

«Die Post macht einen grossartigen Job!»

Referat von Jürg Bucher
Konzernleiter

Medienapéro

Bern, 22. Dezember 2010

ES GILT DAS GESPROCHENE WORT

Sehr geehrte Medienschaffende, sehr geehrte Damen und Herren

Die Post macht einen grossartigen Job! So müssten die Titel Ihrer Artikel lauten. Falls Sie diese Auffassung jetzt noch nicht teilen sollten, gehe ich davon aus, dass Sie dies spätestens nach meiner kurzen Ansprache tun werden.

Die Post macht einen grossartigen Job: Jetzt, vor den Festtagen verarbeitet die Post täglich bis zu 20 Millionen Briefsendungen, an Spitzentagen 1 Million Pakete und 650'000 Finanztransaktionen. Post-Mitarbeitende beantworten in diesen Tagen 16'000 Kinderbriefe, die ans Christkind oder an den Weihnachtsmann adressiert sind. Fragen Sie sich selbst, wie oft Ihre Weihnachtspost nicht pünktlich angekommen ist, obwohl auch wir nicht fehlerfrei sind. Die Post erbringt hier absolute Spitzenleistungen. Und dies tut sie nicht nur an Weihnachten, sondern das ganze Jahr hindurch.

Die Post hat sich in den vergangenen Jahren stark verändert und sich vom einstigen Monopolisten zum wettbewerbsfähigen Mischkonzern weiterentwickelt. Gleichzeitig erfüllt sie den Auftrag einer flächendeckenden Grundversorgung.

Die grosse Herausforderung für ein nationales Postunternehmen besteht darin, das physische Kerngeschäft Brief, Paket, Zahlungen auch bei kleineren Volumen zu rentabilisieren und mit elektronischen Lösungen in neue Geschäftsfelder vorzustossen.

Damit entwickelt sich die Post zu einer einzigartigen Drehscheibe für physische und elektronische Angebote in ihren vier Märkten Kommunikation, Logistik, Retailfinanz und öffentlicher Personenverkehr. Auf jedem Markt treten wir gegen Mitbewerber an. Die Konkurrenz schläft nicht. Alle wollen sich ihr Stück vom Kuchen – einen bestimmten Marktanteil – sichern.

Die Post hat eine erfolgreiche Zukunft. Wir werden uns nicht nur den veränderten Rahmenbedingungen anpassen, sondern wollen innerhalb dieser Rahmenbedingungen auch das Optimum herausholen. Jährlich wollen wir einen Gewinn in der Grössenordnung von 700 bis 800 Millionen Franken erzielen, dies mit branchenüblichen Renditen in allen vier Märkten, um nicht einseitig abhängig zu werden. Einen solchen Gewinn brauchen wir um

- das nötige Geld zum Wachstum zu haben,
- mit genügend Eigenkapital Risiken aufzufangen,
- eine attraktive und sozialverantwortliche Arbeitgeberin zu bleiben und die Pensionskasse gesund zu erhalten und
- dem Bund eine Dividende abliefern können.

Wo stehen wir heute? Wie wollen wir uns in Zukunft entwickeln?

Im Kommunikationsmarkt:

- haben wir das Poststellennetz weiterentwickelt und eine topmoderne Briefverarbeitung eingeführt,

- im Postverkehr mit dem Ausland unseren Marktanteil ausgebaut,
- die Schnittstellen zwischen physischer und elektronischer Informationsverarbeitung verbessert und
- den Stellenwert von Briefen, Zeitungen und Werbesendungen behauptet.

Für die Zukunft wollen wir:

- das Netz an Zugangspunkten kundenfreundlich und wirtschaftlich weiterentwickeln,
- neue Kunden gewinnen, die uns ihre Eingangspost sowie ihre Dokumente physisch und elektronisch zum Bearbeiten überlassen und
- unsere Dienstleistungen rund um Briefe, Zeitungen, Werbesendungen und elektronische Services weiterentwickeln.

Im Logistikmarkt:

- haben wir eine moderne Paketverarbeitung,
- können wir unseren Kunden ein umfassendes Angebot für alle Logistikdienstleistungen machen und
- bieten wir viele Zusatzleistungen wie Sendungsabholung, PickPost, Sendungsverfolgung im Internet und mehr.

Für die Zukunft wollen wir:

- die Nummer 1 im Kurier-, Express- und Paketmarkt bleiben,

- mit Stückgut, Lager- und Nachtlogistik umfassende Lösungen aus einer Hand anbieten und
- gleichzeitig die Kosten tief behalten und höchste Qualität bieten.

Im Retailfinanzmarkt:

- haben wir unser Angebot im Zahlen und Sparen ausgebaut und bringen immer wieder Innovationen,
- haben wir als Pionier den elektronischen Zahlungsverkehr aufgebaut und sind heute mit 1,2 Millionen E-Finance-Nutzern führend in der Schweiz und
- haben wir den Vertrieb ausgebaut und für KMU ein schweizweites Netz mit Beratung direkt vor Ort beim Kunden im Angebot.

Für die Zukunft wollen wir:

- dass unsere Kunden ihr Geld noch besser selbständig verwalten können,
- einen offenen Zugang über alle Vertriebskanäle bieten und unseren Kundendienst rund um die Uhr zur Verfügung stellen und
- unsere Produkte und Dienstleistungen rund ums Kerngeschäft Zahlen und Sparen einfach, verständlich und preiswert halten.
- Unser Ziel ist und bleibt: Wir sind anders als die Banken.

Im Markt für öffentlichen Personenverkehr:

- sind wir das führende Busunternehmen in der Schweiz,
- bieten wir nebst Fahrleistungen viele Zusatzleistungen an und

- haben uns auch im angrenzenden Ausland als Qualitätsanbieter behauptet.

Für die Zukunft wollen wir:

- unsere Systemdienstleistungen weiter ausbauen,
- die «kombinierte Mobilität» mit verschiedenen Verkehrsmitteln – Bahn, Velo, Bus und mehr – erleichtern sowie
- die Mobilität nachhaltiger gestalten und auch hier unseren Beitrag zum Umwelt leisten.

Damit wird klar: Die elektronischen Angebote stellen keine Konkurrenz zu unserem in der Vergangenheit physischen Kerngeschäft dar, sondern ergänzen und unterstützen es. Sie symbolisieren damit eine konsequente Weiterentwicklung der Post. Als Mischkonzern in den vier verschiedenen Märkten ist die Post befähigt, marktübergreifende Angebote für einzelne Kundensegmente zu machen. So baut sie in den nächsten Monaten bei Swiss Post Solutions ein Produkthaus für elektronische Lösungen auf. Die entwickelten Dienstleistungen werden von den einzelnen Konzernbereichen den Kunden zusammen mit physischen Produkten wie Briefe und Pakete verkauft.

Unterstützt wird unser Geschäft in der Schweiz mit den Aktivitäten im Ausland. Dabei wächst die Post schrittweise und behutsam entlang den Bedürfnissen der Schweizer Kunden im Ausland und bietet ihnen den Zugang zum weltweiten Netz. Die Post investiert wenig in Infrastrukturen, sondern setzt auf Kooperationen mit Firmen und Netzwerken. Das Risiko bleibt stets

überschaubar, geplant sind 15 Prozent des Umsatzes und 11 Prozent des Gewinns. Mit ihrem Auslandengagement 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.

Apropos Ausland: Noch ein Wort zu den Ereignissen rund um Wikileaks. Das, was wir mit dem international orchestrierten Online-Angriff auf E-Finance erlebt haben, ist eine neue Dimension über die sich alle Unternehmen Gedanken machen müssen. Zum Vorgehen betreffend der Kontoeröffnung und –schliessung des Wikileaks-Gründers gibt es keine neuen Aspekte.

Ich bin überzeugt, dass die beste Sicherung einer qualitativ hochstehenden Grundversorgung eine erfolgreiche Post ist. Der Auftrag zur Grundversorgung ist für uns auch Chance, das in uns gesetzte Vertrauen unter Beweis zu stellen: Wir werden unseren Kundinnen und Kunden weiterhin ein dichtes Netz von 3600 Zugangspunkten und eine hohe Dienstleistungsqualität bieten. Das ist kein salbungsvolles Wort aus einer Sonntagspredigt. Denn ich bekomme schliesslich täglich mit, wenn 60'000 Mitarbeitende der Post einen grossartigen Job machen!

Für uns alle gilt auch 2011: Wir bewegen Menschen, Güter, Geld und Informationen – zuverlässig, wertsteigernd, nachhaltig.

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.