

Die Post – ein innovatives Dienstleistungsunternehmen der Schweiz

**Referat von Jürg Bucher
Konzernleiter**

Bilanz-Medienkonferenz
der Schweizerischen Post
Hauptsitz der Post, Bern
24. März 2010

ES GILT DAS GESPROCHENE WORT

Sehr geehrte Damen und Herren

Ich freue mich, dass die Post das Weltwirtschaftskrisenjahr 2009 heute mit positiven Informationen abschliessen kann. Das ist nicht selbstverständlich. Das erfreuliche Ergebnis verdanken wir der grossen Stärke der Post, auf verschiedenen gesunden Pfeilern zu stehen. Die Post hat sich in den vergangenen Jahren mit neuen Angeboten verändert und weiterentwickelt. Dies macht sie zu einem der innovativsten Dienstleistungsunternehmen der Schweiz.

So erfreulich der Blick zurück ist: Es geht darum, den Erfolg der Post in Zukunft zu sichern. Wir stehen vor unterschiedlich gearteten Herausforderungen in den verschiedenen Märkten, in denen die Post unterwegs ist. Das sind die Kommunikations- und Logistikmärkte, der Retailfinanzmarkt und der öffentliche Personenverkehr. Je nach Markt und Konzernbereich verfolgen wir verschiedene fokussierte Wettbewerbsstrategien. Die einzelnen Bereiche sollen dabei branchenübliche Ergebnisse erzielen. Insgesamt benötigen wir auch künftig einen Konzerngewinn von 600 bis 700 Mio. CHF pro Jahr. Diesen werden wir erreichen, wenn es uns gelingt, die Balance zu finden zwischen profitablen Wachstum, sozialverträglichen Kostensenkungen, marktgerechten Preisen und mit dem Versprechen für unsere Kundinnen und Kunden, jeden Tag qualitativ hochstehende Dienstleistungen zu erbringen.

In allen vier Märkten der Post liegt Wachstumspotenzial und werden neue Arbeitsplätze geschaffen. Da ist zum einen der Logistikmarkt. Das Paketvolumen wächst dank des zunehmenden elektronischen Shoppings. Die Post ist als marktführende Anbieterin von Logistiklösungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette und als Qualitätsleader für die Zukunft bestens gerüstet. Ein Beweis dafür ist das gute Ergebnis von PostLogistics im Krisenjahr 2009. Die hervorragenden Wachstumswahlen von PostFinance in den letzten sechs Jahren unterstreichen unser Potenzial im schweizerischen Retailfinanzmarkt. Das Vertrauen der Kunden, attraktive Produkte und ein ausgezeichneter Service sichern die Zukunft. Steigend ist auch die Nachfrage im öffentlichen Verkehr. Davon profitiert PostAuto, sowohl im Inland wie im Ausland. Im Kommunikationsmarkt verfügt die Post an der Schnittstelle zwischen der physischen und der elektronischen Post über eine einzigartige Position. Geschäfts- und Privatkunden sollen in Zukunft wählen können zwischen physischem und elektronischem Versand ihrer Post. Wir sorgen dafür, dass der Inhalt in der gewünschten Form zum Empfänger kommt. Dazu bauen wir eigentliche Drehscheiben in unseren technologisch weltweit modernsten Briefzentren. Solche Lösungen entwickeln wir für die Schweiz und möchten sie im Ausland multiplizieren. Die internationale Markterschliessung erfolgt dabei schrittweise und risikobewusst. So wie die Schweizerische Post ihre Auslandengagements auch in der Vergangenheit bereits vorangetrieben hat.

Dort wo die Nachfrage unserer Kundinnen und Kunden zurückgeht, müssen wir die Betriebskapazitäten anpassen. Die rückläufigen Briefmengen verlangen

jedes Jahr eine Reduktion der Personalbestände. Etwas kleinere Volumen erlauben uns, in den Briefzentren die Spitzenbelastungen in kürzerer Zeit zu bewältigen. Dies ermöglicht uns, noch attraktivere Angebote für unsere Kunden zu machen. Die geringere Nutzung unserer Poststellen darf nicht einfach durch kürzere Öffnungszeiten der Schalter kompensiert werden. Wir wollen den Kunden attraktive Alternativen in Agenturen, mit dem Hauservice oder in PickPost-Stellen an Bahnhöfen und Tankstellen bieten. Heute haben über neunzig Prozent unserer Filialen täglich mehr als acht Stunden geöffnet, 2006 waren es nur achtzig Prozent. Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die von Restrukturierungen betroffen sind, wollen wir berufliche Perspektiven geben. Gemeinsam mit den Sozialpartnern werden wir Lösungen finden.

Die Veränderungen an den Märkten und die sich rasch ändernden Kundenbedürfnisse verlangen von der Post innovative Angebote. Deshalb hat die Post bereits vor einigen Jahren begonnen, in Innovationen zu investieren. Die Post hat konzernintern Voraussetzungen für die systematische Evaluation von Innovationen geschaffen und tauscht sich intensiv mit der Wissenschaft und mit anderen Firmen aus. Ein Beispiel dazu ist das von uns geführte Postlab an der Ecole Polytechnique Fédérale (EPFL) in Lausanne. Die Resultate aus der Innovationsküche der Post lassen sich sehen. Eine Übersicht dazu finden Sie in den Unterlagen. Hier eine kleine Auswahl.

Die Umwandlung von physischer in elektronische Post ist bereits Realität. Das Produkt «Swiss Post Box» ermöglicht es Kunden, die geschäftlich oder privat häufig reisen, ihre Briefe im elektronischen Briefkasten, auf dem Laptop oder

dem Mobiltelefon zu empfangen. Briefe werden im Briefzentrum geöffnet, gescannt und elektronisch weitergeleitet. Das Vertrauen der Kunden in die Post und die technologischen Kompetenzen des Unternehmens machen dieses Angebot möglich. Noch sind die Kosten hoch. Wir sind daran, diese zukunftsorientierte Dienstleistung preislich attraktiv zu gestalten und damit ein interessantes und kompetitives Geschäftsmodell für die Kunden und die Post zu entwickeln.

Als einziges schweizerisches Finanzinstitut hat PostFinance das Handybanking «PostFinance mobile» lanciert: Überweisungen von Postkonto zu Postkonto, Aufladen von Prepaid Handys, Abfragen von Saldi und Kontobewegungen sowie Zahlen in e-Shops, an Automaten. Bereits zählt PostFinance nahezu 30'000 Kundinnen und Kunden, welche diese Services nutzen. Die Initiative in den Neunzigerjahren im e-Banking führte PostFinance zur Nummer eins in der Schweiz. Heute sind wir auf dem Weg, die Nummer eins im Handybanking, im Banking mit Mobiltelefonen zu werden.

Die Post wird bis Ende des Jahres alle alten Briefkästen durch modern designte, sichere Briefkästen ersetzen. 10'000 davon sind installiert. Vorgesehen sind insgesamt 16'000 Briefkästen. Sie stehen dort, wo die Kunden sind. Wir überprüfen auch die Leerungszeiten. Diejenigen mit sehr guten Kundenfrequenzen, die heute während des Tages bedient werden, sollen ab Anfang 2011 auch am frühen Abend geleert werden.

Meine Damen und Herren, die Schweizerische Post steht solide da, sie erkennt die sich ändernden Kundenbedürfnisse und antwortet darauf mit innovativen Angeboten. Die Post ist gewappnet, die kommenden Herausforderungen zu packen. Die 60'000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter setzen sich tagtäglich ein für ihre Kunden in der ganzen Schweiz und in vielen Ländern der Welt. Die Mitarbeitenden verdienen ein grosses Kompliment und ihnen gilt mein herzlicher Dank. Ich wünsche mir, dass die Schweiz und ihre Bevölkerung stolz sind, über die weltweit leistungsfähigste Post zu verfügen.

Die Post bewegt Menschen, Güter, Geld und Informationen und dies zuverlässig, wertsteigernd, nachhaltig.

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit.