

MEDIENMITTEILUNG

14. Mai 2020

EMBARGO 14.05.2020 09:15

Neue Strategie 2021–2024

Die «Post von morgen» bringt eine Neuausrichtung und setzt auf traditionelle Stärken

Die Schweizerische Post will in den kommenden Jahren gezielt wachsen, um auch in Zukunft die Grundversorgung in hoher Qualität zu erbringen und die dazu notwendigen Investitionen aus eigener Kraft zu finanzieren. Ihr flächendeckender Service public soll einer Schweiz gerecht werden, die sich dynamisch entwickelt. Mit ihrer neuen Strategie entwickelt sich die Post in ihren traditionellen Kernkompetenzen weiter – dem Transport von Waren, Informationen und Personen sowie Finanzdienstleistungen. Das Wachstum und die für die langfristige Sicherung des Service public notwendigen Mittel will sie in den Märkten Logistik- und Kommunikationsservices erwirtschaften. In der Entwicklung ihres Netzes plant die Post eine deutliche Kursänderung. Sie öffnet ihr Netz für Dienstleistungsunternehmen und Behörden und stabilisiert die Anzahl eigener Filialen.

«Wir wollen auch in Zukunft als Post für die Bevölkerung und für die Wirtschaft der Schweiz da sein, damit sie sich dynamisch entwickeln können», sagt Urs Schwaller, Präsident des Verwaltungsrats der Schweizerischen Post. Seit 1849 bringt die Post die Schweiz täglich zusammen und leistet einen verlässlichen Service public. In den letzten 20 Jahren hat sich das Umfeld stark verändert. Briefmengen und Schaltermengeschäfte brechen ein, während der Paketmarkt boomt. Diesen grossen und langjährigen Herausforderungen begegnet die Post mit der Strategie «Post von morgen». Mit ihrer neuen Strategie will die Post die Grundversorgung und nötigen Investitionen auch künftig aus eigener Kraft finanzieren, den Rückgang bei Umsatz und Gewinn stoppen und eine Trendwende einleiten. «Die Post soll als Unternehmen wieder wachsen», unterstreicht Urs Schwaller.

Wachstumsstrategie mit Fokus Logistik- und Kommunikationsservices, Öffnung des Postnetzes

Die «Post von morgen» basiert auf den traditionellen Stärken der Post. «Wir fokussieren uns auf jene Kompetenzen und Märkte, die aus unserer Sicht den grössten Nutzen für die Schweiz stiften», sagt Roberto Cirillo, Konzernleiter der Post. Die neue Strategie soll am 1. Januar 2021 in Kraft treten und für die Periode 2021 bis 2024 gelten. Ihr Horizont ist aber längerfristig ausgelegt und erstreckt sich über die nächsten zehn Jahre. Im Vordergrund der «Post von morgen» steht ihre Kernkompetenz des vertrauenswürdigen und zuverlässigen Transports von Waren und Informationen sowie eine deutliche Kursänderung in der Entwicklung ihres Netzes. Sie öffnet ihr Netz und stabilisiert die Anzahl eigener Filialen.

1. Logistik – Ausbau der letzten Meile und Anbindung der Schweiz an den internationalen Warenfluss sichern

Die Menschen in der Schweiz wollen verstärkt sofort, überall und umweltfreundlich bedient werden – am liebsten direkt an der Haustür. Diese Dienstleistungen erfreuen sich einer wachsenden Beliebtheit. Die Post wird deshalb neue Dienstleistungen und Angebote entwickeln und gezielt die «letzte Meile» ausbauen. Sie entwickelt zudem Branchen- und Kundenlösungen aus einer Hand und leistet damit einen Beitrag zur Wettbewerbsfähigkeit der Schweiz. Beim Transport von Waren sichert die Post ihre marktführende Stellung, baut den Bereich Güterlogistik

auch grenzüberschreitend aus und sichert so für Schweizer Unternehmen den Anschluss an internationale Märkte. Durch Partnerschaften und Beteiligungen an Logistikplattformen will die Post in Zukunft Logistikleistungen basierend auf modernsten Lösungen vermitteln und die Digitalisierung der Logistik mitprägen. Der enorme Paketzuwachs im Zuge der Corona-Krise lässt erahnen, in welche Richtung sich das Volumen des Paketmarkts entwickeln wird. Die Post muss heute handeln, um für die Zukunft gerüstet zu sein. Die Post nutzt die Volumenverschiebung vom Brief zum Paket, um ihre bestehenden Ressourcen künftig produktübergreifend einzusetzen. Sie beabsichtigt, ihre Brief- und Paket-Logistikleistungen neu in einem einzigen Geschäftsbereich zu bündeln. Damit bietet sie auch künftig attraktive Arbeitsplätze in der Sortierung und Zustellung.

2. Kommunikation – das Briefgeheimnis als Schlüssel für eine sichere digitale Welt

Die Post stellt das bewährte Prinzip des Briefgeheimnisses auch in der digitalen Welt sicher. Sie baut auf ihrer langjährigen Erfahrung als vertrauenswürdige Übermittlerin von schützenswerten Informationen auf – mit neuen digitalen Lösungen für Unternehmen, Behörden und Bürger. So können diese vertraulichen Daten sicher über einen vertrauenswürdigen Schweizer Anbieter austauschen. Auch dieses Bedürfnis ist in der Corona-Krise stärker zutage getreten. Die Post als Service-public-Unternehmen im Besitz des Bundes unterstützt die Schweiz und insbesondere die KMU bei ihrer digitalen Transformation und bei ihrem sicheren Austausch von Informationen mit Kunden und Bürgern.

3. Postnetz – Ausbau der Zugangspunkte und Öffnung für Dienstleistungsunternehmen und Behörden

Die Filialen und Zugangspunkte bleiben ein zentraler Pfeiler des Angebots der Post. Die Postdienstleistungen sind so in der ganzen Schweiz flächendeckend erreichbar. Ihre zahlreichen und diversen Zugangspunkte entwickelt die Post weiter und baut sie aus. Das Netz soll in der kommenden Strategieperiode bei rund 800 eigenbetriebenen Filialen – der in der letzten Strategieperiode vorgegebenen Anzahl – stabilisiert werden. Die Post öffnet ihr Netz für Dienstleistungsunternehmen und Behörden. Mit dieser deutlichen Kursänderung soll die systematische Umwandlung eigener Filialen beendet werden können. Die Partner, für die das Netz geöffnet wird, profitieren damit von der Serviceleistung der Post und der Möglichkeit, über das Post-Filialnetz ihren Kunden im digitalen Zeitalter einen physischen Kontakt zu bieten. Durch diese Öffnung des Netzes schafft die Post für die Regionen eigentliche Dienstleistungszentren und für die Schweiz echten Mehrwert.

Post investiert gezielt in ihre Kernkompetenzen

Um die eigenfinanzierte Grundversorgung in der Schweiz für die Zukunft zu sichern, müssen freie Mittel erwirtschaftet werden. Die Voraussetzung dafür ist Wachstum, das wiederum zunächst substanzielle Investitionen erfordert. «In der Logistik und in der digitalen Kommunikation wollen wir neue Kompetenzen aufbauen und deutlich wachsen – dazu werden wir in den nächsten vier Jahren über 3 Milliarden Franken investieren», sagt Roberto Cirillo weiter. Mit Zukäufen und Partnerschaften in Logistik und Kommunikation will die Post ihr Angebot stärken und erweitern, um der Schweiz einen zukunftstauglichen Service public zu garantieren. Die Post nutzt dafür ihr solides finanzielles Polster und zusätzliche Mittel, unter anderem prüft sie den Verkauf einzelner, nicht betriebsrelevanter Objekte aus ihrem Immobilienportfolio.

Vorgehen in weiteren Bereichen:

Die Strategie von **PostAuto** wurde bereits im Nachgang an die Bereinigung der seit 2018 bekannten Vorfälle neu ausgerichtet. PostAuto bleibt ein wichtiger Teil der Post, behält seine führende Rolle im regionalen Personenverkehr auf der Strasse und richtet sich verstärkt auf nachhaltige Mobilitätslösungen aus. Die Posttochter **PostFinance** hat als einzige Bank in der Schweiz einen Grundversorgungsauftrag im Zahlungsverkehr. PostFinance soll künftig eigenständig Kredite und Hypotheken vergeben können. Ein entsprechender Entscheid obliegt dem Parlament. Die Post erwartet auch in den kommenden Jahren einen nachhaltigen und auf die Zukunft ausgerichteten Beitrag aus dem Finanzdienstleistungsgeschäft an das Gesamtergebnis. Die Posttochter **Swiss Post Solutions** (SPS) hat sich zu einer

weltweit führenden Outsourcing-Partnerin für Geschäftsprozess-Lösungen und innovative Dienstleistungen im digitalen Dokumentenmanagement entwickelt. Die Post setzt sich dafür ein, dass sich SPS auf dem eingeschlagenen Pfad weiterentwickeln kann.

Neue Organisation stützt Strategie

Die Post will per 1. Januar 2021 ihre Konzernstruktur der strategischen Neuausrichtung anpassen. PostAuto, PostNetz, PostFinance und Swiss Post Solutions bleiben organisatorisch unverändert. Neu sollen die Logistik- und Kommunikationskompetenzen in den Bereichen «Logistik-Services» und «Kommunikations-Services» gebündelt werden. Die neue Konzernleitung soll sich ab 1. Januar 2021 demnach aus den Leitenden der Bereiche Logistik-Services, Kommunikations-Services, PostNetz, PostAuto, Swiss Post Solutions, Finanzen, Personal und dem Konzernleiter zusammensetzen. Der Leiter PostFinance behält seine Rolle als Beisitzer ohne Stimmrecht. Die Informatik erweitert ihr Aufgabenfeld im neuen Bereich IT/Technologie und soll per 1. Januar 2022 zu einer Konzernleitungsfunktion werden. Swiss Post Solutions soll sich unter dem Holdingdach der Schweizerischen Post AG künftig eigenständig weiterentwickeln können. Die Swiss Post Solutions AG bleibt bestehen. PostNetz wird in die neue, rechtlich eigenständige PostNetz AG überführt, damit die Post ihr Netz weiterentwickeln und für Drittpartner öffnen kann.

Die Leiter der heutigen Bereiche PostMail, Ulrich Hurni, und PostLogistics, Dieter Bambauer, beide Mitglieder der Konzernleitung, werden beide noch vor Ende der nächsten Strategieperiode pensioniert und übernehmen keine der beiden neuen Funktionen in der Konzernleitung. Sie bringen ihre grosse Erfahrung ein, um innerhalb des Bereichs Logistik-Services zwei für den Erfolg der Strategie zentrale Einheiten weiterzuentwickeln. Dieter Bambauer wird den Ausbau der Einheit Güterlogistik, national und international, vorantreiben, wo namhafte Investitionen geplant sind. Ueli Hurni wird neben seinem Amt als Verwaltungsratspräsident von Asendia den Betrieb (Operations) der Einheiten KEP Mail national und international sowie der Einheiten Medien- und Werbemarkt zusammenführen. Diese neue Organisation soll die Zusammenarbeit in der Verarbeitung und in der Zustellung verstärken und Kapazitäten freilegen. Die freien Kapazitäten können für den boomenden Paketmarkt genutzt werden. Dass dieser Ansatz Potenzial hat, haben die letzten Wochen während der Corona-Krise gezeigt.

Mit der Umsetzung der Strategie und der neuen Organisation bleibt die Post eine attraktive Arbeitgeberin

Mit der optimierten Auslastung der Infrastruktur werden Arbeitsplätze in allen Regionen gesichert. Berufe bei der Post gewinnen weiter an Attraktivität. Dies unterstützt die Bestrebungen der Post, die anstehende Pensionierungswelle der nächsten Jahre durch Neuanstellungen auszugleichen. Auch wenn es zu Änderungen bei den Prozessen in der Sortierung und Zustellung kommt, bleiben die Arbeitsplätze der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Produktion und in der Fläche gesichert. Hingegen können sich einzelne Aufgaben und Funktionen im Kaderbereich verändern. Die mit «Post von morgen» fortgeführte Transformation des Konzerns erfordert den Aufbau zusätzlicher Kompetenzen und zielt auf Wachstum ab, nicht auf eine Reduktion der Anzahl Stellen. Wie bei der Post üblich, werden organisatorische Veränderungen von den Sozialpartnern begleitet.

Die «Post von morgen» trägt der dynamischen Entwicklung der Schweiz Rechnung. Auf dieser Basis kann sie mit ihren qualifizierten und motivierten Mitarbeitenden den Service public für die Bevölkerung und die Wirtschaft weiter ausbauen. «Wir sehen uns als Motor einer modernen Schweiz», sagt Konzernleiter Roberto Cirillo.

Auskunft

Jacqueline Bühlmann, Medienstelle Post, 058 341 37 80, presse@post.ch