

«Die Post startet durch!»

**Referat von Peter Hasler
Verwaltungsratspräsident**

Medienapéro

Bern, 22. Dezember 2010

ES GILT DAS GESPROCHENE WORT

Sehr geehrte Medienschaffende, sehr geehrte Damen und Herren

Herzlichen Dank für Ihr Kommen und Ihr Interesse an der Post. Es freut uns sehr, Sie heute zu diesem Treffen begrüßen zu dürfen.

Die Post startet durch! Mit der Verabschiedung der Postgesetzgebung durch das Parlament sind die künftigen Rahmenbedingungen nun klar abgesteckt, in denen sich die Post als modernes Unternehmen erfolgreich weiterentwickeln kann. Die öffentlich-rechtliche Anstalt Post wandelt sich um in eine spezialgesetzliche Aktiengesellschaft im Mehrheitsbesitz des Bundes. Aus dem Konzernbereich PostFinance wird die PostFinance AG im Besitz der zukünftigen Post AG. Diese Massnahmen sorgen für Rechts- und Planungssicherheit im sich stark wandelnden Postmarkt und führen weiter dazu, dass die Post an Handlungsspielraum gewinnt. Dies wird sowohl unseren Geschäfts- als auch unseren Privatkunden zugutekommen, denn wir werden noch flexibler auf die verschiedenen Bedürfnisse eingehen können. Die Post kann sich so in Zukunft im sich verschärfenden Wettbewerb behaupten und gleichzeitig landesweit eine ausgezeichnete Grundversorgung anbieten.

Für die Post war und ist es wichtig, dass sie Klarheit über die zukünftigen Rahmenbedingungen bekommt und ein modernes Rechtskleid erhält. Deshalb ist sie auch froh darüber, dass die vom Parlament bereinigten Vorlagen in der Schlussabstimmung relativ klar angenommen worden sind. Die Post hat immer gesagt, dass die Frage der Aufhebung des Restmonopols für sie nicht

entscheidend sei. Sie erwirtschaftet bereits heute 80 Prozent ihres Umsatzes im Wettbewerb und ist auf eine vollständige Marktöffnung gut vorbereitet. Sie kann mit und ohne Restmonopol leben; wie immer die Politik über diese Frage entscheidet, die Post wird sich danach richten.

Erlauben Sie mir einen kurzen Blick zurück. Die Post hat ein ereignisreiches aber sehr positives Jahr hinter sich. Sie hat einmal mehr ihren Auftrag auf einem hohen Qualitätsniveau erfüllt und die gesetzten Ziele erreicht. Das belegen eindrücklich

- die Werte zur Zufriedenheit unserer Kundinnen und Kunden,
- die Werte der Personalzufriedenheit,
- die Zahlen der verarbeiteten Briefe, Pakete und Zahlungen
- oder die Zahlen der transportierten Passagiere.
- Ein weiterer wichtiger und sehr erfreulicher Beweis dafür, dass die Post im laufenden Geschäftsjahr gut gearbeitet hat, ist das sehr gute Ergebnis, das wir erzielen.

Dies alles ist einer Schweizerischen Post gelungen, die bereits seit Jahren im Wettbewerb steht. Das gilt auch beim vorläufig noch beibehaltenen Restmonopol auf den Briefen bis 50 Gramm. Denn das Briefgeschäft ist de facto der harten Konkurrenz von E-Mail und SMS ausgesetzt, die für spürbare Volumenrückgänge sorgt. Dies nimmt die Post aber nicht einfach tatenlos zur Kenntnis, sondern entwickelt laufend innovative Lösungen an der Schnittstelle von physischer und elektronischer Post. Aufgrund des Vertrauens, das sie

geniesst, und ihrer Expertise auf diesem Gebiet, ist sie dazu prädestiniert. Gleichwohl bleibt das traditionelle Kerngeschäft ein wichtiger Ertragspfeiler und die Post ein Schweizer Unternehmen.

Verwaltungsrat und Konzernleitung haben die Strategie überprüft und sie noch stärker auf die vier Tätigkeitsfelder Kommunikationsmarkt, Logistikmarkt, Retailfinanzmarkt und öffentlicher Personenverkehr ausgerichtet. Sie leitet sich aus den strategischen Zielen des Bundesrates bis 2013 ab. Dabei wird von uns unter anderem erwartet:

- In allen Regionen der Schweiz die Grundversorgung im Post- und Zahlungsverkehr sicherzustellen,
- einen Eigenfinanzierungsgrad von 100 Prozent zu erreichen
- den Unternehmenswert nachhaltig zu sichern,
- und als kundenorientierte und innovative Unternehmung im Wettbewerb bestehen zu können.

So wie es aussieht, können wir die Erwartungen des Bundesrates für das Jahr 2010 sehr gut erfüllen.

In den vier Märkten ist es das Ziel der Post, in der Schweiz ihre führenden Positionen zu behaupten. Dazu verfolgt sie folgende strategische Stossrichtungen:

- hochwertige Dienstleistungen für Privat- und Geschäftskunden

- marktgerechte Preise,
- nachhaltiges, rentables Wachstum,
- sozialverantwortliche Kosteneffizienz
- und schliesslich optimale Nutzung der neuen Rahmenbedingungen aus der Postgesetzgebung

Im Ausland entwickelt sich die Post schrittweise, um den Schweizer Markt abzusichern und in Nischen erfolgreich zu wachsen. Abenteuer werden wir keine riskieren. Mit einem sehr geringen finanziellen Engagement streben wir für die Periode bis 2013 ein Ertragswachstum in der Grössenordnung eines zweistelligen Millionenbetrages an.

Bezüglich Kundenzufriedenheit und Mitarbeiterengagement gelten quantitativ überprüfbare Zielsetzungen. Darüber hinaus haben wir eine umfassende Klimastrategie mit Reduktionszielen beschlossen. Konkret setzen die Bereiche eine Reihe von Massnahmen um, mit denen wir den CO₂-Ausstoss substantiell reduzieren.

Die Post ist ein modernes, innovatives und wettbewerbfähiges Dienstleistungsunternehmen. Tag für Tag stellt sie die Grundversorgung für Bevölkerung und Wirtschaft sicher und erbringt diese enorme Leistung eigenwirtschaftlich. Sie hat den Stürmen und Krisen der jüngsten Vergangenheit bravourös getrotzt und ist 2010 einen grossen Schritt vorangekommen.

Die Post steht heute solide da und ist fit für die künftigen Herausforderungen. Die Bedürfnisse von Privat- und Geschäftskunden dürften in Zukunft noch individueller sein, noch mehr Flexibilität verlangen und noch vermehrt auf Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein ausgerichtet sein. Ich freue mich darauf, die kommenden Herausforderungen mit meinen Kolleginnen und Kollegen aus dem Verwaltungsrat und der Konzernleitung anzupacken. Gemeinsam sorgen wir dafür, dass das Unternehmen gesund und beweglich bleibt, damit die Post auch künftig richtig durchstarten kann!

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit. Das Wort hat unser Konzernleiter Jürg Bucher.