

# **Die Post: Ein gesundes, modernes Unternehmen**

**Referat von Dr. Peter Hasler  
Präsident des Verwaltungsrates**

Bilanz-Medienkonferenz  
der Schweizerischen Post  
Hauptsitz der Post, Bern  
31. März 2011

ES GILT DAS GESPROCHENE WORT

Sehr geehrte Medienschaffende, sehr geehrte Damen und Herren, liebe Mitarbeitende der Schweizerischen Post

Ich begrüsse Sie zur Bilanz-Medienkonferenz der Schweizerischen Post und heisse Sie hier am Hauptsitz in Bern herzlich willkommen. Die diesjährige BMK hat es in sich: Wir können Ihnen heute das beste Ergebnis in der bisherigen Geschichte der Post mitteilen. Der Konzerngewinn für das Jahr 2010 beträgt 910 Millionen Franken. Das bedeutet im Vergleich zum Vorjahr eine Steigerung von 182 Millionen Franken oder 25 Prozent. Dies bei einem Umsatz von 8,7 Milliarden Franken. Hier beträgt das Plus 178 Millionen Franken oder 2,1 Prozent.

Dieses Resultat ist für uns Grund zu grosser Freude. Den wichtigsten Anteil am Erfolg haben unsere 60'000 Mitarbeitenden, die sich täglich mit hoher Motivation und Professionalität für unsere Kundinnen und Kunden engagieren. Ihnen allen gilt unser Dank und unsere herzliche Gratulation für die grossartige Arbeit, die in allen Bereichen der Post geleistet wird. Sehr gut arbeiten konnten wir auch innerhalb des Verwaltungsrates und ebenfalls bestens geklappt hat die Zusammenarbeit mit der Konzernleitung. Auch dafür meinen herzlichen Dank an Konzernleiter Jürg Bucher und an die Mitglieder der Konzernleitung, die heute hier anwesend sind und die Ihnen in der Fragerunde ebenfalls zur Verfügung stehen für Informationen, die ihren jeweiligen Bereich betreffen.

Ein solcher Gewinn ist für die Post aus verschiedenen Gründen sehr erfreulich: Zum einen bestätigt er eindrücklich eine Aussage, die ich letztes Jahr an dieser

Stelle gemacht habe, wonach die Post ein solides und gesundes Unternehmen sei, das sich auf dem Wachstumspfad befinde. Zum anderen ermöglicht uns dieser Gewinn unseren Verpflichtungen nachzukommen: gegenüber unserer Pensionskasse, die wir mit einer Einlage von 100 Millionen Franken unterstützen wollen mit dem Ziel, ein ausreichendes Deckungskapital zu erreichen und mittelfristig Wertschwankungsreserven aufzubauen. Gegenüber dem Unternehmen Post, dessen Eigenkapital wir erhöhen und in dessen Weiterentwicklung wir Investitionen tätigen müssen. Zudem müssen wir auch die künftige PostFinance AG mit dem nötigen Eigenkapital ausstatten, dies im Hinblick auf ihre FINMA-Unterstellung. Und schliesslich sind wir dem Eigner verpflichtet, der von uns eine Gewinnausschüttung erwartet. Wir möchten dem Bund einen Beitrag in Höhe von 200 Millionen Franken ausschütten.

In seinen strategischen Vorgaben verlangt der Bundesrat von uns nicht nur die Sicherstellung und Eigenfinanzierung der Grundversorgung, sondern unter anderem auch, dass wir als kundenorientierte, innovative Unternehmung im Wettbewerb bestehen und den Unternehmenswert nachhaltig sichern, wenn möglich steigern. Diese Ziele wollen wir weiterhin erreichen.

Der Verwaltungsrat hat sich im vergangenen Jahr intensiv mit der Strategie der Post für die Jahre 2011 bis 2013 befasst. Wir wollen die Post noch konsequenter auf die vier Tätigkeitsfelder Kommunikationsmarkt, Logistikmarkt, Retailfinanzmarkt und Markt für öffentlichen Personenverkehr ausrichten.

Wichtige Herausforderungen sind:

- Im Kommunikationsmarkt digitale Angebote stärken und Kosten dem Mengenrückgang bei den adressierten Sendungen anpassen
- Internationale Netzwerke für Güterlogistik nutzen
- Das internationale Geschäft ausbauen und stärken
- Im Retailfinanzmarkt wachsen und die Dienstleistungsqualität optimieren

Der Verwaltungsrat hat fünf strategische Stossrichtungen für die Zukunft bestätigt. Er hat sechs messbare Ziele definiert:

- Kundenzufriedenheit mindestens 75 von 100 Punkten
- Personalengagement mindestens 80 von 100 Punkten
- EBIT 700 bis 800 Millionen Franken
- Führende Marktposition in den Geschäften der Schweiz
- Uneingeschränktes regulatorisches Testat
- Reduktion des jährlichen CO<sub>2</sub>-Ausstosses um 15'000 Tonnen bis Ende 2013

Die Post engagiert sich nicht erst seit gestern für die Umwelt. Bereits seit drei Jahren bezieht sie ihren Strom zu 100 Prozent aus erneuerbaren Quellen wie Wind- und Wasserkraft. Ein Anteil von etwa einem Prozent entfällt dabei auf Ökostrom aus besonders umweltfreundlicher Produktion, wie beispielsweise den Windstrom vom Mont-Crosin im Berner Jura. Für die substanzielle Reduk-

tion des CO<sub>2</sub>-Ausstosses ist ein Massnahmenpaket beschlossen worden. Es enthält unter anderem die Verbesserung der Energieeffizienz von Fahrzeugen und Gebäuden. Neue Bauten wie der PostParc beim Bahnhof in Bern sowie der neue PostFinance-Hauptsitz werden nach Minergie- bzw. Minergie-Eco-Standard erstellt. Zudem setzt die Post noch vermehrt auf den Einsatz von Elektrorollern und Erdgasfahrzeugen. Mit 1000 Elektrorollern verfügt die Post über die grösste derartige Flotte in ganz Europa. Unsere Geschäfts- und Privatkunden können ihrerseits mit dem «pro clima»-Zuschlag die CO<sub>2</sub>-Emissionen kompensieren, die beim Versand von Briefen und Paketen entstehen. Die Post nutzt dieses Angebot konsequent für ihre eigenen Sendungen.

Am 17. Dezember 2010 hat das Parlament die revidierte Postgesetzgebung verabschiedet. Wir haben weiterhin den Auftrag zur Grundversorgung, die wir auch künftig eigenwirtschaftlich erbringen wollen. Für alle Marktteilnehmer gelten die gleichen Rahmenbedingungen, und die öffentlich-rechtliche Anstalt Post kann sich mit Inkraftsetzung der neuen Gesetze in eine Aktiengesellschaft umwandeln, was zeitgemäss ist. Der Konzernbereich PostFinance wird zur PostFinance AG und bekommt eine branchenkonforme Aufsicht durch die FINMA. Mit der Umwandlung in eine AG gewinnt die Post an Handlungsspielraum, was wiederum der Grundversorgung und unseren Geschäfts- und Privatkunden zugutekommen wird. Denn mit der neuen Organisationsform wird die Post noch flexibler auf die verschiedenen Bedürfnisse eingehen können.

Im Ausland entwickelt sich die Post weiterhin schrittweise entlang den Bedürfnissen der Schweizer Kunden im Ausland und bietet ihnen den Zugang zum

weltweiten Netz. Mit 1,2 Milliarden Franken Umsatz beträgt der Anteil knapp 14 Prozent am Umsatz des Konzerns. Mit ihrem Auslandsengagement verteidigt die Post vor allem ihren Heimmarkt gegen die internationale Konkurrenz. Denn unser Anspruch muss es sein, selbst in einem vollständig liberalisierten Markt die Spitzenposition in unseren Märkten zu behaupten. Abenteuer werden wir auch künftig keine riskieren. Die Post investiert wenig in Infrastrukturen, sondern setzt auf Kooperationen mit Firmen und Netzwerken. Mit einem geringen finanziellen Engagement streben wir für die Periode bis 2013 ein Ertragswachstum in der Grössenordnung eines zweistelligen Millionenbetrags an, was etwa einen Anteil von 15 Prozent am Umsatz ausmachen dürfte.

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit. Das Wort hat Herr Bucher.