aus der Ferne den Roboter bequem via Tablet oder Smartphone und ist somit physisch beim Meeting dabei. Eine Internetverbindung genügt.

Wie sind die Feedbacks aus dem Pilotbetrieb?

Sehr positiv. Ein ferngesteuerter Roboter entspannt sofort die Atmosphäre. Überzeugend ist vor allem die einfache Bedienung. Da er höhenverstellbar ist, können Gespräche auch auf Augenhöhe geführt werden – egal, ob sitzend oder stehend. Einzig bei Treppen und Liftfahrten benötigt er noch Hilfe vor Ort.

Wann ist der Einsatz geeignet?

Dank einem Gewicht von 7 Kilo, der einfachen Installation und einem Anschaffungspreis von wenigen tausend Franken sehen wir die Einsatzmöglichkeiten fast unbegrenzt. An einer internen Netzwerkveranstaltung zum Beispiel wurde das Gerät eingesetzt, um eine Kollegin aus Luzern mit einzubeziehen. Selbst beim anschliessenden Stehlunch war sie bei den Gesprächen dabei. Bei IT hatte ein Kollege einen Unfall und konnte dadurch längere Zeit nicht zur Arbeit kommen. Da er aber an wichtigen Meetings dabei sein wollte, nutzte er den Avatar. Und auch an der diesjährigen HR-Konferenz hatte der Roboter einen Auftritt.

Ist eine konzernweite Einführung geplant?

Derzeit läuft das Pilotprojekt, und dafür steht allen Interessierten ein Gerät im Raum Bern zur Verfügung. Damit möchten wir weitere Potenziale erkennen. Selbstverständlich leisten wir bei der erstmaligen Nutzung Unterstützung. Wer den Avatar testen möchte, kann einfach ein Mail an avatar@post.ch senden. Weitere Anwendungsideen sind selbstverständlich sehr willkommen. ■



Zahlen und Fakten im Überblick

Gewicht insgesamt 7 kg

Geschwindigkeit 4 km/h

Höhe 119 cm bis 150 cm

Akku Ladezeit 2 Std.; Laufzeit 6-8 Stunden

Reichweite Weltweit, solange Internetzugriff besteht

Preis ab 4000 Franken (je nach Ausführung)



Ein Stück Schweiz auf Reise

Am 1. Juni wird der Gotthard-Basistunnel eröffnet. Die Post gibt zu diesem historischen Anlass eine ganz spezielle Sondermarke heraus.

Text: Lea Freiburghaus

Mal fühlt sie sich an wie Haut, mal duftet sie nach Schokolade, mal ist sie gestickt, mal aus echtem Gold: Die Post überrascht immer wieder mit originellen Briefmarken. Passend zur Eröffnung des neuen Basistunnels am Gotthard folgt jetzt eine Briefmarke mit echtem Gesteinspulver aus dem Innern des Bergs. Über 28 Millionen Tonnen Gestein wurden für den Bau ausgebrochen. Ein verschwindend kleiner Bruchteil von 15 Kilogramm wurde in der Druckerei mit Speziallack auf die Sondermarken «Gottardo 2016» aufgetragen. Die zwei Sondermarken mit Zwischensteg, gestaltet von der Zürcher Agentur Vaudeville Studios, zeigen das Relief des Gotthardmassivs. Die Sondermarken sind in allen Poststellen und im PostShop erhältlich (solange Vorrat). ■

Wettbewerb

Schreiben Sie bis 15. Juni ein E-Mail an redaktion@post.ch mit dem Vermerk «Briefmarke Gottardo» und nehmen Sie teil an der Verlosung von fünf Souvenirs im Wert von 19 Franken und zehn Markenbogen im Wert von 15 Franken.



Der Film zur Herstellung der Marken:
www.postshop.ch/gottardo



Initiative gefährdet Sozialpartnerschaft

Die Volksinitiative «Pro Service public» wird breit abgelehnt. Auch die Gewerkschaften stellen sich klar gegen das Anliegen.

Text: Chantal Fischer

Der Schweizerische Gewerkschaftsbund (SGB) lehnt die Volksinitiative «Pro Service public» entschieden ab. Dies gab er an seiner Medienkonferenz vom 3. Mai 2016 offiziell bekannt. Zwar scheinen die Forderungen der Initiative – mehr Service und keine überbordenden Managerlöhne – auf den ersten Blick sympathisch. Die Vorlage «schwächt die Infrastruktur-Unternehmen jedoch substanziell, ohne irgendwelche Missstände zu beheben», so Dore Heim, die Zentralsekretärin des SGB. Ausserdem sieht sie mit der Initiative die sozialpartnerschaftlichen Lohnverhandlungen in Gefahr: Gemäss Initiativtext müssten die Löhne aller Postmitarbeitenden denjenigen der Bundesverwaltung entsprechen. In der Folge hätte wohl das Parlament über jährliche

Lohnerhöhungen zu bestimmen. «Die Gewerkschaften könnten gar nicht mehr über die Lohnentwicklung verhandeln.» Auch Nationalrat und transfair-Präsident Stefan Müller-Altermatt sieht die gewerkschaftlichen Errungenschaften bedroht: «Die Post soll eine attraktive Arbeitgeberin bleiben und ihren Mitarbeitenden branchenübliche Löhne zahlen. Die Service-public-Initiative stellt dies in Frage. Sie gefährdet in der Summe die bundesnahen Unternehmen und damit langfristig auch Tausende von Arbeitsplätzen!» ■

Sich und anderen etwas Gutes tun

Der Monat Juni steht bei der Post ganz im Zeichen der Bewegung. Werden Sie aktiv und gewinnen Sie tolle Preise!

Text: Lea Freiburghaus

Wie fit sind Sie? Machen Sie den Test: Das Bewegungsthermometer im Intranet verrät Ihnen, wie es punkto Kraft, Ausdauer, Beweglichkeit und Koordination um Sie steht. Doch ganz egal, wie Sie abschneiden: Tun Sie jetzt etwas für Ihre Fitness! Der Bewegungsmonat Juni lädt förmlich dazu ein. Und so funktioniert es: Bewegen Sie sich an mindestens 21 Tagen 30 Minuten oder mehr. Alle körperlichen Aktivitäten, die den Puls erhöhen, zählen – vom Krafttraining über die Gartenarbeit bis hin zum Spaziergang. Wer das geforderte Ziel erreicht, hilft automatisch mit, den Spendentopf für die Stiftung Cerebral zu füllen. Für jedes Prozent erfolgreicher Teilnehmerinnen und Teilnehmer spendet die Post einen Betrag von 100 Franken. Ausserdem gibt es tolle Preise zu gewinnen!



Im Fahrtwind zur Arbeit

Wer mit dem Velo zur Arbeit fährt, kommt rasch einmal auf 30 Minuten Bewegung pro Tag. Deshalb lässt sich der Bewegungsmonat auch ideal mit der von Pro Velo Schweiz organisierten Aktion bike to work kombinieren. Schliessen Sie sich mit Kolleginnen und Kollegen zu Viererteams zusammen und melden Sie sich online an. Mit Ausdauer und etwas Glück gewinnen Sie nicht nur an Fitness, sondern zusätzlich einen von über 1700 Preisen im Gesamtwert von 130 000 Franken. ■



pww.post.ch/bewegung
pww.post.ch/biketowork

www.biketowork.ch/post

PostConnect: Bewegungsmonat Juni

Inserat

GALENOS
Kranken- und Unfallversicherung
Assurance – maladie et accidents
Assicurazione – malattia e infortuni



Psssst...
...Geheimtipp:

Jeden Monat Prämien sparen!

Der Kollektiv-Pflegevertrag zwischen der GALENOS Kranken- und Unfallversicherung und der Post sichert Ihnen vorteilhafte Rabatte bei den Zusatzversicherungen. Damit sparen Sie Monat für Monat Prämien – und zwar bis zu 35%!

Diese Rechnung geht auf!

10%	Firmenrabatt	♥
+	5%	Familienrabatt
+	20%	Gesundheitsrabatt
<hr/>		
=	35%	Prämiensparnis!

Kontaktieren Sie uns:
Tel. 044 245 88 88
info@galenos.ch

Urs Schwaller gewählt

Der neue Verwaltungsratspräsident der Post ist selbstständiger Rechtsanwalt in Freiburg und blickt auf viele Jahre in der nationalen Politik zurück.

Text: Dominic Bruce / Foto: Béatrice Devènes



Ende April hat die Generalversammlung der Schweizerischen Post AG Urs Schwaller zum neuen Verwaltungsratspräsidenten der Post gewählt. Er folgt auf Peter Hasler, der sein Amt mit Erreichen der Altergrenze von 70 Jahren zur Verfügung stellte.

Urs Schwaller wurde am 31. Oktober 1952 in Freiburg geboren und wohnt in Tafers (FR). Wichtige Stationen seiner bisherigen beruflichen Karriere waren die Funktionen als Dienstchef des Polizeidepartementes des Kantons Freiburg, als Präfekt des Sensebezir-

kes und als Staatsrat des Kantons Freiburg – zuerst als Direktor des Inneren und anschliessend als Finanzdirektor. Er war während vieler Jahre Ständerat des Kantons Freiburg und Präsident der CVP-EVP-Fraktion sowie von 2011 bis 2015 ständiges Mitglied des Europarates in Strassburg. Urs Schwaller ist selbstständiger Rechtsanwalt in Freiburg und hat sich in diversen Verwaltungsräten und Verbänden zusätzlich unternehmerisches Know-how angeeignet. ■

Urs Schwaller, neuer Verwaltungsratspräsident der Post

Messestände in neuem Kleid

Die Post hat einen neuen modularen Messeauftritt. Ein Wettbewerb verbindet die fünf Standelemente.

Text: Muriel Baeriswyl / Foto: Jiri Reiner



Unter dem Motto «Die Post ist da, wo du sie brauchst» können Sie an fünf modularen Ständen bei einem Wettbewerb verschiedene Dienstleistungen der Post spielerisch ausprobieren. Lassen Sie sich zum Beispiel die gesammelten Kataloge gratis nach Hause senden oder werfen Sie sich im mobilen Fotostudio in Pose. Mit WebStamp gestalten Sie mit dem Foto Ihre ganz persönliche Briefmarke und zaubern dem Empfänger ein Lächeln ins Gesicht. Entdecken Sie die verschiedenen Erlebniswelten im Herbst an fünf grossen Publikumsmessen, darunter die Comptoir Suisse in Lausanne, die Züspa in Zürich und die OLMA in St. Gallen. Das Messteam freut sich auf Ihren Besuch. Die Bestandteile des neuen Messekonzeptes sind auch an den Postorama-Anlässen erlebbar. ■

Die Post tritt seit diesem Jahr mit kleinen Erlebniswelten an den Publikumsmessen auf.

Testen Sie Ihren Mut!

Die Fälle von Wirtschaftskriminalität in der Schweiz sind so zahlreich wie noch nie. Entsprechende Skandale sorgen regelmässig für Schlagzeilen. Machen Sie den Test, ob Sie sich im Falle eines Verdachts bei der Post korrekt verhalten und somit Ihre Verantwortung wahrnehmen würden.

Text: Muriel Baeriswyl / Illustrator: Denis Kormann



1. Ihr Bereich hat einen Auftrag im Wert von 180 000 Franken zu vergeben. Sie haben drei Offerten eingeholt, die sich alle etwa im gleichen Umfang bewegen. Ihr Chef kennt einen der Lieferanten persönlich und gibt ihm darum den Zuschlag. Wie reagieren Sie?

- A Ich spreche meinen Chef darauf an.
- B Ich melde den Vorfall anonym bei Post-Courage.
- C Ich unternehme nichts, sein Vorgehen ist in Ordnung, schliesslich trägt er die Verantwortung.

2. Ihre Abteilung wird reorganisiert. Ihr Vorgesetzter verhält sich bei der Neuverteilung der Stellen nicht fair. Wie reagieren sie?

- A Ich melde mich bei Post-Courage.
- B Ich wende mich an die HR-Beratung.
- C Ich suche das Gespräch mit meinem Vorgesetzten.

3. Ihr Kollege wird krank, hat aber noch eine dringende Aufgabe zu erledigen und bittet Sie, ihm zu helfen. Sie haben aber keinen Zugriff auf seinen Share. Er gibt Ihnen deshalb sein Passwort. Wie reagieren Sie?

- A Ich mache ihn darauf aufmerksam, dass er sich nicht korrekt verhält, und lehne das Passwort ab. Die Aufgabe bleibt liegen.
- B Ich wende mich an Post-Courage.
- C Ich benutze das Passwort und bin froh, dass ich ihm helfen kann.

4. In Ihrem Bereich werden viele grosse Beschaffungen getätigt. Deshalb wird Ihr Vorgesetzter oft von Lieferanten zum Essen oder an sportliche oder kulturelle Anlässe eingeladen, was er gerne annimmt, da er Networking wichtig findet. Was denken Sie sich?

- A So schön möchte ich es auch einmal haben.
- B Ich wende mich an Post-Courage.
- C Ich sagen ihm, dass heutzutage Einladungen von Lieferanten heikel sind.

5. Das Jahresresultat Ihres Bereichs ist nicht optimal ausgefallen. Sie bekommen zufällig mit, dass das Resultat mit ein paar buchhalterischen Tricks optimiert wird. Was unternehmen Sie?

- A Nichts, die werden schon wissen, was legal ist.
- B Ich erzähle einem Arbeitskollegen, was ich erfahren habe.
- C Ich wende mich an Post-Courage.

6. Ihr Teamkollege und Sie sind im Verkauf tätig. Er möchte unbedingt einen Grosskunden gewinnen und offeriert ihm einen sehr guten Rabatt. Wie verhalten Sie sich?

- A Sie machen ihn darauf aufmerksam, dass der Kunde mit einem solchen Rabatt für die Post nicht mehr profitabel ist.
- B Sie machen eine Post-Courage-Meldung wegen einer möglichen Kartellrechtsverletzung.
- C Es geht mich nichts an, wie mein Kollege seine Kunden gewinnt.



Die Auflösung finden Sie online unter:
www.post.ch/online-zeitung

Post-Courage: mit Mut gegen Wirtschaftsdelikte

Melden Sie einen begründeten Verdacht bei:

- Korruption oder Bestechung
- Datenschutzverletzungen
- Kartellrechtsverletzungen
- Nichteinhaltung Verhaltenskodex
- Anderen möglicherweise illegalen Verhaltensweisen

www.post-courage.ch

Neues Gesamtpaket für Datenpflege

Die Adressdaten der Post sind top. Das Kompetenzzentrum Adressen der Post ermöglicht deren optimale Nutzung. Leiter Christian Stucki über ein neues Produkt.

Text: Lea Freiburghaus / Foto: Alessandra Leimer



Christian Stucki, Leiter Kompetenzzentrum Adressen

In der Schweiz ziehen jährlich geschätzte 850 000 Leute um. Bis 400 000 Nachsendeaufträge gehen bei der Post ein. Adressen in einer Kundendatenbank aktuell zu halten, ist folglich keine einfache Aufgabe. Die Post kennt als einziges Unternehmen jeden Briefkasten und jedes Postfach. 13 000 Zustellende sammeln täglich die neusten Adressangaben. Rund 2200 Gemeinden arbeiten bei der Festlegung von Strassennamen und Hausnummern mit der Post zusammen. Somit ist die Post geradezu prädestiniert, wenn es um die optimale Nutzung von Adressen und Geodaten geht. «Wir möchten für die Schweiz das Thema Adressen besetzen», meint denn auch Christian Stucki, seit 2013 Leiter des Kompetenzzentrums Adressen (KCA) in Kriens. Er und sein 34-köpfiges Team sind als eigenes Profitcenter organisiert und bei PostMail angesiedelt.

Das KCA will mit Dienstleistungen im Bereich Adresspflege und Geodaten nicht nur Retouren vermeiden, sondern auch Geld verdienen. Denn: Retouren kosten die Kunden und die Post viel Geld. Um den Kunden möglichst benutzerfreundliche und einfache Produkte anbieten zu können, wurde das Produktsortiment im vergangenen Jahr überarbeitet. Eine Vielzahl von Dienstleistungen in den Kategorien Adresspflege, Adressverifikation, Adressnachforschung, individuelle Adresslösungen, Geodatenanalyse sowie Adress- und Geodaten stehen zur Auswahl. Sukzessive kommen neue Dienstleistungen auf den Markt.

Christian Stucki spricht im Interview über das neue Tool «Adresspflege Online» und ganz allgemein über das Geschäft mit Daten.

Was ist «Adresspflege Online»?

Mit diesem Tool lassen sich einzelne Adressen und Stämme bis 300 000 Adressen einfach pflegen. Die Daten werden analysiert, korrigiert, aktualisiert und bezüglich Zustellbarkeit von Sendungen überprüft.

Was ist neu?

«Adresspflege Online» ist ein Gesamtpaket, das die einzelnen bisherigen Adresspflegedienstleistungen beinhaltet und die Adressqualität des Kunden wesentlich zu verbessern hilft.

Für wen ist der Onlinedienst?

Für KMU und Private. Es ist eine Standardanwendung mit fixer Obergrenze. Für Kunden mit grösseren Datenbanken gibt es ab September das Produkt «Adresspflege über Webserver». Damit werden Daten täglich vollautoma-

tisch im CRM über eine integrierte Schnittstelle aktualisiert.

Was nützt «Adresspflege Online» den Kunden?

Ihnen bleiben teure Retouren und aufwändige Recherchen erspart. Ausserdem ist der Onlinedienst ganz einfach im Handling, und es braucht zur Nutzung nicht mehr als ein Benutzerkonto bei der Post.

Was kostet das Produkt?

Die Lieferung neuer Adressen nach einem offiziellen Umzug und Informationen über ungültige Adressen kosten je 1 Franken. Korrekturen, Mitteilungen über die Zustellbarkeit und die Kennzeichnung von Dubletten kosten einen Rappen pro eingereicherter Adresse.

Woher hat die Post ihre Adressdaten?

Sämtliche Adressdaten werden durch die Post selbst erhoben. Zu den Daten, die wir kaufen, gehören beispielsweise die offiziell publizierten Todesfallmeldungen oder soziodemografische Daten.

Was geschieht mit Daten, die der Kunde liefert?

Sie werden für 60 Tage gespeichert und danach gelöscht. Falls der Kunde will, kann er die Daten auch in der von der Post angebotenen Adressverwaltung ablegen, sodass er sie nicht für jeden Versand wieder importieren muss.

Wie steht es um deren Schutz?

Die Daten werden durch strenge technische und organisatorische Massnahmen gegen unbefugtes Bearbeiten geschützt. Nur der Kunde selbst entscheidet, wer in seiner Firma auf die Daten Zugriff hat. Die Post bearbeitet die Adressen der Kunden strikte nach deren Vorgaben und vermischt sie nicht mit ihren eigenen Adressdaten.

Verkauft die Post Adressen an interessierte Geschäftskunden?

Nein, wir betreiben keinen Handel mit Adressen. Wir beschränken uns lediglich aufs Abgleichen und Aktualisieren von bestehenden Daten, über die der Kunde bereits in seiner Adressdatenbank verfügt. Für die Adressaktualisierung verwendet die Post Adressen nur, wenn die betroffene Person ihre Einwilligung erteilt hat. ■

Kurz notiert



1

1 88,88 Prozent

... aller internationalen Pakete und Kleinsendungen hat die Post richtig verzollt. Damit ist sie die Nummer eins aller Verzollungsdienstleister in diesem Bereich. Das zeigt das aktuelle Rating der Eidgenössischen Zollverwaltung. Es gehört zur Aufgabe der Post, Steuern und Abgaben (z. B. die Mehrwertsteuer, die Tabak- oder Alkoholsteuer) auf Importsendungen zu erheben. Täglich verzollt die Post 85 000 solcher Sendungen.

2 Schweiz zum Spezialpreis

Noch bis 12. Juni 2016 gibt es in allen Poststellen und auf postshop.ch die beliebten Tages- und Zweitageskarten zum Spezialpreis zu kaufen, mit denen – auch ohne Halbtax – die Schweiz entdeckt werden kann. Alle Tages- und Zweitageskarten können bis 3. Juli 2016 eingelöst werden.



www.postshop.ch

3 Fanbands sammeln

Die Post schenkt ihren Kunden beim Kauf eines nichtpostalischen Produkts noch bis 10. Juli 2016 ein Fanband zur diesjährigen Europameisterschaft. Die beliebten Armbänder sind von allen 24 qualifizierten Fussballnationen erhältlich. Man kann sie auch zum attraktiven Preis von 90 Rappen pro Stück in allen Poststellen oder auf postshop.ch kaufen.



www.postshop.ch



5

4 Glanzmann neuer Finanzchef

Seit 1. Mai ist Alex Glanzmann neuer Leiter Finanzen und Konzernleitungsmittglied der Post. Er folgt auf Pascal Koradi, der zur Aargauischen Kantonalbank wechselt. Alex Glanzmann (46) ist seit 2005 bei der Post und seit 2010 Leiter Finanzen beim Konzernbereich PostLogistics.

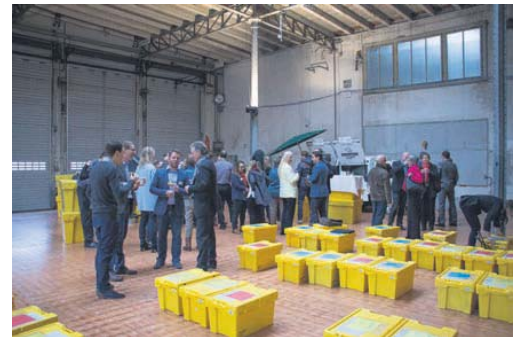
5 Anerkennung für Oral History

Das PTT-Archiv hat für sein Oral-History-Projekt von der Vereinigung deutscher Wirtschaftsarchivare eine besondere Anerkennung erhalten. Im Rahmen des Oral-History-Projektes – Zeitzeugen erzählen aus dem damaligen Berufsleben – dokumentiert das Archiv den technischen und sozialen Wandel der PTT. Die interaktive Website wurde in Zusammenarbeit mit der Hochschule der Künste in Bern kreiert.



www.oralhistory-pttarchiv.ch

6



6 Trägere oder agil?

Die diesjährige HR-Konferenz stand unter dem Motto «HR: Träger Haufen oder agile Truppe?». Themen wie Innovation, Agilität und Digitalisierung standen dabei im Fokus. Die rund 100 Teilnehmenden konnten diskutieren, sich vernetzen und von spannenden Vorträgen profitieren, dies alles in einer aussergewöhnlichen Location, im Tramdepot Burgernziel.

Gemeinsam Sport treiben



Gletschertrekking

2./3. Juli 2016, Kandersteg

Im Hochsommer wandern wir dieses Jahr zum vierten Mal mit einem Bergführer durchs Gasterntal und über den Gletscher zur Mutthornhütte. Erlebe zwei Tage mit Arbeitskolleginnen und -kollegen in einer eindrucklichen Bergwelt.



PostActivity Summer

24./25. Juni 2016, Tenero

Hast du dich schon angemeldet? Das Sommerwochenende der Post bietet dir eine riesige Auswahl an Aktivitäten zum Schnuppern und Spass haben. Selbstverteidigung, Segeln, Schwimmtraining, Beachvolleyball, Longboarding, eine Koch-Battle und vieles mehr. Anmelden kannst du dich noch bis 31. Mai 2016.



Agenda

DAS ZELT

18.8.–21.8.2016
Obersaxen, Meierhof

27.8.–10.9.2016







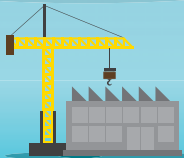

Interlaken,
Höhenmatte

Drei Jahre E-Commerce-Off

Von der Abend- und Samstagzustellung der Pakete über die SMS-Ankündigung bis zu – vielleicht – den Drohnen:

Texte: Simone Hubacher / Illustration: Branders Group AG



 <p>Mai 2013 Abend- und Samstagzustellung</p>	 <p>Juni 2013 Start E-Commerce-Offensive</p>	 <p>Juli 2013 Lancierung Paketabholung pick@home</p>	 <p>September 2013 Verpasste Sendungen online steuern</p>	 <p>November 2013 Einführung My Post 24-Automaten</p>	 <p>Mai 2014 YellowCube: hochautomatisierte Logistiklösung für Onlinehändler</p>	 <p>September 2014 Start Ausbau Paketzentren, um steigende Paketmenge zu bewältigen</p>	 <p>Dezember 2014 SMS- / E-Mail-Ankündigung für Pakete</p>
---	--	--	---	--	--	---	--

ensive der Post

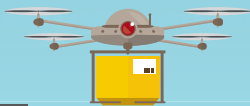
Das E-Commerce-Angebot der Post ist umfangreich und wächst weiter.



März 2015
TWINT, das digitale Portemonnaie



Juni 2015
My Post 24-Automaten an SBB-Bahnhöfen



Juli 2015
Test für den kommerziellen Einsatz von Drohnen in der Logistik



Oktober 2015
Test Sonntagszustellung, Login Post Connector (universeller Zugang für Onlineshops), Sendungsübersicht im Kundencenter auf der Website mit Steuerungsmöglichkeit für verpasste Sendungen



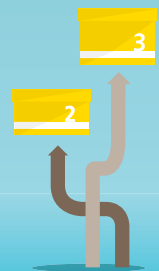
November 2015
Erweiterung des PickPost-Stellen-Netzes um 1700 auf 2400 Stellen, Empfang und Versand eingeschriebener Briefe über My Post 24



Februar 2016
Netz von 60 My Post 24-Automaten in der ganzen Schweiz



März 2016
Kaloka: Same-day-Shoppingplattform für Bern



Künftig
Volle Steuerung des Empfangs von Paketen

Der Onlinetrend geht weiter

Welche Investitionen in Sachen E-Commerce hat die Post in den vergangenen drei Jahren getätigt? Wo steht man heute und was sind die Pläne für die Zukunft? Wir haben nachgefragt.

Flugticket kaufen, Reise buchen, die Post während der Ferien zurückbehalten lassen, Schuhe und das Abendessen online bestellen: Die Schweizerinnen und Schweizer verbringen heute einen Grossteil ihrer Zeit online, sei es am Computer oder – und dies laut Erhebungen immer öfter – auch auf dem Smartphone oder Tablet. Deshalb boomt der E-Commerce, und der Trend hält an: Für insgesamt 7,2 Milliarden Franken haben die Schweizerinnen und Schweizer 2015 online eingekauft; das sind 7,5 Prozent mehr als ein Jahr zuvor. Diese Zahlen stammen aus der GfK-Studie «Online-Versandhandelsmarkt Schweiz 2015». Zuversicht, Vorwärtsorientierung und Erfolgswille kennzeichnen die Haltung der E-Commerce-Protagonisten, schreiben die Verfasser weiter. Rund 60 Prozent der befragten Unternehmen wie Manor, La Redoute, SBB und TUI wollen im laufenden Jahr mehr investieren als im Vorjahr. Die eigene Positionierung wird geschärft – die Themen Kundenkommunikation und Angebotsgestaltung werden fast täglich angegangen. So auch bei der Post, die im Juni 2013 ihre E-Commerce-Offensive lanciert hat. Diese beinhaltet Dienstleistungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette des E-Commerce (Vermarktung, Aufbau und Betrieb des Shops, Bezahlung, Logistik und Kundenbetreuung), von denen sowohl Geschäfts- wie auch Privatkunden profitieren.

Wie alles begann

«Die Post hat den Trend E-Commerce rechtzeitig

erkannt und ihm strategische Bedeutung zugemessen. Als führendes Unternehmen in der Logistik und im Zahlungsverkehr der Schweiz haben wir uns zum Ziel gesetzt, auch im E-Commerce die Leaderposition einzunehmen. Das haben wir vor drei Jahren so in der Konzernstrategie verankert. Wir können heute mit Stolz sagen, dass wir diesem Anspruch gerecht werden», sagt Konzernleiterin Susanne Ruoff. Im E-Commerce sei die Post Innovationstreiberin. Und sie habe bewiesen, dass die Digitalisierung neue Chancen eröffnet, um das logistische Kerngeschäft zu stärken. «E-Commerce ist ein Paradebeispiel einer erfolgreichen, bereichsübergreifenden Konzerninitiative. Und die Initiative lebt vor, was wir mit der neuen Vision für die gesamte Post erreichen wollen: unseren Kundinnen und Kunden für komplexe Fragen einfache, überzeugende Lösungen aus einer Hand anzubieten.»

Für Privatkunden

Neben dem Komplettangebot entlang der gesamten Wertschöpfungskette beinhaltet die E-Commerce-Offensive der Post für Privatkunden verschiedenste Dienstleistungen, die den Empfang und den Versand von Paketen – und damit das Onlineshopping – noch einfacher machen. Im Mai 2013 führte sie deshalb die

Abend- und Samstagzustellung ein, im Juli 2013 den Abholdienst für Retourenpakete, pick@home. Seit September 2013 können verpasste Sendungen online gesteuert werden, und seit November 2013 gibt es My Post 24-Automaten. Einen Überblick über sämtliche neuen Dienstleistungen der letzten drei Jahre zeigt die Infografik auf den Seiten 10 und 11.

Für Geschäftskunden

Für Geschäftskunden bietet die Post eine Komplettlösung, die Beratung, Marketing, Bestell- und Zahlwesen, Logistik und Kundendienst beinhaltet. Ein wichtiger Teil dieses Angebots ist die im Mai 2014 eingeführte Logistiklösung YellowCube, die den Onlinehändlern die gesamte Logistik inkl. Retourenmanagement abnimmt.

Zentral: die Logistik

«Die mobile Gesellschaft erwartet Dienstleistungen rund um die Uhr und an sieben Tagen pro Woche», sagt Dieter Bambauer, Leiter PostLogistics und Mitglied der Konzernleitung. Nicht nur die Post, auch ihre Mitbewerber bauen ihre Dienstleistungen aus.

Im Bereich Logistik ist die Post deshalb besonders gefordert und investiert viel, um Innovationstreiberin zu sein. Daher baut die Post auch die Infrastruktur aus. Um die steigende Menge an Paketen befördern zu können – 2015

waren es 115 Millionen Pakete – rüstet sie ihre drei Paketzentren in Härkingen, Frauenfeld und Daillens für insgesamt 60 Millionen Franken mit zusätzlichen Sortieranlagen aus. Die Ausbauten in Härkingen und Frauenfeld sind bereits abgeschlossen, Daillens folgt im Herbst 2016. Dadurch können bis zu 25 Prozent mehr Pakete in derselben Zeit verarbeitet werden. Denn nicht nur die Paketmenge, sondern auch die Anzahl A-Priority-Pakete nimmt zu. Die Liefersgeschwindigkeit ist zum zentralen Thema geworden.

Es gibt laut Dieter Bambauer zwei Gründe, warum die Post dies alles tut: erstens, weil der E-Commerce-Markt wächst, und zweites, weil die Konkurrenz nicht schläft. Denn im Logistikmarkt, im Zahlungsverkehr und in weiteren Geschäftsfeldern steht die Post im freien Wettbewerb. Nur intelligente Dienstleistungen und hohe Qualität überzeugen die Kunden von heute und morgen. Deshalb führt die Post künftig die volle Steuerung des Empfangs von Paketen ein. Und deshalb bleibt die Post auch punkto Drohnen am Ball. Diese neue Zustellform für Spezialbedürfnisse befindet sich noch in der Testphase. Sie hat grosses Potenzial, vor allem im Hinblick auf schwer zugängliche Bergdörfer oder bei sehr dringenden Sendungen, etwa im Gesundheitsbereich. ■

«E-Commerce ist ein Paradebeispiel einer erfolgreichen, bereichsübergreifenden Konzerninitiative.»

Wir haben bei drei Kunden nachgefragt

«Wir haben mit der Post insgesamt eine sehr enge und partnerschaftliche Zusammenarbeit.»

Welche E-Commerce-Dienstleistungen der Post nutzen Sie? Und sind Sie zufrieden damit?

Wir versenden den Grossteil unserer Sendungen über den Paketkanal. Vor allem den Prio-Versand nutzen wir dabei rege. Die verschiedenen Zusatzdienstleistungen wie Signature oder die Vertragsunterzeichnung von Mobilfunkabos vor Ort runden das Angebot ab. Sie ermöglichen einen individuellen und reibungslosen Versand. Natürlich nutzen wir auch andere Dienstleistungen wie Brief- oder Stückgutversand. Bei Letzterem werden wir unsere Dienstleistung um die Stockwerklieferung und den Aufstellservice erweitern.

Wo sehen Sie Verbesserungspotenzial bzw. was fehlt Ihnen noch?

Insgesamt haben wir eine sehr enge und partnerschaftliche Zusammenarbeit. Und wenn dann doch mal etwas schief läuft, dann klären wir das meistens auf dem kurzen Dienstweg.

Digitec Galaxus, Johannes Cramer, COO

«Wir wollten eine E-Commerce-Komplettlösung aus einer Hand. Die Post hat uns eine solche angeboten.»

Welche E-Commerce-Dienstleistungen der Post nutzen Sie? Und sind Sie zufrieden damit?

Wir wollten eine E-Commerce-Komplettlösung aus einer Hand. Die Post hat uns eine solche angeboten: Sie reicht von Lagerlogistik über Billing, Payment und Versand bis zum Kundendienst. Für uns ist es die perfekte Lösung. So profitieren wir vom Know-how und der Kompetenz der Post im Bereich Onlinezahlungen und der bewährten Qualität im Paketversand. Mit unserem Onlineshop können wir unseren Kunden eine grössere Sortimentstiefe anbieten, als dies über den Detailhandel möglich ist, und auch Kunden in Randregionen bedienen.

Wo sehen Sie Verbesserungspotenzial bzw. was fehlt Ihnen noch?

Die noch fehlende automatische Aktualisierung der Daten ist ein Manko. Mittelfristig würden wir uns wünschen, auch unsere Tiefkühlprodukte per Post zu versenden.

Dr. Oetker, Reto Bleuer, IT Professional

«Wir schätzen die Planungssicherheit und Zuverlässigkeit bei der Verteilung unserer Kataloge.»

Welche E-Commerce-Dienstleistungen der Post nutzen Sie? Und sind Sie zufrieden damit?

Gerade wenn nach originellen Ideen für Haushalt, Schönheit und Garten oder neuen Modetrends gesucht wird, lässt man sich gerne vom Katalog inspirieren – und bestellt dann später online. VEDIA nutzt für seine Marken VEDIA und Kays PromoPost für eine breite, schweizweite Katalogstreuung, um neue Kunden anzusprechen. Für den adressierten Versand nutzt VEDIA Expert Mail. Wir schätzen dabei vor allem die Planungssicherheit und Zuverlässigkeit bei der Verteilung unserer monatlich erscheinenden Kataloge.

Wo sehen Sie Verbesserungspotenzial bzw. was fehlt Ihnen noch?

Im Bereich PromoPost würden wir uns preislich attraktive Angebote für zusätzliche Mailings (z.B. Flyer, Postkarten) sowie Lösungen zur Ansprache der Haushalte mit Stoppleber wünschen. Zudem glauben wir, dass flexiblere Lieferzeiten (Same-day, abends nach 20 Uhr sowie am Wochenende) den E-Commerce in der Schweiz weiter beflügeln würden.

**Vedia SA, Cornelia Kuckelkorn,
Leitung Marketing**

Innovator



Neue Wege im E-Commerce

Stefan Niederhauser (PL) und Frédéric Devrient (PV) sind die Köpfe hinter dem Onlinemarktplatz Kaloka, mit dem die Post neue Wege im E-Commerce einschlägt.

Der E-Commerce verändert unsere Konsumgewohnheiten. Seit Jahren stagniert der stationäre Handel, während Onlineeinkäufe zunehmen. Für die Post ist es höchst strategisch, diese Entwicklungen an vorderster Front mitzugestalten. Stefan Niederhauser (PL) und Frédéric Devrient (PV) mit einem kleinen Team entwickelten daher den neuen lokalen Onlinemarktplatz Kaloka (siehe Aprilausgabe), der in der Stadt Bern seit April pilotiert wird. Kaloka bringt in der digitalen Welt die urbane Berner Bevölke-

rung und Quartierläden näher und stärkt so das lokale Gewerbe im E-Commerce. Mit Kaloka testet die Post auch innovative Konzepte wie einen SMS-Inspirationsservice und die Gleichtagzustellung. Stefan Niederhauser und Frédéric Devrient geben in einem Kurzinterview Auskunft zu Kaloka.



Der Film dazu online:
www.post.ch/online-zeitung



E-Commerce wird wachsen. Di

Dieter Bambauer, Leiter PostLogistics, im Gespräch über die E-Commerce-Offensive der Post. Kaum ist eine Herausforderung ihre Kunden verstehen.

Interview: Annick Chevillot / Foto: Béatrice Devènes

Vor drei Jahren hat die Post eine Offensive auf dem E-Commerce-Markt lanciert. Warum?

Nachdem es das Internet ermöglicht hatte, virtuell viel schneller und effizienter einzukaufen, war uns klar, dass sich der Post hier ein Wachstumsmarkt eröffnet. Unser traditionelles Kerngeschäft ist die Zustellung von Briefen und Paketen sowie der Zahlungsverkehr. Und genau darum geht es auch im Onlinegeschäft – Bestellungen funktionieren nur, wenn ein zuverlässiger Logistikdienstleister die Zustellung übernimmt und wenn der Zahlungsvorgang sicher ist. Das alleine genügt aber nicht. Zu einem Onlineshop gehören auch Werbung, Kundenbetreuung, Bestellabwicklung und so weiter. Für all diese Services verfügt die Post in ihrem Portfolio über Dienstleistungen, die sie den Geschäftskunden – den Onlinehändlern – anbieten kann. In der heutigen, stark wettbewerbsorientierten Welt müssen wir zwingend solche wesentlichen Veränderungen mitgestalten, um unsere Position als Marktleaderin im Paketgeschäft und im Zahlungsverkehr als Schnittstelle im Onlinehandel sowie unsere Marktstellung allgemein zu behaupten. Neue Akteure können aus dem Nichts entstehen. Sie können auch mit ganz anderen Geschäftsmodellen arbeiten als wir, insbesondere was die Gewinnerzielung betrifft. Neue Anbieter aus der digitalen Welt wie Amazon, eBay oder auch Google steigen beispielsweise in die Paketzustellung ein, aber realisieren ihre Gewinne mit ihrem Kerngeschäft und nicht mit ihren Logistikleistungen. Deshalb mussten wir unbedingt auf dem E-Commerce-Markt aktiv werden.

Welches sind für Sie die Highlights dieser drei Jahre?

Die Lancierung unseres Gesamtangebots war sicher eines, und ein weiteres war, als wir die letzte Lücke in unserem Angebot, das Packen der Pakete mit der hochautomatisierten Logistikkösung YellowCube, schliessen konnten. YellowCube ist ein echtes technologisches Bijou! Die maximale Flexibilisierung unseres Dienstleistungsangebots mit My Post 24, pick@home

sowie Abend- und Samstagzustellung zeigt, dass wir äusserst aufmerksam auf Kundenbedürfnisse eingehen. In dieser Hinsicht ist auch das Tracking von Paketen und eingeschriebenen Briefen per SMS und E-Mail ein bedeutender Schritt in Richtung individuelle Zustellung. Und auch TWINT, die von PostFinance entwickelte bargeldlose Zahlungsmöglichkeit via Smartphone, zeigt von grosser Innovationskraft.

Auf welchen Erfolg sind Sie besonders stolz?

Auf die erfolgreiche Integration der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien, auf ihre Weiterentwicklung und die Mobilität, die sie ermöglichen und auf die Einführung der Multifunktionsscanner. Auch auf unsere drei Paketzentren in Daillens, Härkingen

«Das wichtigste Merkmal des E-Commerce 3.0 ist die Personalisierung.»

und Frauenfeld sowie auf unsere Briefzentren. Um die Zunahme bei der Paketpost bewältigen zu können, wurde die Kapazität der Paketzentren um 25 Prozent erhöht. Die Leute, die die Betriebe besuchen, sind überwältigt, wie schnell alles funktioniert und wie gut die Resultate sind. Abgesehen von den Produkten und Dienstleistungen bin ich besonders stolz auf den Teamgeist und die Zusammenarbeit in den Teams – auch bereichsübergreifend –, für die jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter viel tut und ohne die wir nicht so leistungsfähig wären.

Man hört oft, dass wir uns im Zeitalter des E-Commerce 2.0 befinden. Was heisst das?

Das Internet kommerziell zu nutzen, bedeutete in den Anfängen, einen Produktkatalog online zu stellen und die User damit neugierig zu machen. Das war der E-Commerce 1.0, der Ursprung, den man nicht mal E-Commerce nannte. 2.0 ist ein Entwicklungsschritt, ein neues, eher marketingorientiertes, auf den

Kunden ausgerichtetes und reaktiveres Businessmodell. Es berücksichtigt auch die Faktoren Mobilität und Gesellschaft, bietet schnellere und flexiblere Zustell- und Zahlungsmöglichkeiten, basiert auf Analysen und Cloud Computing und erfindet laufend neue Tools.

Dann wird es wohl bald auch den E-Commerce 3.0 geben. Was können Sie dazu sagen?

E-Commerce 3.0 ist so etwas wie eine zusätzliche Entwicklung im fortschreitenden Onlinehandel. Ein wichtiges Merkmal ist die Integra-



e Post wächst mit!

ung gemeistert, warten weitere. E-Commerce 3.0 ist der nächste Schritt. Dort gehört die Zukunft Unternehmen, die



3.0 also immer personalisiertere Dienstleistungen sowie Dienste, die in Echtzeit und über die Landesgrenzen hinweg funktionieren, und dies alles in einem sehr wettbewerbsorientierten Umfeld.

Die letzte Reputationsstudie der Post zeigt, dass die neuen Dienstleistungen der Post noch relativ unbekannt sind. Wie kann man dies ändern?

Die Post hat acht Millionen Kunden in der Schweiz. Im ersten Schritt galt es, die Felder zu besetzen. Das haben wir mit My Post 24, pick@home und YellowCube gemacht. Mit diesen Angeboten waren wir Vorreiter und konnten so die Märkte erobern. Jetzt müssen wir das Ganze inszenieren. Das Video mit den rennenden Paketen hatte eine sehr grosse Wirkung gehabt: Es war das zweitbeste kommerzielle Video auf YouTube im Jahr 2015 in der Schweiz. Dabei haben wir es «Just for fun» gemacht. Wir hatten es nirgendwo offiziell lanciert und stattdessen nur Social Media für die Verteilung und Reichweite genutzt. Wir müssen weiterhin solche Massnahmen ergreifen und die Diskussion anheizen.

Und Sie selbst, testen Sie die Produkte und Dienstleistungen des E-Commerce?

Ich bin weder Versuchslabor noch Konsumentenzeitung! Aber ich nutze die Möglichkeiten des Onlineshoppings natürlich regelmässig. Ich kaufe Bücher sowie elektronische Geräte und Accessoires, und ich buche insbesondere Reisen, Flüge und Hotels online. ■

tion der viel zitierten «Big Data», das heisst die Auswertung von enormen Datenmengen, um daraus Nutzen für Empfänger und Versender zu generieren. Mit Big-Data-Analysen können immer detailliertere Kundenprofile erstellt werden, um dem Kunden auf seine Vorlieben, Gewohnheiten und häufigsten Kaufentscheide zugeschnittene Angebote zu machen. Diese Analysen können sogar das Wetter berücksichtigen, weil man weiss, dass es die Stimmung der Konsumenten direkt beeinflusst. Ziel der Auswertungen ist es natürlich, mehr zu verkaufen, weil man den Kunden sehr genau

kennt, aber vor allem, den E-Shoppern das Leben zu erleichtern, weil sie das Gesuchte schnell und bequem finden. Als logistische Schnittstelle interessiert sich die Post natürlich sehr für Big Data. Denn das wichtigste Merkmal des E-Commerce 3.0 wird die umfassende Personalisierung sein. Sie beinhaltet die Mobilität, eine Schnelligkeit, die der Unmittelbarkeit nahe kommt, die Zustellung überall und jederzeit, die Aufweichung von Grenzen, die Entwicklung von Lösungen statt von individuellen Produkten und eine grosse Zunahme vernetzter Geräte. Für die Post bedeutet E-Commerce

«Es braucht in Sachen Erreichbarkeit

Die Psychologin Nicola Jacobshagen forscht an der Universität Bern zum Thema Wertschätzung und Stress am Arbeitsplatz.

Interview: Lea Freiburghaus / Foto: Monika Flückiger / Illustrator: Dennis Oswald, Branders

Andreas Coradi, PM

Ich denke, in unserer Gesellschaft sind wir (zumindest die meisten von uns) ständig erreichbar (für wen auch immer). Die Möglichkeiten sind zahllos. Wie bei allem im Leben ist es eine Frage des gesunden Umgangs mit den Mitteln/Möglichkeiten. Ich persönlich habe kein Problem damit, erreichbar zu sein, vorausgesetzt, es wird nicht missbraucht.

Florence Saillen, PV

Nein, auf keinen Fall. Wir verbringen bereits mehr als ein Drittel unseres Lebens auf der Arbeit. Ich finde, das ist absolut ausreichend.

Marianne Probst Colombage, PM

Wir haben im Team einen entsprechenden Workshop «Ständige Erreichbarkeit» durchgeführt. Dabei wurden gewisse Verhaltensregeln definiert. Diesen Workshop kann ich weiterempfehlen. Für weitere Infos stehen wir zur Verfügung.

Luis Fernandez, PV

Ja, während meiner Arbeitszeiten, d. h. gut acht Stunden pro Tag, bin ich verfügbar. Ausserhalb dieser Zeiten nicht.

Thomas Meier, P

Ich bin überzeugt, dass es zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitenden einen abgesprochenen Rahmen benötigt. Der Grundsatz «Ausnahmen bestätigen die Regel» findet auch hier seine Anwendung. Dies gilt auch umgekehrt, wenn die Vorgesetzten für ihre Mitarbeitenden ständig erreichbar sein sollten. Allerdings sind wir mit den mobilen Arbeitsmitteln so oder so rund um die Uhr erreichbar. Der Vorteil ist, dass ich meine Fragen, Anliegen und Informationen dann absetzen kann, wenn es für mich passt. Dass sie nicht jederzeit auf-/angenommen werden, ist für mich Teil der Abmachungen.

Ergebnisse der April-Umfrage

Muss ich für meinen Vorgesetzten ständig erreichbar sein?



Mehr Reaktionen online:

pww.post.ch/personalzeitung > Archiv

ein klares Signal des Unternehmens»

Sie erklärt, was die ständige Erreichbarkeit bei Arbeitnehmern bewirkt.



Nicola Jacobshagen

Über 90 Prozent der Postmitarbeitenden, die an der Umfrage teilgenommen haben, verneinen die Antwort. Überrascht Sie das?

Nein, das erstaunt mich nicht. Denn eigentlich trennen wir zwischen den verschiedenen Lebensbereichen. Arbeit ist ein ganz wichtiger, aber wir haben noch andere wie Familie, Freunde, Hobbys usw. Auch die fordern uns und nehmen unsere Zeit und Aufmerksamkeit in Anspruch.

Aufgrund neuer technischer Möglichkeiten wird die ständige Erreichbarkeit für immer mehr Mitarbeitende zum Thema. Was bedeutet das?

Die Herausforderung von Smartphones und Tablets liegt darin, dass man mit bloss zwei Klicks sofort die neuesten E-Mails hat.

Was macht das mit den Menschen?

Man muss sich stets fragen: Warum wollen Arbeitgeber und Arbeitnehmer das? Der Arbeitgeber erhofft sich

eine gute Leistung, dadurch dass der Mitarbeitende derart engagiert ist. Der Arbeitnehmer erhofft sich Bestätigung in seinem Job. Dass ich auch ausserhalb der Arbeitszeiten angefragt werde, zeigt mir, ich bin wichtig. Und oft sind damit natürlich auch Karriereaussichten verbunden. Gerade von Führungskräften wird häufig erwartet, dass sie ständig erreichbar sind.

Das klingt jetzt eher positiv. Was sind die negativen Auswirkungen?

Sobald sich die Lebensbereiche untrennbar vermischen, droht die Work-Life-Balance aus dem Lot zu geraten. Ausserdem muss man sich von all seinen Anforderungen erholen: Wichtig sind genügend Schlaf und Auszeiten, in denen man Dinge tut, die zur Erholung beitragen. Das gelingt jedoch nicht, wenn das Smartphone auch nachts dauernd piepst und man permanent seine E-Mails – die beruflichen wie auch die privaten – checkt.

Wie kann man sich schützen?

Es braucht in Sachen Erreichbarkeit ein klares Signal des Unternehmens an die Mitarbeitenden. Wichtig ist auch die Schulung von Vorgesetzten: Viele haben noch die Zeit erlebt, in der es Usus war, immer erreichbar zu sein. Das erwarten sie nun ihrerseits. Auf Ebene Mitarbeitende geht es vor allem um die Sensibilisierung: Wann und wo bin ich erreichbar, was kann ich akzeptieren? Dazu braucht es Absprachen in Teams und ein übergeordnetes Leitbild, das einen klaren Rahmen vorgibt.

Wer ist verpflichtet, ständig erreichbar zu sein?

Es gibt Stellen, da ist es unerlässlich, beispielsweise im Notfalldienst oder wenn man auf Pikett ist. Aber auch da gilt der Grundsatz: Das Unternehmen muss dafür sorgen, dass sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erholen können.

Was sagt das Arbeitsgesetz zum Thema Erreichbarkeit?

Wenig. Dieser Punkt wird nicht im juristischen, sondern im sogenannten psychologischen Arbeitsvertrag, d.h. im Anstellungs- und Mitarbeitergespräch diskutiert: Was für Anforderungen müssen erfüllt werden, was darf man dafür erwarten, und worauf sollte man verzichten? Denn die Erholung eines Mitarbeitenden ist viel wichtiger für die Leistung und die Leistungsmöglichkeiten als die ständige Erreichbarkeit.

Wie halten Sie es mit der Erreichbarkeit?

Bei mir steht an der Bürotür, wann ich da bin und wann nicht. Doch auch ich bin nicht davor gefeit, meine E-Mails ausserhalb der Arbeitszeit zu checken. Aber irgendwann gegen Abend höre ich damit auf – und ernte dafür Frustration bei denen, die mich unbedingt noch erreichen wollten. ■

Das empfiehlt die Post

«Moderne Kommunikationsmittel begleiten uns überall hin. Sie schaffen neue Möglichkeiten und erlauben je nach Funktion ein flexibles Arbeiten unabhängig von Ort und Zeit. Doch die ständige Erreichbarkeit – geschäftlich und privat – kann auch belastend sein. Abschalten ist wichtig für die Gesundheit, und darauf legen wir Wert. Deshalb gilt bei der Post der Grundsatz: **Ihre Freizeit gehört Ihnen!**

Sprechen Sie sich bei Bedarf in Ihrem Team ab und klären Sie die gegenseitigen Erwartungen. Wann und wie wollen Sie für wen erreichbar sein? Wann nicht?

Organisieren Sie sich entsprechend Ihren Aufgaben.

Auf unseren Grundsatz und die im Team definierten Abmachungen dürfen Sie sich jederzeit berufen. Übernehmen Sie Verantwortung für Ihre Gesundheit:

Nutzen Sie die modernen Kommunikationsmittel so, dass Sie gesund bleiben.»

Yves-André Jeandupeux, Mitglied der Konzernleitung, Leiter Personal

Frage des Monats

Werden Sie Ihre Alltagsgewohnheiten während der Fussball-EM ändern?



Schreiben Sie uns Ihre Meinung online:
www.post.ch/personalzeitung

oder schriftlich an: Die Schweizerische Post AG, Redaktion
«Die Post» (K14), Wankdorfallee 4, 3030 Bern

Der Kunde von morgen: eine Vision

Einfach unterwegs



Daniel Landolf
Leiter PostAuto

«Zukunft braucht Herkunft. Lassen Sie mich deshalb zuerst etwas über den Kunden von heute sagen. Wir bieten ihm laufend mehr – und dies seit 110 Jahren. Heute fahren wir mit unseren 2200 Fahrzeugen auf 877 Linien fast achtmal um die Erde – täglich. Die Kunden von heute könnten über 145 Millionen Geschichten erzählen, wie und warum sie mit dem Postauto von A nach B fahren. So viele Fahrgäste reisen nämlich jedes Jahr mit uns. Der Kunde von heute ist gemäss den Erhebungen zufrieden mit uns. In der jüngsten Reputationsmessung schwingen in der Gunst der Fahrgäste die klassischen Leistungen obenauf: Das Angebot, die Serviceleistung, die Qualität und das Vertrauen sind dem Kunden bei PostAuto am wichtigsten.

existiert in ihrer Welt nicht. Das gilt auch für das Angebot von uns Transportunternehmen.

Der Fahrgast von morgen ist es gewöhnt, dass er jederzeit und überall Zugang zu einem passenden Verkehrsmittel hat. Seine Reiseplanung geschieht innert Sekunden. Er wählt die App, mit der er am schnellsten und zuverlässigsten die grösste Auswahl an Verkehrsmitteln direkt abrufen kann. Der Gang zum Ticketautomaten ist für ihn passé, auch wenn es das Papierbillet noch lange geben wird. Jedes Verkehrsmittel wird zu einem digitalen Buchungsobjekt, wie wir das heute schon von den Hotelbuchungsplattformen kennen. Wir sprechen hier bewusst von «Verkehrsmitteln» und nicht einfach von Postautos, Bussen, Trams oder Zügen. Denn die Grenzen zwischen öffentlichem Verkehr und Individualverkehr verwischen. Vielleicht lege ich einen Teil der Strecke mit dem Velo von PubliBike oder dem Auto eines Carsharing-anbieters zurück. Oder ich fahre in einem Privatauto mit, dessen Fahrer die gleiche Strecke fährt und noch Platz für mich hat. Die App verrät mir, was sich gerade am besten für mich eignet.

Als grösstes Busunternehmen der Schweiz will und kann PostAuto auf diesem digitalen Marktplatz eine wichtige Rolle spielen. Wenn wir hier nicht aktiv sind, machen es andere und bedrängen uns in unserem Kerngeschäft – der Mobilität. Mit den erwähnten Projekten bewegen wir uns, zusammen mit unseren Partnern, in diese Richtung. Nun kommt eine weitere Eigenproduktion dazu, die die Bedürfnisse der Digital Natives abdecken wird: die Mobilitätsplattform. Sie ist ein digitaler One-Stop-Shop: Hier kann man sich nicht nur über eine Reise informieren, sondern sie auch gleich buchen und bezahlen. Auch nachdem ich die Reise angetreten habe, lässt mich die App nicht alleine. Sie versorgt mich laufend mit echtzeitbasierten Störungsmeldungen, zeigt mir Alternativrouten auf und weist mich entlang meiner Reiseroute auf Sonderangebote von Partnern hin. Ich gebe zu: Eine Vision ist dies nicht. Denn bereits im Sommer stellt PostAuto eine solche Mobilitätsplattform vor.» ■

«Unsere Kunden von morgen? Die Digital Natives!»

Wir tun sehr viel dafür, damit auch der Kunde und die Kundin von morgen zufriedener sind, als das jetzt schon der Fall ist. Oder noch zufriedener. Am liebsten würde ich hier eine Liste mit allen Projekten und Pilotversuchen machen, die wir im Hinblick auf dieses Ziel durchführen. Auf dieser Liste stünden dann unter anderem das elektronische Ticketing (Mobile Tickets und CIBO), massgeschneiderte Mitfahrangebote (PubliRide), grosse Bikesharingnetze (PubliBike), selbstfahrende Postautos (SmartShuttles), und vieles mehr. Doch kommen wir wieder auf unsere Kunden von morgen zurück: Wer sind sie überhaupt? Die Digital Natives! Ihr Zugang zur realen Welt verläuft via Smartphone. Ein Dienstleister, der auf dem digitalen Marktplatz nicht präsent ist,

Interessiert Sie dieses Thema? Stellen Sie Ihre Fragen direkt am 31. Mai oder im Voraus an folgende Adresse:
redaktion@post.ch



Der Live-Chat mit Daniel Landolf findet am 31. Mai 2016 um 10.15 Uhr statt:
www.post.ch/livetalk

Florence Muriset

Gymnasiastin in Yverdon, wohnhaft in Valeyres-sous-Montagny (VD)



«DAS POSTAUTO IST EINES
MEINER BEVORZUGTEN
TRANSPORTMITTEL.»

© Alessandra Leimer

Seit der Primarschule PostAuto-Kundin

Ich mag die Post, weil:

«Die gelbe Klasse bringt mich immer sicher ans Ziel! Dank PostAuto fahre ich voller Vertrauen mit dem ÖV – egal, ob ich zur Schule fahre, mich mit Freunden treffe oder, noch besser, auf Shoppingtour gehe. Die Fahrer sind höflich und freundlich, sie lächeln und sind pflichtbewusst. Sie geben uns Auskunft zum Fahrplan, obwohl sie einen strengen Zeitplan einhalten müssen.»

Ihr Verbesserungspotenzial:

«Die gelbe Klasse könnte gewisse abgelegene Dörfer besser erschliessen, wie es PubliCar vor ein paar Jahren im Norden der Waadt gemacht hat. Zudem könnte PostAuto bei den Haltestellen digitale Anzeigetafeln installieren. So könnte eine Zentrale die Leute informieren, wenn der Bus Verspätung hat oder unterwegs anderen Schwierigkeiten (Baustellen) begegnet.»

Vom Sagen erzählen

Wenn Hans von Allmen nicht gerade eine Bergtour macht, in der Toskana bikt oder seine Enkelkinder hütet, trifft man ihn als Sagenerzähler vor der wunderschönen Naturkulisse des Diemtigtals.

Text: Sandra Gonseth / Fotos: Annette Boutellier



Schon am Telefon mit Hans von Allmen merkt man, dass sich seine Stimme hervorragend fürs Sagenerzählen eignet. Aber wenn er dann vor den Originalkulissen steht – etwa beim zweihundertjährigen Simmentaler Bauernhaus Sälbezen, unter dem Schwarzenberg oder in der Chollerschluft – und seine Geschichten zum Besten gibt, ist es, als hätte er sein Leben lang nichts anderes getan. Mit Schalk in den Augen gibt er den Mythen aus vergangenen Zeiten Gesichter und Emotionen. Und manchmal bläst er sogar das Alphorn, um die Geschehnisse noch authentischer wirken zu lassen. «Ich merke sofort, ob die Besucher auf eine Erzählung ansprechen oder nicht», erklärt der seit Kurzem pensionierte Poststellenleiter von Oey-Diemtigen, dem Eingangstor des Diemtigtals im Berner Oberland. Dass sich in den Schilderungen Fiktion und Wahrheit vermischen, fasziniert ihn. In den meisten Sagen geht es zwar immer auch um Moral, doch Moralisieren ist nicht sein Ding. Er will den Leuten das Leben von früher näherbringen – am liebsten an den Originalschauplätzen. Die Sagenwanderungen bietet Hans von Allmen im Rahmen seines Trekkingangebots an, das er sich nebenberuflich aufgebaut hat.

Wie im wilden Westen

Nur zufällig hat es den Lauterbrunner ins Diemtigtal verschlagen. Der damalige Lehrlingsinstructor bei den PTT wollte etwas machen, «bei dem ich mein eigener Herr und Meister bin». Dass Hans von Allmen als frisch gewählter Posthalter von Oey-Diemtigen zuerst einmal seine eigene Post bauen musste, bringt ihn noch heute zum Lachen: «Die alte Post sah aus wie aus dem wilden Westen.» Zudem ist die weitläufige Streusiedlungsstruktur auch heute noch eine Herausforderung für die postalische Zustellung im Tal. Wegen seiner Nebentätigkeit als Trekkingleiter wurde er bald einmal in die «Schönburg» zum Rapport zitiert. «Ich

stellte mich schon auf eine Kündigung ein», sagt er. Doch es kam anders: Ihm wurde eine berufsbegleitende Ausbildung zum Postunternehmer in Aussicht gestellt. Dies entsprach ganz seinem Naturell, und fortan verkaufte Hans von Allmen neben Mobiltelefonen auch zusammenlegbare Blumenvasen und Foulardbroschen.

Grosser Fundus an Mythen und Sagen

«Ich habe mir immer überlegt, wie ich die Leute in die Poststelle holen kann.» So zögerte er keine Sekunde, ein grosses Fass mit Erdnüssen in die Schalterhalle zu stellen. Inspirationsquelle war ein Postbüro in einem verschlafenen Nest in Nebraska, das er auf einer Velotour quer durch die USA entdeckte. «Wir hatten zwar eine riesige Sauerei, weil die Kunden die Schalen auf den Boden warfen. Doch der Umsatz war hervorragend.» Es sind solche Momente, die ihn immer wieder antreiben. Und natürlich die Originalität der Diemtigtaler. «Gerade in den Sagen trifft man häufig auf die Schlitzohrigkeit der Einheimischen», weiss der dreifache Grossvater. Der grösste Fundus stammt vom verstorbenen Pfarrer und Buchautor Otto Nyffeler, den Hans von Allmen persönlich kannte. Geprägt hat ihn auch sein Onkel. Dieser erzählte der Jungmannschaft jeweils hoch oben in der SAC-Lobhornhütte so manche Geschichte. «Und ob Sie es glauben oder nicht, wenn ich eine Sage erzähle, bin ich immer felsenfest davon überzeugt, dass sich alles genauso zugetragen hat.» ■

Persönlich

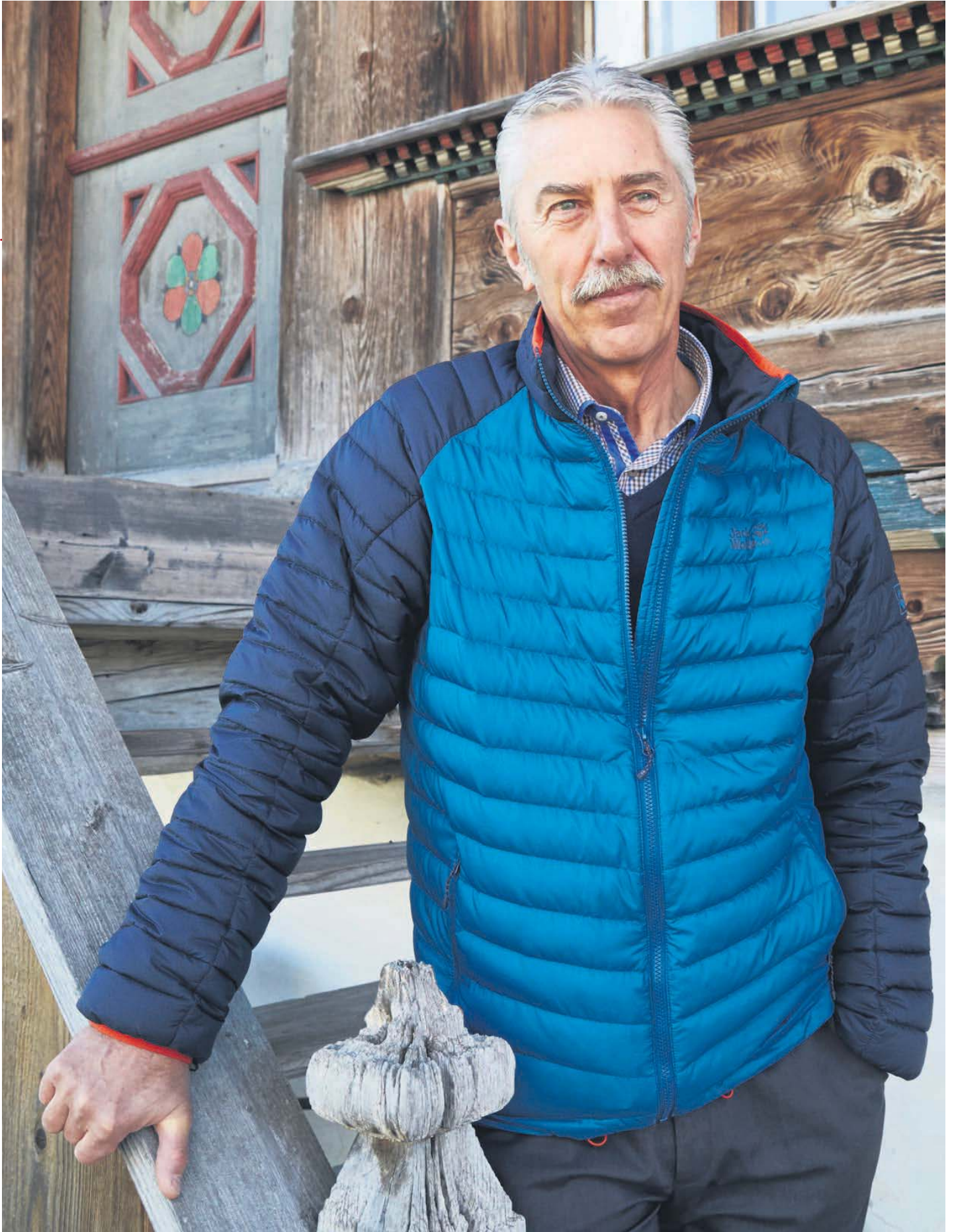
Hans von Allmen (62), geboren in Lauterbrunnen (BE)
Seit Dezember 2015 pensioniert, nach 43 Dienstjahren
33 Jahre Poststellenleiter in Oey-Diemtigen
Vorher Briefversand Genf, Bahnpost, Postcheckamt,
Lehrlingsinstructor
Seit 2001 Trekkingleiter für Ski- und Biketouren sowie
Wanderungen
Seit vier Jahren Gemeindepräsident der gemischten
Gemeinde Diemtigen
Verheiratet mit Silvia, zwei Kinder (Hans und Barbara)
und drei Enkelkinder (Amy, Ray und Lea)
Spielt seit drei Jahren Alphorn



Sagenerzählen mit Hans von Allmen
www.trekking-diemtigtal.ch



Weitere Bilder finden Sie in unserer Onlineausgabe.





Die Zustellung beginnt um 6 Uhr mit der Einfächerung in die Postfächer.



Um 9 Uhr gönnt sich Vincent Steullet eine verdiente Kaffeepause.



Die Tour geht von Bauernhof zu Bauernhof.

Auf Tour entlang des Doubs

Vincent Steullet ist Briefbote. Und zwar nicht irgendeiner: Er bedient die längste Tour der Romandie und damit eine der drei längsten der Schweiz. Er legt jeden Tag 107 Autokilometer zurück – ausser am Sonntag.

Text: Annick Chevillot / Fotos: François Wavre

«Es kann schon mal vorkommen, dass ein Briefbote gebissen wird!» In seinen 43 Berufsjahren haben Vincent Steullet acht Hunde gebissen oder nach ihm geschnappt. Er ist ihnen nicht böse. Angst hat er auch keine, schliesslich begegnet er Hunden jeden Tag. Auf seiner Tour von Hof zu Hof gibt es freundliche und ruhige – die werden hinter den Ohren gekraut. Zu den anderen hält er Distanz. Zudem sind die Bauern nie weit und schreiten falls nötig ein. Der Jurassier Vincent

Steullet ist 59 und kennt seine Region in- und auswendig, inklusive ihrer Geheimnisse und Geschichte. «Die erste Post von Soubey hat mein Ururgrossvater am 31. März 1868 eröffnet. Bis zu ihrer Schliessung 2005 ist sie stets in Familienhand geblieben.» Soubey ist seither der Poststelle Saint-Ursanne angeschlossen. Steullet, der auch Präsident der 140-Seelen-Gemeinde ist, fährt nun zweimal täglich nach Saint-Ursanne. Schon morgens um 6 Uhr ist er dort in der Post-

stelle anzutreffen. Zuerst kümmert er sich um die Postfächer: «Sie müssen spätestens um 7.30 Uhr bereit sein, wenn die Post öffnet.»

Von Schwalben und Rehen

Danach bereitet er zusammen mit seinem Kollegen und Teamchef Claude Friche die gemischten Touren (Briefe und Pakete) für seine Kollegen vor, und zuletzt noch seine eigene – die längste. «Sie ist auch die schönste!» Das ist wirklich nicht zu



Viele abgelegene Bauernhöfe liegen auf der Zustelltour des Pöstlers.



Auf einem Bauernhof sind Hunde nie weit weg.



Vincent Steullet wird 2018 pensioniert.

viel gesagt. Die Gegend ist wunderschön! Wenn er Saint-Ursanne gegen 7.50 Uhr verlässt, überquert Vincent Steullet sogleich den Doubs und macht sich auf den Weg zu den abgelegenen Höfen von Epauvillers und Epiquerez. Die Juralandschaft ist hügelig, und die Vegetation erwacht langsam aus dem Winterschlaf. Die Rufe der Schwalben künden ebenfalls den Frühling an. Bussarde, Milane, Bachstelzen, Meisen, Elstern, Finken und Rotkehlchen antworten ihnen in einem fröhlichen Konzert.

An der Grenze ist Schluss

Die Fahrt führt auf kurvigen Strassen durch Feld und Wald. In Clos du Doubs, das aus einigen fusionierten Weilern besteht, hält Vincent Steullet abrupt an und zeigt auf die Weide zu seiner Linken: «Haben Sie das Reh gesehen?» Das Tier entfernt sich gelassen und verschwindet im Wald. Manchmal macht der Briefbote auch einen

Schlenker, «um keine Schnecke zu überfahren». Denselben Respekt, den er Tieren gegenüber zeigt, bringt er den Menschen entgegen. «Salut!», ruft er unzählige Male. Alle kennen ihn, und sein gelbes Auto wird oft erwartet. Er betritt die Bauernhöfe, übergibt Pakete und Briefe und lässt sich Zeit, um genau zu verstehen, was eine Kundin, die den Hausservice nutzt, braucht. Danach geht es weiter, steil bergauf bis zum alten Zoll in Le Chaufour. Hier fährt das Auto nicht weiter. «Drehen Sie sich mal um. Schön, nicht? Von hier aus sieht man den Chasseral.» Zeit für eine Pause, bevor es wieder runter an den Doubs geht. Die Grenze und die Schlaufen des französisch-schweizerischen Grenzflusses bestimmen den Verlauf der Tour und zwingen zu zahlreichen Umwegen.

Sind ihm die Fahrten nach all den Jahren nicht verleidet? «Nein, denn ich liebe meine Arbeit, mein Dorf und meine Region. Aber mit zuneh-

mendem Alter denke ich auch an die Pensionierung. Ich werde am 31. März 2018 in Rente gehen, 150 Jahre nachdem mein Urgrossvater die Post in Soubey eröffnet hat. Weder Vincent Steullets Sohn noch seine Tochter wollten Briefbote bzw. Briefbotin werden. Damit erlischt die Familientradition.

Nach einem ruhigen Mittagessen zu Hause macht sich Steullet erneut auf den Weg nach Saint-Ursanne. «Ich muss mich noch um die B-Post kümmern.» Das gelbe Auto fährt dem Doubs entlang und verschwindet dann hinter einem Hügel. ■

Promis über die Post**Tatyana Franck***Direktorin des Musée de l'Elysée in Lausanne**Die Museumsdirektorin liebt es, Postkarten zu verschicken.**Interview: Annick Chevillot / Illustration: Jennifer Santschy***Finden Sie, dass die Post ein innovatives Unternehmen ist?**

Ja, wie jede öffentliche Einrichtung, die sich zum Ziel gesetzt hat, auf die sich verändernden Bedürfnisse ihrer Nutzer einzugehen.

Haben Sie schon einmal das WiFi im Postauto genutzt?

Ja. Ich finde es sehr nützlich, vor allem für Touristen aus aller Welt.

Und TWINT?

Nein, noch nicht.

Verschicken Sie noch traditionelle Postkarten?

Ja – ich liebe es, von Hand geschriebene Postkarten zu bekommen, und versuche, selbst auch möglichst viele zu verschicken. Im Musée de l'Elysée unterstützen wir diese persönliche Art der Kommunikation, indem wir den Besuchern die Möglichkeit geben, Postkarten zu unseren Sammlungen zu kaufen.

Der E-Commerce boomt. Bestellen auch Sie Artikel online?

Natürlich, wie jeder andere auch – aus praktischen Gründen. Aber ich kaufe lieber direkt in den Geschäften ein, um den persönlichen Kontakt mit den Verkäufern zu pflegen.

Nutzen Sie oft die Zugangspunkte der Post?

Oh ja! Privat wie auch beruflich, denn ich bin ein Kind meiner Zeit. ■

www.elysee.ch

Inserat

Bewegen Sie sich, Sie können nur gewinnen!

Werden Sie aktiv und machen Sie mit beim Bewegungsmonat Juni und der Aktion bike to work. Mit beiden Aktionen tun Sie nicht nur Ihrem Körper und Geist etwas Gutes, Sie haben auch beste Aussichten auf tolle Preise im Gesamtwert von über 130.000 Franken.

Weitere Informationen finden Sie in Ihrer Bewegungsbroschüre und im Intranet: pww.post.ch/bewegung
Stellen Sie noch heute Ihr Team für bike to work zusammen und melden Sie es online an: www.biketowork.ch/post

BIKE TO WORK
.ch

DIE POST 
Gelb bewegt.

Herausgeberin

Die Schweizerische Post AG
Kommunikation, Wankdorffallee 4
3030 Bern
E-Mail: redaktion@post.ch
www.post.ch/online-zeitung

Redaktion

Annick Chevillot (Chefredaktorin),
Muriel Baeriswyl, Lea Freiburghaus,
Sandra Gonseth, Stefania Grasso,
Simone Hubacher, Claudia Iraoui,
Catherine Riva, Sara Baraldi

Mitwirkende

Annette Boutellier, Dominic Bruce,
Dominic Büttner, Béatrice Devènes,
Chantal Fischer, Monika Flückiger,
Denis Kormann, Alessandra Leimer, Jiri
Reiner, Jacqueline Schwander, Jennifer
Santschy, François Wavre

Übersetzung und Korrektorat

Sprachdienst Post, Diana Guido

Layout

Branders Group AG, Zürich

Anzeigen

Annoncen-Agentur Biel AG
E-Mail: anzeigen@gassmann.ch
Tel. 032 344 83 44

Druck

Mittelland Zeitungsdruck AG, Aarau

Titelbild

Annette Boutellier

Nachdruck mit schriftlicher

Einwilligung der Redaktion gestattet.

Abos/Adressänderungen

Aktivpersonal: Intranet (HR-Portal/
Persönliche Daten), beim zuständigen
Servicecenter Personal (gemäss Lohnab-
rechnung) oder unter scp@post.ch

Rentenbezüger:

Schriftlich an Pensionskasse Post,
Viktoriastrasse 72, Postfach
3000 Bern 22

Andere Abonnenten:

E-Mail: abo@post.ch
Tel. 058 338 20 61

Abopreis: 24 Franken pro Jahr

Wichtige Adressen

Sozialberatung: 058 448 09 09,
sozialberatung@post.ch
Arbeitsmarktzentrum Post (AMZ):
058 667 78 30
Personalfonds: 058 338 97 21,
www.pfp-ferienwohnungen.ch



RECYCLED
Papier aus
Recyclingmaterial
FSC® C005019



«Ich parodiere den Pöstleralltag»

Alois Gamma aus Zug feiert am 16. Juni seinen 75. Geburtstag. Er hält sich mit Sport fit und steigt nur noch für seine Sketche in die Postuniform.

Interview: Sandra Gonseth / Foto: François Wavre

Wie haben Sie den Draht zur Post behalten?

Vor allem mit meinen Sketchen über den Pöstleralltag, die ich an Geburtstagen oder Familienfesten zum Besten gebe. Ich ziehe meine alte Uniform an und spiele zum Beispiel einen Pöstler, der den guten alten Zeiten nachtrauert (siehe Bild).

War es früher denn besser?

Es hat sich in den letzten Jahren einfach sehr viel verändert bei der Post. Früher hat man sich bewusst für eine Lebensstelle entschieden und war stolz darauf, wenn man bei der gleichen Firma pensioniert wurde. Wenn man sich korrekt benahm, musste man nicht befürchten, den Job zu verlieren.

Erinnern Sie sich an Ihren ersten Arbeitstag?

Ich hatte mich mit 17 Jahren um einen Ausbildungsplatz bei der PTT beworben und musste ein ganzes Jahr warten, weil die Plätze so begehrt waren. Am ersten Tag traf ich einen ehemaligen Schulkollegen, mit dem sich eine wunderschöne Freundschaft entwickelte, die bis heute andauert.

Welche Funktionen übten Sie bei der Post aus?

Ich kam 1958 zur Post, war nach der Ausbildung zuerst beim Transportdienst, dann 43 Jahre lang im Bürodienst tätig. Davon die letzten 20 Jahre in der Postfachablage Zug 1.

Welche Veränderungen haben Sie am meisten geprägt?

Die Verlagerung des Posttransports von der Schiene auf die Strasse. Früher mussten wir die Brief- und Paketpost beim Bahnhof abholen, von Hand auf Camions verladen und durch die Stadt zur Hauptpost transportieren.

Haben Sie auch einmal etwas Kurioses erlebt?

Ja! Einmal mussten wir zehn weisse Mäuse zustellen. Weil das Zoogeschäft schon Ladenschluss hatte, beschlossen wir, den Mäusekäfig über Nacht im Postgebäude zu behalten. Als ich um 3.45 Uhr zum Frühdienst antrat, waren alle Tiere ausgebüxt, und wir mussten zuerst einmal auf Mäusejagd gehen. ■

Treue zur Post**50** Jahre**PostAuto**

Meier Jakob, Chur

45 Jahre**Post Immobilien Management und Services AG**

Daleström Herbert, Bern

Personal

Thomer Urs, Bern

PostMail

Amstutz Hans, Reconvilier
 Arni Roland, Kirchberg BE
 Baur Martin, Rorschach
 Calmonte Martin, Thun
 Chavanne Bernard,
 La Chaux-de-Fonds
 Demonti Râto, Scuol
 Elsener Klemens, Baar
 Gilgen Karl, Wohlen b. Bern
 Hirschi Ulrich, Bern
 Hunziker Markus, Spreitenbach
 Hürlimann Martin, Wädenswil
 Hürzeler Roland, Zofingen
 Junker Daniel, Neuchâtel
 Kamber Rolf, Härkingen
 Léchenne Roger, Delémont
 Lüdi Erwin, Rüti b. Büren
 Mäder Andres, Kerzers
 Marchand Pascal, Delémont
 Rickli Hans, Ursenbach
 Sahli Hans Ulrich, Kirchlindach
 Sehmer Marianne, Härkingen
 Siegenthaler Ulrich, Ostermundigen
 Sommer Hanspeter, Härkingen

Studer Hans-Rudolf, Ostermundigen
 Trombert Armand, Monthey
 Turtschi Jürg, Bern
 Wenk Rolf, Root

PostLogistics

Cueni Bruno, Basel
 Della Chiesa Oraldo, Daillens
 Schmid Urs, Basel
 Senti Florian, Niederurnen
 Spycher Rudolf, Ostermundigen
 Wolf Marcel, Zürich

Poststellen und Verkauf

Arni Roland, Burgdorf
 Binggeli Eduard, Worben
 Buchli Ruth, Thusis
 Doerfliger Yvette, Cernier
 Durrer Paulina, Buochs
 Höpli Marie-Luise, Aadorf
 Juillerat Anne-Lise, Bassecourt
 Rast Esther, Ebikon
 Riedener Margrit, Teufen AR
 Rusterholz Yvonne, Elgg

PostFinance

Schenk Alfred, Oensingen

PostAuto

Camenisch Erwin, Bern

SecurePost

Schenk Alfred, Oensingen

40 Jahre**Post Immobilien Management und Services AG**

Rusch Josef, Appenzell

PostMail

Abgottspon Brigitte, St. Niklaus
 Allenspach Rainer, Amiriswil

Altwegg Peter, Märwil
 Aschwanden Urs, Zürich-Mülligen
 Balmer Pierre, Marin-Epagnier
 Brogli Beat, Stein AG
 Christen Hermann, Ostermundigen
 Graber Susanna, Zürich-Mülligen
 Hunsperger Markus, Ostermundigen
 Hunziker Martin, Lenzburg
 Jakob Hans Jörg, Burgdorf
 Kästli Roland, Spiez
 Kästli Walter, Bern
 Kobelt Christian, Zürich
 Lüchinger Beat, Thun
 Meier Lorenz, Glattbrugg
 Peter Kurt, Zürich
 Rusch Josef, Appenzell
 Schaad Markus, Laufenburg
 Schmidlin Louis, Zürich-Mülligen
 Studer Markus, Härkingen
 Waldburger Hans-Peter, Zürich-Mülligen
 Würsch Christian, Zürich

PostLogistics

Christian Peter, Härkingen
 Fischer Hanspeter, Mägenwil
 Jordan Gilbert, Daillens

Poststellen und Verkauf

Bernasconi Fabrizio, Stabio
 Brühlhart Pius, Giffers
 Decuyper Mireille, Vernier
 Fahrni Therese, Steffisburg
 Gobbi Rita, Lugano
 Häni Verena, Solothurn
 Hürzeler Kurt, Koppigen
 Kälin Verena, Wiesendangen
 Kaufmann Sabina, Zürich
 Minder Brigitte, Bremgarten b. Bern
 Oberholzer Roman, Erlen
 Petermann Susanne, Wetzikon ZH
 Schenk Heidi, Basel
 Spichiger Heinz, Bern

PostFinance

Gemma Russo-Philipona, Bern

PostAuto

Jung Heidi, Chur

Swiss Post Solutions

Stampfli Susanne, Härkingen

Wir gratulieren**95** Jahre

Joehr Ueli, Bern (14.06.)

90 Jahre

Achermann Georg, Stans (08.06.)
 Anex Pierre, Gryon (24.06.)
 Baldinger Edgar, Genève (29.06.)
 Boschung Felix, Zollikofen (29.06.)
 Bourquin René, Sonceboz-Sombeval (10.06.)
 Cottagnoud Jean, Vétroz (17.06.)
 Egli Willi, Weinfeldten (15.06.)
 Garcia-Mediavilla Dolores, Spanien (21.06.)
 Gaudard Pierre, Bousens (26.06.)
 Gubler Louis, Buus (05.06.)
 Gurt Anton, Davos Dorf (01.06.)
 Hofer Willi, Tägerwilen (28.06.)
 Jaggi Walter, Birsfelden (12.06.)
 Läng Fritz, Grindelwald (03.06.)
 Loosli Jean-Pierre, Montreux 1 (11.06.)
 Lütschg Ida, Glarus (06.06.)
 Meier Gottfried, Chur (11.06.)
 Rappaz Pierre, St-Maurice (29.06.)
 Regli Rudolf, Erstfeld (16.06.)
 Rhinisperger Paul, Full-Reuenthal (28.06.)
 Rindisbacher Fritz, Schliern b. Köniz (06.06.)
 Saurer Jakob, Innertkirchen (07.06.)
 Vallat Pierre, Porrentruy (06.06.)
 Vaudroz Pierre, Olon VD (14.06.)
 Veillard Geneviève, St-Blaise (17.06.)

Ruhestand**Post Immobilien Management und Services AG**

Badertscher Verena, Wasen im
 Emmental
 Bollhalder Edgar, Zürich
 Mandic Katarina, Bern
 Marques Calheiros De Jesus Maria
 De Lurdes, Zürich
 Micieli Damiano, Dübendorf
 Pfiffner Anton, Chur
 Rizza Franceschina, Sopraceneri

Finanzen und Konzerneinkauf

Hugentobler Alfred, Bellinzona

PostMail

Amstutz Lisalotte, Sigriswil
 Bolengo Françoise, Nyon
 Eberhard Alex, Zürich-Mülligen
 Eberhard Denise, Crissier
 Gaspoz Pierre, Ostermundigen

Gillibert Gérald, Collombey
 Haldimann Peter, Bern
 Horisberger François, Bern
 Hügli Johann, Breitenbach
 Kuster Josef, Hinwil
 Lambrigger Rolf, Fiesch
 Lambrigger Rosmarie, Bellwald
 Lanz Gisèle, Lonay
 Marchesi Ornella, Lugano
 Mengarelli Cesare, Zürich
 Panitti Francesco, Härkingen
 Pichler Bruna, Zürich
 Porchet Olivier, Penthalaz
 Rossier Françoise, Fétigny
 Schmucki Rita, Brugg AG
 Sprenger Urs, Olten
 Stössel Hanspeter, Zürich
 Tschudin Katharina, Riehen
 Weilenmann Beatrice, Diessenhofen
 Widmer Theres, Niederwil AG
 Zahner Rolf, Stein am Rhein

PostLogistics

Fuhrer Ruth, Urdorf

Hazeraj Sherif, Biel/Bienne
 Ljatifi Nazim, Mägenwil
 Rentsch Willi, Härkingen

Poststellen und Verkauf

Angehörn Markus, Amriswil
 Badertscher Verena, Wasen im
 Emmental
 Brand Walter, Sarnen
 Fischer Johanna, Baden
 Fuchs Katharina, Biel/Bienne
 Giger Dora, Zürich
 Giger Marlise, Horw
 Jegerlehner Ursula, Uetendorf
 Klossner Susanna, Toffen
 Kübler Karin, Laufen
 Leuenberger Rosmarie,
 Dietikon
 Meier Silvia, Laufen
 Moser Sonja, Egerkingen
 Otti Ursula, Brugg BE
 Pane Françoise, Cressier NE
 Rogger Martha, Luzern
 Sorgen Beatrice, Port

Unternährer Erika, Birsfelden
 Weber Dora, Wohlen AG

PostFinance

Frey-Schoch Helene, St.Gallen
 Lächler Erika, St.Gallen
 von Bültzingsloewen Günter, Bern

PostAuto

Dhahbi Hédi, Mont-sur-Lausanne
 Thierrin Gérald, Thierrens

85 Jahre

Berra Rémy, Monthey (15.06.)
 Bisaz Heidi, Zizers (21.06.)
 Brändli Fritz, Stallikon (15.06.)
 Brunet Bernard, Fribourg (03.06.)
 Bühler Franz, Schüpbach (15.06.)
 Chollet Rémy, Maraçon (30.06.)
 Francioli Isabelle, Lausanne (01.06.)
 Frey Anna Verena, Biberstein (27.06.)
 Frey Gertrud, Suhr (23.06.)
 Fuchsliin Xaver, Zürich (12.06.)
 Furginé René, Zofingen (21.06.)
 Gartmann Karl, Thalkirch (27.06.)
 Giger Sebastian, Untervaz (25.06.)
 Gilliard Jean-Daniel, Paudex (12.06.)
 Gruber Juliette, Lausanne (10.06.)
 Hochreutener Anny, Goldach (14.06.)
 Hueber Walter, Oberdorf BL (03.06.)
 Jenal Rudolf Josef, Samnaun Dorf (02.06.)
 Lichtsteiner Georg, Luzern (04.06.)
 Livers Aluis, Breil/Brigels (21.06.)
 Mäder Klara, Bern (17.06.)
 Martella Antonio, Ascona (17.06.)
 Miauton Charles, Pully (20.06.)
 Monnier Clara, Les Geneveys-sur-Coffrane (19.06.)
 Noël Gérard, Petit-Lancy (02.06.)
 Schüpbach Johann, Bern (30.06.)
 Stadelmann Adolf, Birsfelden (05.06.)
 Staehli Jakob, Frankreich (16.06.)
 Steiner Klara, Wattwil (17.06.)
 Steiner Peter, Biberist (11.06.)
 Tartaglia Livia, Origlio (21.06.)
 Tissot Rita, Neuchâtel (19.06.)
 Tschanz Maurice, Mont-Soleil (08.06.)
 Vaucher Henri, Lessoc (24.06.)
 Vollmer Wilhelm, Chur (15.06.)

80 Jahre

Arnold Franz, Wangen b. Olten (27.06.)
 Artho Franz, Jona (03.06.)
 Aubort Elisabeth, Chermex (16.06.)

Battaglia Paul, St. Moritz (12.06.)
 Bognuda Defendentino, S. Antonino (17.06.)
 Bovet Marguerite, Estavayer-le-Lac (05.06.)
 Broder Willi, Dübendorf (16.06.)
 Bruggmann Peter, Goldach (28.06.)
 Budmiger Anton, Birsfelden (08.06.)
 Cantieni Eva, Pignia (11.06.)
 Collaud Gilles, St-Aubin FR (19.06.)
 Damiano Agostino, Lausanne (05.06.)
 Eggimann Fritz, Kirchberg BE (02.06.)
 Eichenberger Hans, Genève (17.06.)
 Emmenegger Alfred, Escholzmatt (28.06.)
 Feltscher Yvonne, Fürstenuau (15.06.)
 Feuz Sonja, Birr (05.06.)
 Fontannaz Francis, Daillon (21.06.)
 Freiburghaus Ernst, Laupen BE (06.06.)
 Gassinger Hilde, Österreich (30.06.)
 Germann Walter, St. Gallen (21.06.)
 Graf Rosmarie, Klingnau (10.06.)
 Grandjean Marius, Genève (13.06.)
 Guillet Elisabeth, Genève (18.06.)
 Häfliger Franz, Willisau (19.06.)
 Leoni Fernando, Minusio (22.06.)
 Mesot Hermann, Romont FR (07.06.)
 Minder Meieli, Roggwil BE (23.06.)
 Monnet Jean, Iséables (17.06.)
 Moresi Mirto, Giubiasco (14.06.)
 Nacht Marlis, Wabern (25.06.)
 Nick Franz, Triengen (28.06.)
 Novak Istvan, Ungarn (11.06.)
 Ramser Walter, Schnottwil (09.06.)
 Raschèr Curradin, Susch (08.06.)
 Rickli Werner, Wettswil (21.06.)
 Ricklin Peter, Zürich (16.06.)
 Rufener Odette, Hauterive NE (01.06.)
 Ryser Renée-Jeanne, Neuchâtel (27.06.)
 Schalch Erwin, Oberengstringen (21.06.)
 Schwab Werner, Birsfelden (26.06.)
 Siriu Annetta, Nürensdorf (19.06.)
 Spichiger Willy, Neuenegg (24.06.)
 Steiger Kurt, Abtwil SG (16.06.)
 Steiner Anna, Zillis (18.06.)
 Stettler Marianne, Nidau (20.06.)
 Stettler Walter, Melchnau (16.06.)

Streit Willy, Stans (11.06.)
 Tartini Paolina, Iragna (22.06.)
 Teufel Eric, Lausanne (06.06.)
 Tissot Francis, Wil SG (24.06.)
 Tuor Walter, S. Benedetg (19.06.)
 Urben Franz, Herzogenbuchsee (16.06.)
 Walker Gertrud, Bürglen UR (02.06.)

75 Jahre

Agostini Ronald, Zürich (01.06.)
 Alves-Pereira Sampaio Maria, Le Sentier (10.06.)
 Bärtsch-Stüffler Johannes, Zizers (01.06.)
 Becerra Francisco, Spanien (01.06.)
 Bischof-Dubach Claudine, Biel/Bienne (12.06.)
 Bissig Rudolf, Schattdorf (11.06.)
 Borcard Georges, Genève (11.06.)
 Bovet Lucie, Belfaux (15.06.)
 Bürgler Emil, Illgau (18.06.)
 Burri Blurette, Fleurier (24.06.)
 Cramatte Roland, Alle (24.06.)
 Cramer Prospero, Richterswil (26.06.)
 De Bernardis-Mounoud Françoise, Clarens (08.06.)
 Debieux Gaston, Meyrin (30.06.)
 Del Sastre-Gonzalez Milagros Juana, Spanien (24.06.)
 Eisenring Ernst, Jonschwil (20.06.)
 Falconnier Willy, Chézard-St-Martin (09.06.)
 Fischer Hans, Triengen (08.06.)
 Frank-Juhász Erica, Ennetbürgen (18.06.)
 Gächter-Bühlmann Marie-Thérèse, Altenrhein (11.06.)
 Gamma Alois, Zug (16.06.)
 Gehrig Alfred, Ammerswil AG (20.06.)
 Heim Maria Helena, Kappel SO (03.06.)
 Herzog Emil, Amlikon-Bissegg (30.06.)
 Herzog-Keller Hulda, Gebenstorf (04.06.)
 Hostenstein Walter, Gorduno (07.06.)
 Hügi Hanspeter, Münsingen (28.06.)
 Hutter René, Pfäffikon ZH (18.06.)
 Huynh Van My, Lausanne (07.06.)
 Imhof Erwin, Bigenthal (09.06.)
 Jenni Rudolf, Rüfenacht BE (07.06.)
 Kilchher Manfred, Golaten (24.06.)
 Kupferschmid Denis, Lausanne (10.06.)
 Letzkus-Gruber Verena, Solothurn (03.06.)
 Macheret René, Petit-Lancy (25.06.)
 Mascaro Alda, Wetzikon ZH (02.06.)
 Meile Paul, Dübendorf (23.06.)
 Merz Peter, Niederlenz (21.06.)
 Metraux Marie-Claire, Genève (08.06.)
 Orlando Cesarina, St. Gallen (09.06.)
 Paine Robert, Arni-Islisberg (18.06.)
 Palmieri Arthur, Zollikofen (05.06.)
 Pointet Gilbert, Penthalaz (14.06.)
 Quarroz Martial, Signèse Ayent (30.06.)
 Recher-Schüpbach Heidi, Basel (11.06.)
 Ritzmann Kurt, Seewis Dorf (21.06.)
 Rossi-Zanuto Maria, Seuzach (17.06.)
 Rotta-Martignoni Carla, Gudo (09.06.)
 Schätti Max, Heiden (25.06.)
 Schärz Eduard, Schwarzenburg (09.06.)
 Schindler Niklaus, Kreuzlingen (05.06.)
 Schöpfer Niklaus, Inwil (08.06.)
 Senn Werner, Buchs SG (10.06.)
 Seppey Camille, Vétroz (12.06.)
 Streule Josef, Weiningen ZH (20.06.)
 Suri-Roderer Hulda, St. Gallen (19.06.)
 Tresch-Zraggen Rosa, Ostermundigen (18.06.)
 Van Der Bij Stella, Le Lignon (29.06.)
 Vicini Edwin, Bettlach (09.06.)
 von Gunten Simone, Chambésy (02.06.)
 von Rotz-Wallimann Werner, Sarnen (25.06.)
 Weber René, Belp (20.06.)
 Werren Kurt, Thörishaus (25.06.)
 Wiesmann Otto, Effretikon (26.06.)
 Willimann Oskar, Zürich (03.06.)
 Williner-Humbel Josef, Boniswil (27.06.)
 Wittwer Hans Ulrich, Biglen (23.06.)
 Zumbrennen Walter, Hörhausen (08.06.)
 Zurfluh Irène, Intschi (27.06.)

Wir trauern

Aktive

Post Immobilien Management und Services AG

Schnider Beat, Zuchwil, geb. 1955

PostMail

Egger Katharina, Ostermundigen, geb. 1956
 Mwaka Andre, Zürich-Mülligen, geb. 1958

PostAuto

Zurbruggen Alex, Brig geb. 1957

Pensionierte

Auderset Hildegard, Liebistorf (1931)
 Bagnovini Caterina, Monte Carasso (1926)
 Ballif André, Genève (1941)
 Bamert Anton, Uznach (1936)
 Bärtschiger Marcel, Zofingen (1949)
 Bonnet Antoine, Corcelles NE (1937)
 Borsos Miklos, Meilen (1917)
 Brandt Edgar, Zürich (1926)
 Brunner Albert, Nesslau (1920)
 Burkard Yvonne, Lausanne (1922)
 Camenzind Adalbert, Gersau (1927)
 Défago Robert, Troistorrens (1930)
 Eggenberger Roesli, Grabs (1933)
 Frey Arnold, Wangen b. Olten (1923)
 Gasser Anton, Isenthal (1930)
 Guex Rose-Marie, Genève (1928)
 Hählen Reinhard, Spiez (1940)
 Häne Anton, Zürich (1927)
 Henneberger Victor, Sévery (1924)
 Herrmann Constantin, Chur (1933)
 Hofmann Rudolf, Münchenbuchsee (1935)

Hofstetter Jean, La Chaux-de-Fonds (1923)
 Horat Peter, Ibach (1927)
 Junod Daniel, Chavannes-près-Renens (1933)
 Kern Gebhard, Niederbüren (1921)
 Kovarik Miroslav, Zürich (1947)
 Kuster Paul, Frauenfeld (1941)
 Lehmann Marcel, Waldkirch (1934)
 Liechti Bernhard, Münsingen (1940)
 Lörtscher Gottlieb, Ittigen (1925)
 Lüscher Ulrich, Nidau (1936)
 Meier Walter, Neuenhof (1933)
 Menoud Michel, Biel/Bienne (1926)
 Mühlethaler-Hänni Ursula, Märstetten (1939)
 Nafzger Erwin, Gelterfingen (1928)
 Nicola Marcel, Zürich (1941)
 Niederhauser Hans, Schangnau (1933)
 Nigg Herbert, Mels (1933)
 Ott-Bless Susanne, Münchwilen TG (1959)
 Perler Jean, La Roche (1930)
 Pfund Jean, Les Ponts-de-Martel (1940)

Rohner Hans, La Chaux-de-Fonds (1937)
 Rufer Hans, Thun (1923)
 Schiesser Heinrich, Linthal (1935)
 Schütz Hansruedi, Siebnen (1925)
 Siegfried Erich, Grand-Lancy (1935)
 Späni Alois, Zürich (1925)
 Strebel Johann, Wittenbach (1935)
 Stricker Matthäus, Buchs SG (1944)
 Sturzenegger Ernst, Walzenhausen (1920)
 Tagmann Kurt, St. Gallen (1931)
 Tendon Hubert, Courfaivre (1940)
 Thür Josef, Amriswil (1927)
 Trochler Fritz, Zug (1928)
 Tschanz Hans, Münchenbuchsee (1929)
 Uldry Joseph, Genève (1929)
 Volkart Alfred, Dinhard (1948)
 Wanner Fredy, Zürich (1923)
 Weber Jolanda, Bern (1930)
 Weibel Karl, Kaiserstuhl AG (1932)
 Wullschlegler Hans, Ringgenberg BE (1929)
 Zihlmann Heinrich, Luzern (1915)
 Zimmermann Karl, Balsthal (1926)



© Dominic Büttner

Wettbewerb
Sind Sie mit unserem Hausservice vertraut? Schicken Sie Ihr Foto dieser Postdienstleistung – sei es der Zusteller bei Ihnen an der Tür oder das Steckschild am Briefkasten – an redaktion@post.ch. Wir zeigen nächsten Monat alle Bilder online. Das Beste gewinnt zwei Tageskarten von PostAuto!

Zugangspunkt des Monats: Pavillon für Geschäftskunden, Böisingen

Mit mehr als 3500 Zugangspunkten steht die Post ihren Kundinnen und Kunden in der ganzen Schweiz zur Verfügung. Neben den traditionellen Poststellen bietet sie auch zahlreiche neue Zugangspunkte wie Postagenturen, My Post 24-Automaten oder Annahmestellen für Geschäftskunden. In diesen mit einem Badge zugänglichen Pavillons in Industriegebieten wie hier in Böisingen (FR) können Geschäftskunden ihre vorfrankierten Sendungen jederzeit unkompliziert selbst deponieren. Am Abend werden die Briefe und Pakete von Postmitarbeitenden abgeholt und zur Distributionsbasis gebracht. Diese Dienstleistung ist kostenlos, die Geschäftskunden müssen mit der Post lediglich eine Nutzungsvereinbarung abschliessen. ■

www.post.ch/zugangspunkte