

Info Post

Das Magazin für unsere Geschäftskunden
September 2013

DIE POST 

Zeitungslogistik Von der Nachtreise einer Tageszeitung

pick@home

Die bequeme Retouren-
lösung, die alles
einfacher macht

Swiss Post Box

Briefpost auf dem Mobilgerät
lesen



- 2 ■ Sendungskennzeichnung:
Neu: PP-Frankierung mit Post-Logo
■ DirectFacts und DirectCases: **Geballtes Direct-Marketing-Wissen**
- 3 ■ YellowCube: **Umfassende Logistik für den Distanzhandel**
■ Swiss-Express «Innight» – Shop: **Wenn die Waren schneller kommen als der Tag**
- 4 ■ Empfängerorientierte Dienstleistungen:
Mehr Komfort für Ihre Onlinekunden
■ Abend- und Samstagzustellung: **Zugestellt im ersten Anlauf**
■ pick@home: **Retoursendungen bequem abholen lassen**
- 5 ■ Postempfang online und mit Smartphone steuern: **Sendungen zur richtigen Zeit am richtigen Ort**
■ PickPost-Integration: **Nie mehr ein Paket verpassen**
■ My Post 24: **Der 24-Stunden-Paketschalter**
- 6 ■ Swiss Post Box: **Der Briefkasten, der Ihnen überallhin folgt**
■ PostPac Promo: **Auffallen mit Botschaften in 3-D**
■ My Post Business: **Neue Funktionen für clevere Nutzer**
- 7 ■ Empfehlungskarte: **«Gefällt mir» auf physische Art**
■ MoS Move Center: **Sparen mit der firmeneigenen Mitfahrzentrale**
- 8 ■ Matra: **Pünktliche Geburtstagsüberraschungen für kleine John-Deere-Fans**
- 9 ■ Winterhilfe Kanton Bern: **Mehr Spenden durch starke Logistikleistung**
- 10 ■ Zeitungslogistik: **Logistische Meisterleistungen**
- 11 ■ Paketzentren: **Mehr Kapazität mit «Doppeldecker»-Sortierung**
■ Neue Logistikzentren: **Mehr Logistikpower in der West- und der Ostschweiz**
- 12 ■ 14. DirectDay: **Tanzen Sie mit: Gewinnen Sie ein Ticket für den DirectDay!**

Sendungskennzeichnung **Neu: PP-Frankierung mit Post-Logo**



Bei allen Frankierlösungen muss neu zusätzlich das Post-Logo oder der Texthinweis «Post CH AG» integriert sein. Doch die Post lässt Sie dabei nicht im Stich: Die kostenlose «Gut-zum-Druck»-Beratung hilft Ihnen im Zweifelsfall bei der Gestaltung.

Mit dem Markteintritt von privaten Postdienstleistern entstand das Bedürfnis nach einer eindeutigen Sendungskennzeichnung. Die neue Postgesetzgebung nimmt dieses Anliegen auf und verlangt, dass Empfängerkunden erkennen können, wer die verantwortliche Postanbieterin einer Sendung ist. Aus diesem Grund soll neu bei allen Frankierlösungen zusätzlich das Post-Logo oder der Texthinweis «Post CH AG» angebracht werden. Bei den meisten Frankierlösungen hat die Post das Logo in ihre Frankiersysteme integriert. Die Kennzeichnung erfolgt automatisch. Einzig bei der PP-Frankierung ist dies nicht möglich, weil diese durch die Absender selber erstellt und aufgedruckt wird.

Gut gibts die «Gut-zum-Druck»-Stellen

Die Post bittet Sie als Absender, die Vorgaben des Postgesetzes bezüglich Sendungskennzeichnung zu berücksichtigen. Damit Ihre Frankatur den Gestaltungsrichtlinien der Post entspricht, bieten wir Ihnen Unterstützung an: Im Internet finden Sie die verschiedenen Möglichkeiten und Gestaltungsrichtlinien. Für weitere Hilfestellungen stehen Ihnen die Spezialisten der vier regionalen «Gut-zum-Druck»-Stellen gerne beratend zur Seite.

Ihre Restbestände an Kuverts und Etiketten dürfen Sie selbstverständlich aufbrauchen, am besten aber so rasch wie möglich. *jme*

www.post.ch/frankieren
www.post.ch/gut-zum-druck

DirectFacts und DirectCases **Geballtes Direct-Marketing-Wissen**

Die neuen kostenlosen Ausgaben von DirectFacts und DirectCases vermitteln Ihnen nutzbringendes DM-Wissen für die eigene Praxis.

Warum ist Direct Marketing eigentlich so erfolgreich? Antworten dazu erhalten Sie in der praktischen Planungshilfe DirectFacts der Post. Und noch vieles mehr: Von der Strategie über die Planung bis hin zu Know-how vermittelt Ihnen die aktuelle DirectFacts-Ausgabe auf

über 30 Seiten nützliche Informationen zum gesamten DM-Prozess.

Lassen Sie sich inspirieren

Viele Wege führen zum Erfolg. Dies zeigen die in der neuen Fassung von DirectCases vorgestellten DM-Kampagnen: Erfahren Sie, wie Ikea mit Laschenmailings neue Kunden generiert oder was die Rimuss- und Weinkellerei Rahm AG mit ihrer DirectResponse Card im A4-Hochformat erreicht hat. Lassen Sie sich durch diese und viele weitere Praxisbeispiele zu neuen Ideen anregen!

Bestellen Sie noch heute Ihr kostenloses DirectFacts- und DirectCases-Exemplar. Beide Broschüren sind auf Deutsch und Französisch erhältlich. *jme*

www.post.ch/directfacts
www.post.ch/directcases



Impressum

Herausgeberin: Post CH AG, Viktoriastrasse 21, 3030 Bern
infopost@post.ch, www.post.ch/infopost
Redaktion: Post CH AG: Jasmin Batt (jb)
BTK GmbH Büro für Textkomposition: Anton Neuwenschwander (an)
texter.in Wortagentur: Jamie Wong-Li (jme)
Gestaltung, Realisation: Polyconsult AG, Bern
Druck: Stämpfli Publikationen AG, Bern
Adressänderungen: Fax 058 667 33 28
Erscheint viermal jährlich. Alle Angaben ohne Gewähr, Änderungen und Abweichungen vorbehalten.



MIX
Papier aus verantwortungsvollen Quellen
FSC® C005019

YellowCube

Umfassende Logistik für den Distanzhandel

Distanzhändler aufgepasst: Ab April 2014 offeriert Ihnen die Post mit YellowCube einen logistischen Komplettservice für Ihre Handelswaren – von der Lagerung bis zur Retourenverarbeitung.

Das Herzstück des YellowCube-Angebots ist eine hoch automatisierte Kommissionierungsanlage. Sie beschleunigt die Logistikprozesse markant und ermöglicht Höchstleistungen: So können selbst späte Bestellungen am Folgetag zugestellt werden, und Bestellschübe werden optimal bewältigt.

Viel Service zu transparenten Preisen

Als einzige Anbieterin in der Schweiz bietet die Post sämtliche Leistungen entlang der E-Commerce-Wertschöpfungskette. Mit YellowCube erhalten Sie eine logistische Komplettlösung: Diese beginnt mit der Lagerung Ihrer Artikel, darauf folgen die Kommissionierung, das Packen der Pakete sowie der Versand. Zu guter Letzt verarbeitet die Post die Retourensendungen. Sämtliche Dienstleistungen sind auf transparente Weise kalkulierbar. Gut zu wissen: Die Kapazitätsplanung delegieren Sie an die Post, und dank der raschen Wiedereinlagerung der Retouren stehen Ihre Waren im Nu für neue Bestellungen zur Verfügung.



Roboter transportieren die abgerufenen Waren von der Kommissionierungsanlage zu den Mitarbeitenden.

Zusatzleistungen à la carte

Möchten Sie Ihre Waren auch gleich mit Preisen auszeichnen lassen? Oder den Bestellungen einen Flyer beilegen? Diese – und andere – Zusatzaufgaben erledigt die Post mit YellowCube in gewohnt hoher Qualität. Und zwar bei Waren aller Art: Für Kleinteile stehen in der Kommissionierungsanlage mehrere Zehntausend Lagerbehälter zur Verfügung, grössere Artikel finden im Paletten- und Blocklager ihren Platz. Logistikspezialisten der Post beraten Sie gerne zu den Möglichkeiten, welche YellowCube Ihnen eröffnet. *an*

www.post.ch/yellowcube



Swiss-Express «Innight» – Shop

Wenn die Waren schneller kommen als der Tag

Alles schon da: Mit Swiss-Express «Innight» beliefert die Post Verkaufsgeschäfte in der Nacht. Ihr Personal hat dadurch tagsüber mehr Zeit für die Kundschaft.

Mitten im Verkaufsgespräch rumpelt es: Die neuen Waren treffen im Laden ein. Die Verkäuferin und der Kunde müssen Platz machen, es wird ungemütlich! Das muss nicht sein. Die Post beliefert Ihr Verkaufsgeschäft, bevor es am Morgen öffnet.

Auf Wunsch bis vor das richtige Regal

Die Post passt den Service von Swiss-Express «Innight» – Shop Ihren Bedürfnissen nahtlos an. Sie holt Ihre Waren im In- und Ausland ab und bringt sie in der Nacht zentimetergenau an den richtigen Ort – oft bis vor das Verkaufsregal.

Die entsprechenden Versandanweisungen können Sie am Vorabend bis 21 Uhr erteilen. Dahinter steht eine ausgeklügelte Logistik. Als einzige Dienstleisterin beliefert die Post nachts einzelne Stores in Shopping Centers. Den Zutritt verschaffen sich die Swiss-Express-Mitarbeitenden mit anonymisierten Schlüsseln oder Badges. Über 7000 dieser Zutrittsmedien verwaltet die Post momentan: ein schöner Vertrauensbeweis der Kunden, die dank des nächtlichen Services vor Ort Lagerfläche einsparen und ihre Kundschaft konzentrierter bedienen können. *an*

www.post.ch/innight

QR-Code

Swiss-Express «Innight» in Aktion

Machen Sie sich ein Bild vom zuverlässigen Nachtkurier – sehen Sie sich das Video an!

So funktioniert:

Post-App auf Ihr Smartphone herunterladen (gratis im App Store und im Google Play Store).

1. QR-Reader starten: im Startmenü mit dem QR-Code-Symbol in der oberen rechten Bildschirmcke.
2. QR-Code fotografieren.
3. Video anschauen.



Empfängerorientierte Dienstleistungen

Mehr Komfort für Ihre Onlinekunden

Der E-Commerce boomt. Mit neuen und ausgebauten Leistungen wird die Post den wachsenden Ansprüchen der Endkunden nach schneller und flexibler Zustellung gerecht.

Onlinekäufer schätzen es, mit wenigen Klicks überall und zu jeder Tageszeit ihre Waren zu bestellen. Diese Flexibilität soll auch die Zustellung prägen. Die Post richtet ihr Angebot konsequent auf dieses Bedürfnis aus. Mit den

empfängerorientierten Dienstleistungen der Post bieten Sie Ihren Kunden mehr Komfort und Zeitersparnis. Entdecken Sie auf dieser Doppelseite Lösungen, mit denen Sie sich in einem hart umkämpften Markt profilieren können. *jme*

Abend- und Samstagzustellung

Zugestellt im ersten Anlauf

Mit der Abend- und Samstagzustellung erreichen die Paketsendungen Ihre Kunden dann, wenn sie zu Hause sind: ein Service, der besonders von Berufstätigen sehr geschätzt wird.

Wenn Sie als E-Shop-Betreiber die Abend- und Samstagzustellung jetzt in Ihr Bestellsystem einfügen, zahlt sich das für Sie aus. Denn so erreichen die Lieferungen Ihre Kunden mit grösster Sicherheit schon bei der ersten Zustellung – eine Freude für die Kundschaft! Die Abendzustellung erfolgt während der Woche zwischen 17 Uhr und 20 Uhr. Dabei haben Sie die Wahl, ob Ihre Kunden die Ware gleichentags oder erst am Folgetag erhalten sollen. Sowohl die Abend- wie auch die Samstagzustellung werden dem Empfänger auf Wunsch per SMS oder E-Mail angekündigt. *jme*



Ein Service, der Ihre Kundschaft freut: die Abend- und Samstagzustellung.

pick@home

Retoursendungen bequem abholen lassen

Mit pick@home vereinfachen Sie Ihrer Kundschaft das Retournieren von Bestellungen, denn die Post holt die Pakete direkt bei Ihren Kunden ab. Die kostenlose Applikation zur Auftragserfassung können Sie unkompliziert in Ihren Onlineshop integrieren.

pick@home bietet Onlinekäufern, die Waren zurückschicken, maximalen Komfort. Die Post holt die Pakete bei Ihren Kunden zu Hause ab. Oder an einer anderen gewünschten Adresse – etwa am Arbeitsplatz, beim Nachbarn oder bei einer Kollegin. Die Übergabe ist auch ohne Anwesenheit des Kunden möglich. Mit pick@home beschleunigen Sie als Onlineshop-Betreiber den Retourenprozess: Der Abholservice erspart Ihrer Kundschaft kostbare Zeit, und Sie erhalten die Retouren schneller zurück.

Attraktive Preise – Teilen ist möglich

pick@home zeichnet sich auch durch ein attraktives Preismodell aus. So können Sie die gesamten Portokosten für Ihre Kunden übernehmen – oder nur einen Teil davon. Den Anteil Ihrer Kunden verrechnen wir diesen direkt, Ihnen entsteht kein Aufwand für das Inkasso.

Auftragserfassung ohne Umwege

Wenn Sie die kostenlose pick@home-Landing-Page auf Ihrer Website integrieren, können Ihre Kunden den Retourenauftrag direkt in Ihrem Onlineshop erteilen. Auf diese Weise ersparen Sie sich jeglichen Programmieraufwand. Alternativ können Ihre Kunden pick@home direkt über Login Post auf der Website der Post beziehen. *jme*

www.post.ch/pickathome



www.post.ch/abend-und-samstagzustellung

Postempfang online und mit Smartphone steuern

Sendungen zur richtigen Zeit am richtigen Ort

Wenn Ihre Kunden bei einer Postzustellung nicht zu Hause sind, erhalten sie vom Postboten eine Abholungseinladung. Ab Oktober können sie online bestimmen, wann und wo sie das Paket oder den eingeschriebenen Brief erhalten möchten.

Auf der Abholungseinladung der Post ist für die meisten Sendungen eine Abholfrist von sieben Tagen angegeben. Für Postkunden, die häufig unterwegs sind, kommt das nicht immer gelegen. Bisher konnte der Empfänger der Post telefonisch mitteilen, wann, wo und wie er die Sendung erhalten will. Schon bald steuert er seinen Sendungsempfang noch bequemer – online auf post.ch oder über sein Smartphone.

Zustellvarianten à la carte

Neu kann ein Empfänger auf diesem Weg die Abholfrist verlängern und die Sendung in seiner Poststelle abholen, wann es ihm am besten passt. Oder er veranlasst eine zweite Zustellung an einem für ihn passenden Tag – sogar

am Samstag. Natürlich kann das Paket oder der eingeschriebene Brief auch an eine andere Poststelle, eine PickPost-Stelle oder an eine beliebige Adresse in der Schweiz oder im Fürstentum Liechtenstein weitergeleitet werden. Während die Verlängerung der Abholfrist und die zweite Zustellung meistens kostenlos sind, kann die Weiterleitung bequem online bezahlt werden.

Extrem flexibel mit Zustellermächtigung

Empfänger von Paketen profitieren von einer weiteren Möglichkeit. Mit einer Zustellermächtigung können sie die Post autorisieren, das Paket an einem von ihnen gewünschten Ort zu deponieren, zum Beispiel beim Nachbarn, im Schuppen oder hinter dem Haus – ganz wie sie es für geeignet halten. Dieser kostenlose Service ist bereits heute online verfügbar. *jme*

www.post.ch/abholungseinladung
www.post.ch/zustellermachtigung

PickPost-Integration

Nie mehr ein Paket verpassen

Komfortgewinn für Ihre Webshop-Kunden: Mit der nahtlosen Verknüpfung von PickPost in Ihren Bestellvorgang gestalten Sie Ihren Onlineshop noch kundenfreundlicher. Mit PickPost bieten Sie Ihren Kunden die Wahlfreiheit, das Paket zu Hause oder an einer der mehr als 700 PickPost-Stellen schweizweit zu empfangen. Ist die Sendung bei der Abholstelle eingetroffen, erhalten die Empfänger eine Meldung per SMS und/oder E-Mail. PickPost ist für Sie wie auch für Ihre Kunden kostenlos. *jme*

www.post.ch/pickpost-integration

My Post 24

Der 24-Stunden-Paketschalter

24 Stunden am Tag und an sieben Tagen die Woche Pakete abholen, aufgeben und retournieren: Das bietet der neue Paketautomat My Post 24. So erhält Ihre Kundschaft die Bestellungen rechtzeitig – unabhängig von den Postzustellzeiten.

Mit My Post 24 können Pakete rund um die Uhr versendet und entgegen genommen werden. Die Paketaufgabe am Automaten ist zeitunabhängig und denkbar einfach. Alles, was es dazu braucht, ist ein Login der Post, das Ihr Kunde nach einer einmaligen Onlineregistrierung erhält. Möchte der Empfänger das Paket bei einem My-Post-24-Automaten abholen, braucht er dem Absender nur die Adresse des entsprechenden Automaten anzugeben. Wenn das Paket eintrifft, bekommt der Empfänger eine Meldung per E-Mail oder SMS. Nach Eingabe von Username und Passwort am Apparat kann der Kunde mittels erhaltenen Codes sein Paket in Empfang nehmen. So erhält Ihre Kundschaft die bestellte Sendung rechtzeitig, auch wenn sie während der normalen Postzustellzeiten nicht zu Hause ist. *jme*



Mit dem Paketautomaten My Post 24 können Sie rund um die Uhr Pakete aufgeben und abholen.

Swiss Post Box

Der Briefkasten, der Ihnen überallhin folgt



Dank Swiss Post Box lesen Sie Ihre Briefpost überall auf dieser Welt – digitalisiert auf Ihrem Notebook, iPad oder Smartphone.

Sind Sie oft auf Reisen oder für längere Zeit im Ausland? Dann lassen Sie sich Ihre Briefpost nachschicken. Nicht etwa als dicke Bündel, sondern elegant über das Internet auf Ihr Mobilgerät.

Permanent oder auf Zeit einrichten

Swiss Post Box können Sie dauerhaft oder auch nur während eines bestimmten Zeitraums nutzen. Nach der Aktivierung des Dienstes scannt

die Post alle ankommenden Umschläge und stellt Ihnen diese Bilder elektronisch zur Verfügung. Jetzt bestimmen Sie, wie es weitergeht: Mit einem Klick beauftragen Sie die Post, einen Briefinhalt zu scannen und Ihnen digital zuzustellen und/oder Ihnen den Brief physisch zu senden. Sogar das digitale Archivieren oder das Schreddern ist möglich. So fällt Ihnen das Bearbeiten Ihrer Briefpost so leicht wie das Verwalten Ihrer E-Mails. Und dank der schnellen Zustellung der auf Wunsch geöffneten Briefe am Folgetag Ihres Auftrags sind Sie immer und überall auf dem aktuellen Stand des Geschehens. *an*

www.post.ch/swisspostbox



PostPac Promo

Auffallen mit Botschaften in 3-D

Mit PostPac Promo verleihen Sie Ihren Mailings eine zusätzliche Dimension. Ob Sie Kundengeschenke, Warenmuster oder dreidimensionale Flyer versenden: Ihre Botschaften fallen bei den Empfängern auf statt flach. Die Post stellt die Promo-Pakete in jedem Fall zuverlässig in das Ablagefach oder vor die Haustür zu – so erreichen Sie höchste Aufmerksamkeit bei Ihren Kunden. Ihr Aufwand ist dabei überschaubar, sowohl bei der Herichtung wie auch bezüglich Kosten, denn ab einer Auflage von 500 identischen Paketen bietet die Post attraktive Konditionen. *an*

www.post.ch/postpacpromo

My Post Business

Neue Funktionen für cleverere Nutzer

Die Online-Logistikplattform My Post Business erleichtert Ihnen die Arbeit und ermöglicht effiziente Prozesse. Ab sofort bietet sie Ihnen noch mehr nützliche Funktionen.

Sendungen empfangen: papierlose Verfolgung bis zum Arbeitsplatz

Mit dieser Funktion stehen Ihnen alle Sendungsdaten von eingehenden Postsendungen mit Barcodes zur Verfügung. Diese Daten dienen zur effizienten Verarbeitung und Dokumentation Ihres Posteingangs. Mit der Option «Mobile» erweitern Sie die Möglichkeiten der internen Zustellung: Dank der Erfassung von Unterschriften und Namen mittels Smartphone dokumentieren Sie eine Sendung lückenlos bis zum Arbeitsplatz des Empfängers – komplett papierlos und mit der Original-Sendungsnummer. Sie haben alle Sendungsdaten jederzeit

im Blick, Nachforschungen und Auskünfte erledigen Sie in Sekundenschnelle. Gut zu wissen: Um die Funktion zu nutzen, müssen Sie keine Software installieren. Die Basisleistung wie auch die Option «Mobile» sind kostenpflichtig.

Kostenmanager: alle Ausgaben einfach im Griff haben

Bisher konnten Sie als Postkunde mit der Dienstleistung «Frankieren Post» die Kosten für das Frankieren Ihrer Sendungen auf Ihre Kostenstellen verteilen. Im neuen, ab sofort verfügbaren Kostenmanager ist diese Funktion integriert, aber er bietet Ihnen viel mehr Möglichkeiten: Mit ihm ordnen Sie die Ausgaben für sämtliche Standardprodukte und Dienstleistungen der Post präzise Ihren Kostenstellen zu. Damit führen Sie breitflächig das Verursacher-

prinzip ein – auf einfache Weise haben Sie immer den Überblick, welche Kosten in welchen Abteilungen angefallen sind. Übrigens: Der Kostenmanager ist für Sie absolut kostenlos!

Geoportal: Markt- und Geodaten einfach beziehen

1,8 Millionen Gebäudedaten auf einen Klick – und eine Menge wichtiger Zusatzinformationen: Auf dem Geoportal in My Post Business holen Sie sich die Grundlagen für erfolgreiches Geomarketing. Die geografisch referenzierten Gebäudeadressen und die digitalen Postleitzahlen können Sie mit Ihren eigenen Daten verknüpfen. Dadurch erhalten Sie die Möglichkeit, präzise und aussagekräftige Analysen in Kartenform anzufertigen. *an*

www.post.ch/mypostbusiness

Empfehlungskarte

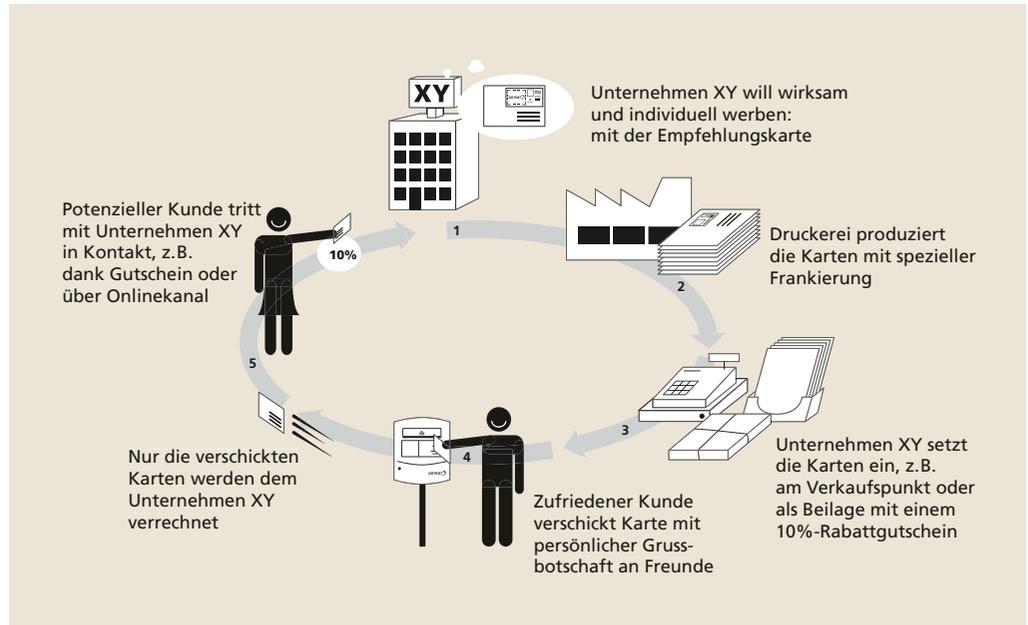
«Gefällt mir» auf physische Art

Zufriedene Kunden sind die beste Werbung. Mit dem Einsatz von Empfehlungskarten nutzen Sie dieses wichtige Potenzial und Sie bezahlen nur die Karten, welche tatsächlich verschickt worden sind.

Auf Social-Media-Plattformen kann man etwas «liken» beziehungsweise den «Gefällt mir»-Button anklicken. Die Post bietet eine weit charmantere Variante für Empfehlungen: Die Empfehlungskarte fällt im Briefkasten positiv auf und wird gerne gelesen.

Kunden werben Kunden an

Familie Meier hat im Berghotel eine wunderschöne Woche verbracht. Nicht zuletzt war der kinderfreundliche Service einfach perfekt. So ist es naheliegend, dass Frau Meier einige der im Zimmer aufliegenden, bereits frankierten Empfehlungskarten an ihre Bekannten adressiert, ein paar persönliche Sätze darauf notiert und die Karten in den Briefkasten einwirft. Die Bekannten schätzen den guten Tipp – umso mehr, weil sie beim Vorweisen der Karte im Berghotel zehn Prozent Rabatt auf den Zimmerpreis erhalten. So einfach und wirkungs-



voll funktionieren die Empfehlungskarten der Post. Der Clou: Das Berghotel bezahlt die Portokosten nur für tatsächlich verschickte Empfehlungen. Möglich macht dies der aufgedruckte Datamatrixcode (Letter ID), dank dem die versendeten Karten registriert werden.

Empfehlungskarten eignen sich ideal zum Auflegen, als Beilage in einem Paket oder in einer Zeitschrift oder als Bestandteil eines adressierten Mailings. *an*

www.post.ch/empfehlungskarte

MoS Move Center

Sparen mit der firmeneigenen Mitfahrzentrale

Holen Sie das Maximum aus Ihrer Fahrzeugflotte heraus: Mit dem MoS Move Center optimieren Sie die Auslastung und senken die Kosten.

Für intelligente Mobilität in Ihrem Unternehmen gibt es jetzt eine neue Lösung: unkompliziert, webbasiert und gewinnbringend. Das MoS Move Center ist eine Onlineplattform, welche Car-Pooling und eine Echtzeit-Mitfahrzentrale vereint. Später sollen die Daten aller öffentlichen Verkehrsmittel in der Schweiz dazukommen. Entwickelt wurde die Plattform von der Mobility Solutions AG, einem Tochterunternehmen der Post.

Einfach Fahrzeuge verwalten und Mitfahrten buchen

Im MoS Move Center verwalten Sie Ihre Poolfahrzeuge effizient, und Ihre Mitarbeitenden können diese direkt buchen. Mehr noch: Die dynamische Echtzeit-Mitfahrzentrale organisiert Fahrtenanfragen Ihrer Mitarbeitenden – auch auf Teilstrecken. Möglich sind sogar spontane Buchungen auf Fahrzeuge, die bereits unterwegs sind. Sämtliche Funktionen werden

ganz einfach am PC oder über das Smartphone bedient. Die Vorteile liegen auf der Hand: Sie können Ihren Fahrzeugpark den tatsächlichen Bedürfnissen anpassen und verkleinern, Ihre Fahrzeuge sind optimal ausgelastet und Ihre Mitarbeitenden sind auf souveräne Art mobil. Das kommt nicht nur Ihrem Budget, sondern auch der Umwelt zugute. Bitte einsteigen! *an*

www.post.ch/mosmovecenter



Andreas Bürki macht den Kleinen grosse Freude.



Matra

Pünktliche Geburtstags-überraschungen für kleine John-Deere-Fans

Die Matra in Lyss ist Schweizer Generalimporteurin für John Deere. Während sich die grossen Kunden an den kraftvollen Traktoren und Landmaschinen freuen, erhält der Nachwuchs zum Geburtstag ein Paket vom John Deere Junior Club. Für die pünktliche Bescherung ist die Post besorgt.

John Deere liegt im Ranking der 100 weltweit wertvollsten Marken auf Rang 85, noch vor Ferrari und Harley Davidson (2012). Diese Position verdankt das Unternehmen der hohen Qualität seiner Produkte. Einen wichtigen Beitrag an den Erfolg liefert das Marketing, welches auch Kindern spannende Erlebnisse mit John Deere ermöglicht – mit dem John Deere Junior Club auch in der Schweiz. Andreas Bürki, Leiter Ersatzteile & Logistik bei Matra, setzt bei den Club-Aktivitäten auf die Dienste der Post.

Herr Bürki, wie viele Mitglieder zählt der John Deere Junior Club?

Andreas Bürki (A.B.): Seit der Gründung vor 18 Monaten haben sich mehr als 3600 Kinder angemeldet. Bald wird der Club auch Westschweizer Fans offen stehen, wir rechnen mit total rund 5000 bis 6000 Mitgliedern bis Ende Jahr.

Was bietet der Club den Kids?

A.B.: Grundsätzlich wollen wir Kinder bis zwölf Jahre für die Landwirtschaft und für moderne

Technik begeistern. Die Club-Mitglieder erhalten einen Mitgliedereisweis, viermal pro Jahr ein interessantes Club-Magazin sowie zum Geburtstag einen Glückwunschbrief und ein kleines Geschenk. Zudem laden wir sie zu verschiedenen Events ein. Hier können sie zum Beispiel auf einem Parcours den Führerausweis für den Tretraktor erlangen – ein Renner!

Sie versenden demnach jedes Jahr über 3600 Geburtstagsgeschenke – wie machen Sie das?

A.B.: Bis vor Kurzem haben wir die Pakete mit den Glückwunschbriefen und Geschenken selbst kommissioniert und verschickt. Das Wichtigste: Die Kinder sollen ihre Geschenke pünktlich zum Geburtstag erhalten! Deshalb haben wir auf PostPac Priority gesetzt.

Heute erledigt die Post das Handling und den Versand. Warum?

A.B.: Ganz einfach: Für die wachsende Paketmenge haben wir zu wenig Kapazität! Deshalb rief ich meinen Post-Berater an. Innerhalb eines Monats erarbeitete die Post eine Lösung, die uns spürbar entlastet.

Wie funktioniert diese Lösung?

A.B.: Wir senden einmal pro Woche die Adressen der Geburtstagskinder an die Post. Deren Tochterunternehmen Asendia führt ein Lager

mit unseren Geschenken. Es druckt den personalisierten Begleitbrief mitsamt Couvert aus und fügt ihn mit dem altersgerechten Geschenk zusammen. Jetzt wird das Paket von Asendia adressiert und als PostPac Economy so aufgegeben, dass es exakt am richtigen Tag beim Geburtstagskind eintrifft.

Welche Vorteile erzielen Sie damit?

A.B.: Wir können uns besser auf unser Kerngeschäft konzentrieren. Und weil wir viel Zeit und wegen des Wechsels auf PostPac Economy auch Versandkosten einsparen, rechnet sich die Lösung für uns.

Könnte die Post Sie noch besser unterstützen?

A.B.: Sie erledigt heute auch den Versand des Club-Magazins. Wir können uns vorstellen, dass sie künftig die Anmeldungen für den Club und die Adresspflege managt. Gut zu wissen: Wenn wir ein Bedürfnis haben, handelt die Post rasch und unbürokratisch. Das passt gut zu der Art, wie wir arbeiten. *an*

Winterhilfe Kanton Bern

Mehr Spenden durch starke Logistikleistung

Seit dem Jahr 2000 versendet die Non-Profit-Organisation Winterhilfe Kanton Bern ihre Spendenaufrufe mit PromoPost. Die Streuwerbung durch die Post zeigt Wirkung: Die Spendeneinnahmen sind in den letzten zehn Jahren deutlich gestiegen.

Gemäss Berner Sozialbericht sind heute über 50 000 Haushalte im Kanton Bern arm oder armutsgefährdet. «Armut in der Schweiz wird immer noch tabuisiert und unterschätzt», bedauert Sandra Hofer, die Geschäftsführerin der Winterhilfe Kanton Bern. Darum sei es wichtiger denn je, die Schweizer Bevölkerung dafür zu sensibilisieren.

2012 feierte die Winterhilfe Kanton Bern ihr 80-jähriges Bestehen. Damit gehört sie zu den ältesten der insgesamt 27 kantonalen Winterhilfe-Organisationen. Alle Kantonalen Organisationen der Winterhilfe sind eigenständig. Die Winterhilfe Kanton Bern leistet Überbrückungshilfe in Form von Beiträgen an offene Mieten, Krankenkassenabrechnungen oder Zahnbehandlungen, liefert Betten und Bettenartikel, vermittelt an Beratungsstellen oder entlastet das monatliche Haushaltsbudget mit einem Zustupf in Form von Lebensmittelgutscheinen.



Betreibt erfolgreich Fundraising mit PromoPost: Sandra Hofer.

Spendengelder nur dank Direct Mailings

Pro Jahr gehen bei der Winterhilfe Kanton Bern jeweils zwei adressierte Versände an die Spendenden und ein unadressierter – der sogenannte Streuversand – an einen Drittel aller Haushalte im Kanton Bern. Und es soll noch mehr werden: «Da wir kein Werbebudget haben, generieren wir unsere sämtlichen Spendengelder nur mittels unserer jährlichen Spendenaufrufe», erklärt Geschäftsführerin Hofer. «Zukünftig wollen wir deshalb alle Haushalte im Kanton Bern anschreiben.» Für ihren jährlichen Streuversand nimmt die Winterhilfe Kanton Bern seit über zehn Jahren die Dienstleistung PromoPost der Schweizerischen Post in Anspruch. Seither, so meint Hofer, seien die Spendeneinnahmen um etwa das Doppelte angestiegen.

Glückliche Rückkehr zur Post

Als Sandra Hofer 2007 ihre Arbeit bei der Winterhilfe Kanton Bern aufnahm, wollte sie mit einem günstigeren Anbieter arbeiten und legte deshalb den ganzen Versand kurzum in die Hände eines anderen Logistikunternehmens. Doch das Resultat war unbefriedigend: «Die Rücklaufquote verschlechterte sich rapide. Unter anderem haben wir später herausgefunden, dass die Mailings durch die Boten teilweise rücksichtslos in die Briefkästen gezwängt worden waren, sodass unsere Briefe einen schlechten Eindruck machten.» Seither arbeitet die Non-Profit-Organisation wieder mit der Schweizerischen Post zusammen. Heute weiss die Geschäftsführerin die Dienstleis-

tungen der Post umso mehr zu schätzen. «Die starke Logistikleistung der Post verhilft uns zu mehr Spenden», ist Sandra Hofer überzeugt und lobt auch die Flexibilität und das Engagement der Post: «Wenn wir uns etwas wünschen, stellt die Post unverzüglich Recherchen an und setzt dann die Visionen in Taten um.»

Auf die Frage, ob sie die Post auch anderen Non-Profit-Organisationen empfehlen würde, antwortet die Geschäftsführerin: «Aber natürlich», und fragt lachend: «Sind denn nicht sowieso schon alle bei der Post?» *jme*

www.winterhilfe.ch/bern

Zeitungslogistik

Logistische Meisterleistungen

Tagtäglich stellt die Post Hunderttausende von Zeitungen zu. Ihre Mitarbeitenden arbeiten jede Nacht auf Hochtouren, damit die Leser am Morgen ihre gewünschte Lektüre rechtzeitig erhalten.

Wenn Sie sich morgens zu Kaffee und Gipfeli in Ihre frisch gedruckte Zeitung vertiefen, hat diese bereits eine lange Reise hinter sich. Je nachdem, ob sie per Früh- oder Tageszustellung eingetroffen ist, ist sie zwischen fünf und zwölf Stunden unterwegs gewesen. Der Transportprozess bei einer Tageszeitung ist also lang und die Nacht kurz. Das verlangt von den Mitarbeitenden der Post Höchstleistungen – denn jede Minute zählt!

Ein kurzer Blick hinter die Kulissen zeigt, wie die Westschweizer Zeitung «24 heures» zu ihren Lesern nach Dietikon ZH kommt.

Von 0.20 Uhr bis 2.30 Uhr: zweimal umsteigen

Spätestens um 0.20 Uhr müssen die frisch gedruckten und verpackten «24 heures»-Exemplare, welche bereits vom Zeitungsverlag mit den entsprechenden Postleitzahlen und Postbotenbezirken beschriftet sind, beim Umschlagplatz in Bussigny VD eintreffen und verladen werden. Und zwar schnell. Denn bereits um Punkt 0.30 Uhr fährt der Lieferwagen zum nächsten Umschlagplatz in Ostermündigen BE, wo die Ladung um 2 Uhr ankommt. Dort werden die Zeitungsbunde gemäss den Zielortangaben auf den Sackflaggen umgeladen. Um 2.30 Uhr werden die Zeitungen zur nächsten Plattform nach Zürich-Mülligen gefahren.

Von 3.30 Uhr bis 4.30 Uhr: bewährte Handarbeit

Zeitungen werden seit jeher manuell sortiert, da sie sich aufgrund ihrer Beschaffenheit nicht für eine maschinelle Verarbeitung eignen. Um 3.30 Uhr nehmen sich im Briefzentrum Zürich-Mülligen rund 20 Mitarbeitende dieser Aufgabe an. Dafür haben sie exakt eine Stunde Zeit. Die Sortierung stellt in der Zeitungslogistik eine grosse Herausforderung dar: Jeder Fehler erhöht das Risiko, dass zahlreiche Leser ihre Tageszeitung nicht rechtzeitig erhalten. Beim Sortiervorgang sind deshalb von den

Mitarbeitenden Nacht für Nacht grösstmögliche Konzentration und Effizienz gefordert.

Ab 4.30 Uhr: auf direktem Weg zum Leser

4.30 Uhr ist die absolute Deadline für die Sortierung. Zusammen mit der ebenfalls bereits sortierten A-Post kommen die Zeitungen in Sammelbehältern in die Lastwagen. Wenn immer möglich, versucht die Post, den Transport von Briefen und Paketen zu kombinieren. Für die Fahrer heisst das: äusserste Konzentration und viel Verantwortung. Denn sie dürfen nichts vergessen, was auf ihrem Lieferschein aufgeführt ist. Kurz nach 5 Uhr treffen die

«24 heures»-Ausgaben in der Briefzustellung Dietikon ein. Und schon bald darauf liegen die ersten Zeitungen in den Postfächern – noch bevor der erste Kaffee auf dem Tisch steht.

Etwa 70 verschiedene Schweizer Tageszeitungen stellt die Post auf diesem Weg tagtäglich den Lesern zu. Laut einer Studie der ETH Lausanne werden 98,8 Prozent der Zeitungen pünktlich geliefert. Dies zeigt: Trotz engstem Zeitplan in der Zeitungslogistik bietet die Post aussergewöhnliche Qualität. *jme*

www.post.ch/printmedien



Die Zeitungsverarbeitung verlangt von den Mitarbeitenden der Post Nacht für Nacht Höchstleistungen.

Einfach und schnell: Zeitungen online aufgeben

Gute Neuigkeiten für Verlage und Druckereien: Das mühevoll Ausfüllen von Aufgabeverzeichnissen in Papierform ist passé. Auf dem My-Post-Business-Portal der Post können Sie Ihre Angaben schon bald einfach, schnell und ohne Medienbruch erfassen. Die elektronische Lösung bietet Ihnen alles aus einer Hand: von der Erfassung der Aufgabedaten über das Erstellen von Lieferscheinen und das Anzeigen von Rechnungskorrekturen der Post bis hin zur Archivierung bereits getätigter Aufgaben. Die Applikation ist kostenlos und in deutscher, französischer und italienischer Sprache verfügbar. Im Herbst informiert die Post die Zeitungversender direkt über den genauen Einführungstermin.

www.post.ch/mypostbusiness

Paketzentren

Mehr Kapazität mit «Doppeldecker»-Sortierung

E-Commerce sei Dank: Der Paketmarkt wächst beträchtlich. Das freut die Post, stellt sie aber vor neue Herausforderungen. Mit dem Ausbau der Sortierkapazitäten in ihren Paketzentren sichert sie die hohe Verarbeitungs- und Zustellqualität.

1,2 Millionen Pakete werden in den Sortieranlagen der Post während der Weihnachtszeit verarbeitet. Pro Tag, wohlverstanden. Nimmt man eine durchschnittliche Paketgrösse von 20 Zentimetern an, wächst die Strasse aus den aneinandergereihten Paketen auf 240 Kilometer an. Derzeit bewältigt die Post diese Menge mit viel Einsatz am Limit der vorhandenen Anlagekapazität. Aber die erwartete Zunahme des Volumens – massgeblich verursacht vom boomenden E-Commerce – schafft Handlungsbedarf. Dazu kommt, dass sich viele

Onlinehändler mit PostPac-Priority-Zustellung profilieren. Der Anteil der A-Post-Pakete an der Gesamtmenge hat sich innert zehn Jahren von 14 auf 45 Prozent erhöht: All dies stellt hohe Anforderungen an die Sortieranlagen.

Operation am offenen Herzen in Härkingen

Um drohenden Engpässen zuvorzukommen, investiert die Post im Paketzentrum Härkingen einen zweistelligen Millionenbetrag in den Ausbau der Sortieranlage. Seit August wird direkt über der bestehenden Anlage ein zweites Sortiersystem eingebaut – so entsteht eine Art Doppeldecker. Die beiden Anlagen werden miteinander verbunden. Das Besondere daran: Die zusätzliche Anlage wird bei laufendem Betrieb errichtet. Dank viel organisatorischem

Geschick findet trotz Beeinträchtigungen jedes Paket pünktlich den Weg zum richtigen Empfänger.

Fit für die Zukunft

Die zweite, identische Ausbaurunde wird im Paketzentrum Frauenfeld stattfinden. Je nach Marktentwicklung geschieht dies im Jahr 2015 oder schon früher. Danach werden die Sortieranlagen der Post insgesamt einen Viertel mehr Leistung erbringen als heute, womit das Verarbeiten der erwarteten Volumen bis ins Jahr 2020 sichergestellt ist. Auch für die Zeit danach plant die Post bereits jetzt – und macht sich fit für die Zukunft. *an*

Neue Logistikzentren

Mehr Logistikpower in der West- und der Ostschweiz

Die Post baut ihr Logistikangebot aus. In Fétigny FR und Pfungen ZH eröffnet sie zwei neue Zentren.

Seit Ende April profitieren Kunden der Post von einem besseren Swiss-Express-Angebot in der Westschweiz: Gleichtags-Express-Sendungen werden früher am Tag zugestellt. Grund für diese Beschleunigung sind die kürzeren Transportwege ab dem neuen Logistikzentrum in Fétigny. Mit der Eröffnung des Logistikzentrums Pfungen im laufenden Herbst doppelt die Post in der Ostschweiz nach. Dank der beiden neuen Zentren legen die Zustellfahrzeuge weniger Kilometer zurück: Das Tempo steigt, während sich der CO₂-Ausstoss verringert. Mit dem aktuellen Ausbau ihres Angebots in der West- und der Ostschweiz stärkt die Post ihre Führungsposition in der Transport- und

Lagerlogistik sowie im Gleichtagsgeschäft und in der Nachtlogistik. *an*



Bereit für Tausende von Sendungen: neue Logistikzentren.



14. DirectDay

Tanzen Sie mit: Gewinnen Sie ein Ticket für den DirectDay!

«Führen – Verführen? – Manipulieren? Strategien zwischen Zuckerbrot und Peitsche» ist das Thema des diesjährigen DirectDays. Welche Strategie verfolgen Sie beim Tanz um die Gunst Ihrer Kunden oder Ihrer Mitarbeitenden? Am 14. DirectDay entdecken Sie neue Schritte und kommen in Bewegung. Gewinnen Sie eine von zehn Eintrittskarten im Wert von je 295 Franken.

Neu geht der DirectDay im Berner Kursaal über die Bühne. Es erwartet Sie am Dienstag, 26. November 2013, ein aufregendes Programm – und wie immer bietet Ihnen der DirectDay eine einzigartige Gelegenheit, Ihr Netzwerk zu vertiefen und zu erweitern.

Hochkarätige Referenten spannende Meinungen

Lassen Sie sich zum Denken über das Führen verführen. Die intellektuellen Lockstoffe erhalten Sie in Referaten von Prof. Dr. Felicitas Morhart, Boris Grundl, Prof. Dr. Miriam Meckel und dem israelischen Dirigenten Itay Talgam. Kontrovers verspricht die Podiumsdiskussion zu werden. Hier geht es um die Inszenierung der Marke «Ich». Viel zum Thema zu sagen haben der Schweizer Weltstar (Yello) und Bio-Produzent Dieter Meier, Deutschlands bekannteste Drag Queen Olivia Jones sowie der Markenspezialist Kaspar Loeb.

Gewinnen und geniessen

Mit etwas Glück nehmen Sie am Tango der Inspirationen im Berner Kursaal als unser Gast teil. Wir verlosen insgesamt zehn Tickets für den 14. DirectDay im Wert von je 295 Franken.

So findet Sie das Glück:

Füllen Sie die beigelegte Antwortkarte aus und senden Sie sie bis 30.9.2013 zurück. Viel Glück! Die Gewinner werden schriftlich benachrichtigt. Über den Wettbewerb wird keine Korrespondenz geführt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. *an*

www.post.ch/directday