



Referat Jahresabschlusskonferenz 14.03.2024 Christian Levrat Verwaltungsratspräsident Post

(Es gilt das gesprochene Wort)

Sehr geehrte Damen und Herren

- Zunächst einmal herzlich willkommen bei der Post zur Präsentation des Jahresergebnisses.
- Ich nehme es gleich vorweg: Wir stellen Ihnen ein Jahresergebnis vor, das trotz leichtem Rückgang einigermaßen stabil ist. Es knüpft an das Ergebnis des Vorjahres an. Unser CEO, Roberto Cirillo, wird Ihnen die Eckpunkte des Ergebnisses vorstellen sowie die Fortschritte, die wir bei der Umsetzung unserer Strategie «Post von morgen» gemacht haben. Dann werden Alex Glanzmann, unser CFO, und Kurt Fuchs, der CEO ad interim von PostFinance, die Ergebnisse im Detail präsentieren.
- Das stabile Ergebnis ist nicht etwa einem ruhigen Jahr geschuldet, ganz im Gegenteil. Es ist dem unermüdlichen Einsatz unserer Mitarbeitenden zu verdanken, und ich möchte diese Medienkonferenz mit einem Lob für sie beginnen. Von unserem Management zum Zustellpersonal, von den Postauto-Fahrerinnen zu den Schalterangestellten, von den Mitarbeitenden von PostFinance zu jenen in unserer Abteilung für digitale Kommunikation: Jede und jeder leistet hervorragende Arbeit, damit wir trotz Gegenwind ein respektables Ergebnis erzielen können.
- Doch gehen wir der Reihe nach. Zunächst einmal haben wir alle unsere Ziele bezüglich Dienstleistungsqualität erreicht. Diese Zahlen haben eine objektive Grundlage. Sie entstanden durch genaue Messungen der Postdienstleistungen oder durch Zufriedenheitsumfragen bei unseren Kundinnen und Kunden. Sie wurden entweder durch den Bundesrat oder verschiedene Aufsichtsbehörden, wie die PostCom oder das BAKOM, geprüft und bestätigt.
- Unsere Qualität wurde im letzten Jahr mit Gold ausgezeichnet: Zum siebten Mal in Folge ist die Schweizerische Post vom Weltpostverein zur besten der Welt auserkoren worden. Und die Organisation beurteilt nicht etwa nur drei



Postgesellschaften, sondern sie prüft jährlich rund 40 Aspekte von Postgesellschaften in 172 Ländern!

- Für mich ist das ein zusätzlicher Beweis dafür, dass unsere Dienstleistungen von höchster Qualität sind. Nochmals vielen Dank an alle Mitarbeitenden für diesen grossartigen Einsatz.
- Die Zahlen, die wir Ihnen vorstellen, sind, den Umständen entsprechend, relativ gut. Unser Umsatz ist gestiegen, ein erstes Zeichen, dass wir mit der Diversifizierung unserer Geschäftstätigkeiten auf dem richtigen Weg sind. Leider ist der Gewinn leicht zurückgegangen, wegen des Zusammenspiels der weiterhin rückläufigen Briefmengen der konjunkturbedingten Schwankungen bei der Anzahl transportierter Pakete sowie der letzten Nachwehen der Negativzinsphase für PostFinance. Hinter dieser scheinbaren Stabilität verbirgt sich eine andere Realität. Wir haben ein herausforderndes Jahr hinter uns, und es waren energische Massnahmen nötig, um dieses Ergebnis zu erzielen. Sie kennen die Rahmenbedingungen:
 - die Teuerung,
 - die gedrückte Konsumentenstimmung,
 - der langanhaltende Mengenrückgang bei Briefen und beim Schaltergeschäft.
- In diesem Jubiläumsjahr – die Schweizerische Post wird 175 Jahre alt – sind unsere Werte intakt: Zuverlässigkeit, Sicherheit, Präzision. Doch was hält die Zukunft für uns bereit? Was den Konzern angeht, bin ich einigermaßen optimistisch. Unsere Bilanz ist mit 10 Milliarden Eigenkapital solide, wir finanzieren unsere Investitionen seit Jahren selbst, wir haben genügend liquide Mittel und zahlen dem Bund weiterhin Dividenden aus. Und auch wenn die Negativzinsphase hart war für PostFinance, erlangt sie Quartal für Quartal ihre frühere Position wieder, indem sie einerseits davon profitiert, dass die Zinssätze auf ein einigermaßen normales Niveau zurückgekehrt sind, aber auch indem sie ihr zinsindifferentes Geschäft weiter ausbaut.
- Unsere grösste Herausforderung ist und bleibt das Kerngeschäft, das Herz der Post. Das Briefgeschäft (minus 5 Prozent pro Jahr in den letzten zwanzig Jahren) und das Schaltergeschäft (minus 20 Prozent pro Jahr in den letzten drei



Jahren) schrumpfen rapide aufgrund der voranschreitenden Digitalisierung der Gesellschaft und der Wirtschaft. Und diesen Rückgang können wir noch nicht ausreichend mit dem Ausbau im digitalen Bereich, in der Logistik oder mit der Netzöffnung kompensieren.

- Deshalb dürfen wir keine Zeit verlieren, sondern müssen unsere Anstrengungen verstärken und energisch handeln. Wir müssen die derzeitige gute Verfassung des Unternehmens zu nutzen, um unser Kerngeschäft erfolgreich zu transformieren. Warum so energisch?
- Zunächst einmal, weil die Post auch in Zukunft für die Bevölkerung und die Wirtschaft relevant sein will. Dafür müssen wir uns flexibler den sich verändernden Kundenbedürfnissen anpassen können und unsere Dienstleistungen entsprechend ausrichten. Heute können wir unsere Pakete und Einschreiben mit unseren Smartphones steuern. Auch aus diesem Grund investieren wir in die ePost, damit jede und jeder in der Schweiz über einen sicheren und zuverlässigen digitalen Briefkasten verfügt. Deshalb haben wir das E-Voting entwickelt und stellen die Basisinfrastruktur für das EPD bereit.
- Weiter weil wir überzeugt sind, dass die Post ihre Leistungen auch weiterhin ohne staatliche Subventionen erbringen soll. Der moderne Service public muss effizient sein. Zur Kostensenkung führen wir mehrere Effizienzprogramme durch oder haben sie bereits durchgeführt. Letztes Jahr im Logistikbereich sowie dieses Jahr bei der Zustellung von Zeitungen und Zeitschriften und den Supportfunktionen. Dieses Vorhaben stellt nicht nur das notwendige Gegenstück zu den im vergangenen Jahr beschlossenen Tarifierhöhungen dar, sondern ist vor allem Voraussetzung für die Entwicklung eines modernen und effizienten Service public.
- Und schliesslich gilt es keine Zeit zu verlieren, ja es besteht sogar eine gewisse Dringlichkeit. Wir befinden uns in einem grundlegenden Transformationsprozess, im Zuge dessen einige traditionelle Leistungen des Unternehmens an Bedeutung verlieren, während andere wichtiger werden, zum Beispiel der Paketverkehr, das Logistikgeschäft oder das digitale Geschäft, Bereiche, die wir alle rasch ausbauen. Auf Unternehmensebene haben wir erste Antworten auf diese Entwicklung formuliert und werden natürlich auch in der nächsten



Strategieperiode diese Richtung beibehalten. Das wird aber nicht reichen, um mit Zuversicht in die Zukunft zu blicken. Wir benötigen veränderte gesetzliche Rahmenbedingungen und den notwendigen Handlungsspielraum, um unsere Leistungen an die Kundenbedürfnisse anzupassen. In den letzten Monaten wurden verschiedene Vorschläge öffentlich diskutiert, und der Bundesrat befasst sich mit ihnen. Ich werde deshalb hier nicht ins Detail gehen. Aber unsere Situation erfordert ein Handeln vonseiten der Politik. Wir brauchen mehr Freiheiten, um unsere Leistungen entsprechend den Erwartungen unserer Kundinnen und Kunden zu entwickeln. Um solche, die nicht mehr zeitgemäss sind oder es zu werden drohen, abzubauen und andere auszubauen.

- Es ist an der Politik, die Rahmenbedingungen und Grenzen unserer Geschäftstätigkeit festzulegen. Wir verstehen das und halten uns strikt daran, egal, was manche denken mögen. Aber es ist unsere Aufgabe, die Trends aufzuzeigen, die unser Geschäftsmodell bedrohen, und Lösungen vorzuschlagen, damit die Post auch zukünftig relevante Leistungen anbieten kann, als finanziell unabhängiges Unternehmen, das seinen Grundversorgungsauftrag für die Bevölkerung und Wirtschaft unseres Landes effizient erfüllt.
- «Wir wollen uns nicht in ein Museum verwandeln», hat Roberto Cirillo vor drei Jahren zu Ihnen gesagt. Das fasst unsere Herausforderung gut zusammen, und ich übergebe ihm nun das Wort, damit er Ihnen das vergangene Geschäftsjahr und unsere energischen Massnahmen darlegen kann.
- Vielen Dank.