

# die Post

8 / 2015

Für unsere Mitarbeitenden

[www.post.ch/online-zeitung](http://www.post.ch/online-zeitung)

P.P.  
3030 Bern



*Rafael Graf alias EffE*  
**Der rappende  
Pöstler**

Seite 20

**DIE POST**   
Gelb bewegt.

Individuell – wie die Post auf neue Kundenbedürfnisse reagiert. Seite 10

PostVenture – helfen Sie mit, die Post weiterzuentwickeln. Seite 16



## *Die Finessen der Kundenbindung*

Wenn PostMail-Mitarbeiter Daniel Good nach Salzburg zum Kunden UNITO reist, lässt er den Dom und die Mozartkugeln links liegen. Er spricht dann lieber über quantitative Ziele. Und diese sind ehrgeizig. PostMail muss für zwei Versandhäuser über 30 000 Kunden gewinnen. Somit übernimmt die Post bei einer Kundenlösung erstmals auch einen Teil des wirtschaftlichen Risikos eines Geschäftskunden.

Fakt ist, dass sich durch die Digitalisierung auch der Markt laufend verändert: Die Kunden wünschen sich vermehrt individuelle Lösungen. Wie sich diese Veränderung auf die Zusammenarbeit auswirkt, erfahren Sie in unserem Schwerpunkt ab Seite 10. Fachpersonen an vorderster Front erklären, wie wichtig die kleinen Finessen für die Kundenbindung sind. Denn: Technologie ist das eine, die Pluspunkte, die oft den Ausschlag für eine Auftragserteilung geben, das andere.

Und Pluspunkte hat die Post. Oder haben Sie gewusst, dass die Post bis dato die einzige Anbieterin in der Schweiz ist, die Geschäftskunden massgeschneiderte Lösungen für den gesamten Warenfluss anbietet?

*Sandra Gonseth*

*Sandra Gonseth, Redaktorin*



## Personal

### 25 *Aus Interesse an Motoren*

Marianne Wenger war die erste Postautofahrerin im Kanton Bern. Als Aushilfe sitzt sie auch nach ihrer Pensionierung noch am Steuer.



## Porträt

### 20 *Rappender Pöstler*

Rafael Graf lässt sich auf seiner Tour inspirieren. Im August erscheint sein neues Album.



## Reportage

### 22 *Schülertransporte*

Mediator Nicolas Ferrero erklärt Schülerinnen und Schülern die Verhaltensregeln im Schulbus.

## Aktuell

### 5 *Personallumfrage*

Die Resultate der Personallumfrage sind stabil. Weshalb es dennoch wichtig ist, sie jährlich zu wiederholen, erklärt Stefanie Randl, Leiterin HR-Strategie.

### 6 *Informatiknachwuchs*

Der Bedarf an guten ICT-Fachleuten nimmt stetig zu. Die Post hat jetzt eigens dafür einen Campus eröffnet.

### 9 *Swiss made*

Vier Schweizer Oldtimer zieren die neuen Sondermarken. Mehr über die Automobilgeschichte der Schweiz im Interview.

## Schwerpunkt

### 10 *Stilettos aus Paris?*

Der Trend nach individuellen Kundenlösungen ist ungebrochen. Wir haben sechs Bereiche der Post dazu befragt.

## Dialog

### 16 *Innovationsmotor*

Mit PostVenture15 will die Post neue Geschäftsideen sammeln. Mitarbeitende können ihre Ideen ab 24. August einreichen.

## Multimedia

### 19 *TWINT*

Bargeldlos einkaufen mit dem Smartphone? Die App der PostFinance-Tochter TWINT macht es möglich.



#### *Feedback!*

*Hat Ihnen diese Ausgabe der Personalzeitung gefallen? Sagen Sie uns Ihre Meinung! Scannen Sie den QR-Code ein oder folgen Sie dem untenstehenden Link.*

*post.ch/  
feedback-personalzeitung*



# Kurz notiert



## 1 Erfolge in Frankreich

CarPostal France hat in Sète in der Region Languedoc-Roussillon eine Ausschreibung gewonnen. Auch die Ausschreibung für das Überlandnetz im Grésivaudan zwischen Grenoble und Chambéry im Nordosten des Departements Isère ging an das Unternehmen. Diese Erfolge bestätigen den starken Wachstumstrend des Transportunternehmens in Frankreich.

## 2 Letzte Anlässe zur Vision

An den Visiorama-Anlässen erfahren Sie von Konzernleiterin Susanne Ruoff und Mitgliedern der Geschäftsleitung, wohin sich die Schweizerische Post entwickeln will und welche Chancen und Herausforderungen auf diesem Weg warten. Die letzten Stationen der Road Show sind Chur (28.8.), St. Gallen (28.8.), Bellinzona (3.9.), Zürich (23.9.), Solothurn (23.9.) und Bern (28.9.). Anmelden via LMS.



[www.post.ch/vision](http://www.post.ch/vision)

## 3 SecurePost gewinnt Auftrag

Die SecurePost AG übernimmt per 1. September 2015 die Notengeldverarbeitung der UBS Schweiz. Sie wird damit die grösste Notengeldverarbeiterin der Schweiz. Damit das Volumen auch mit dem UBS-Auftrag weiterhin in hoher Qualität bewältigt werden kann, übernimmt SecurePost zirka 37 Mitarbeitende der UBS vom Standort Zürich-Altstetten sowie drei Mitarbeitende in Genf. Zudem sind zusätzliche räumliche und maschinelle Ressourcen notwendig, da das Geldverarbeitungszentrum von SecurePost in Oensingen schon heute stark ausgelastet ist.

## 4 Punktuelle Preisanpassungen

Die Post passt per 1. Januar 2016 einzelne Angebote und Preise für Privat- und Geschäftskunden an. Einzelsendungen ins Ausland werden bis zu zwei Franken günstiger. Damit kommt die Post der wachsenden Nachfrage nach Kleinwarenversänden entgegen. Die Preise für Standardbriefe ins Ausland werden aufgrund gestiegener Kosten in den Bestimmungsländern um 10 Rappen erhöht. Die meisten postalischen Angebote und Preise, darunter die Preise für nationale A- und B-Post-Briefsendungen bis 50 Gramm sowie die Paketpreise im Inland, bleiben im nächsten Jahr unverändert.

## 5 Erfreuliches Ergebnis

In den ersten sechs Monaten des Jahres 2015 hat die Post einen normalisierten Konzerngewinn von 391 Millionen Franken erzielt, was einer Zunahme um 21 Millionen Franken entspricht. Das normalisierte Betriebsergebnis (EBIT) liegt mit 504 Millionen Franken 32 Millionen über dem Vorjahreswert. Massgebliche Treiber der Ergebnisverbesserung waren solide Erträge an den Finanz- und Anlagemärkten, die das tiefere Zinsergebnis kompensierten, sowie ein gutes Kostenmanagement. Das finanzielle Ergebnis für das erste Halbjahr 2015 beinhaltet Sondereffekte von netto insgesamt 14 Millionen Franken auf Stufe Konzerngewinn.

## 6 Videos der schönsten Linien

Besuchen Sie die schönsten PostAuto-Linien in der ganzen Schweiz! In der neusten Ausgabe des Privatkundenmagazins «magazin» finden Sie ein Video, in dem Ihnen ein besonderer Reiseführer – der PostAuto-Fahrer Andrea Terribilini – die malerische Umgebung von Locarno zeigt. Die nächste Etappe führt im November durch die Zentralschweiz.



### Zahl des Monats

# 5 %

Ausbildungsquote im Minimum hat sich die Post, Mitglied der European Alliance for Apprenticeship, als strategisches Ziel gesetzt. Im Jahr 2014 waren 5,5 Prozent der Angestellten Lernende. Vor allem im Bereich Logistik und Informatik, in dem Fachkräfte fehlen, erhöht das Unternehmen in Zukunft die Anzahl Ausbildungsplätze. Die Post bietet jedes Jahr 800 Lehrstellen in 15 Berufen an.



# «Wir möchten den Puls fühlen»

Die Resultate auf Konzernebene sind stabil, die Mitarbeitenden beurteilen die Post als Arbeitgeberin grundsätzlich positiv. Interview mit Stefanie Randl, Leiterin HR-Strategie.

Interview: Claudia Traoui



Stefanie Randl, Leiterin HR-Strategie.

## Das Resultat der Personalumfrage ist stabil. Was nützt also die jährliche Übung?

Die Übung nützt, denn wir möchten bei den Mitarbeitenden den Puls fühlen. Die Personalumfrage ist eines der strategischen Instrumente für die Post, um sich als Arbeitgeberin weiterzuentwickeln. Wir wollen wissen, wie es den Mitarbeitenden geht und wo sich die Post aus ihrer Sicht noch verbessern kann. Dabei sind wir auf ehrliche Antworten angewiesen.

## PV und SPS schneiden weniger gut ab als andere Bereiche. Warum?

Die Mitarbeitenden haben differenzierte Bewertungen abgegeben. Bei PV beurteilen die Mitarbeitenden ihre Arbeitssituation positiver als im Vorjahr und liegen damit über dem Mittelwert des Konzerns. Dagegen wird die Ausrichtung auf die Kundenbedürfnisse kritischer eingeschätzt. PV hat in diesem Jahr mehrere Pilotprojekte gestartet, um dem entgegenzuwirken. Die Mitarbeitenden von SPS sind zu rund 85 Prozent im Ausland tätig. Die Identifikation mit der Schweizerischen Post als Arbeitgeberin ist daher nicht ganz so hoch wie bei

Mitarbeitenden anderer Bereiche, die häufig seit vielen Jahren in den ursprünglichen Geschäftsfeldern der Post tätig sind. SPS hat seit Anfang dieses Jahres einen Schwerpunkt auf die Vermittlung ihrer Strategie gelegt. Die Vorgesetzten von PV und SPS werden die Resultate in den nächsten Wochen gemeinsam mit ihren Mitarbeitenden analysieren und wo nötig Massnahmen ergreifen – wie in allen anderen Bereichen auch.

## Einfach mit System: Der Fokus liegt auf der Kundenorientierung. Ist ein Wert von 79 Punkten genug?

79 ist ein guter Wert, den es jedoch zu verbessern gilt. So sehen es die Mitarbeitenden, die das Image und die Angebote der Post kritisch betrachten – unverändert zum Vorjahr. Den Fokus auf den Kunden zu richten, ist ja auch wesentlicher Bestandteil unserer neuen Vision.

## Mitarbeitende sehen Luft nach oben in der Bereichsfitness. Was könnte die Post unternehmen, um diesen Wert zu verbessern?

Die Bereichsfitness wird im Vergleich zum letzten Jahr mit einem Punkt höher bewertet. Aber es gibt

noch Luft nach oben, das stimmt. Die Strategie der Post und auch die Weiterentwicklung des Konzerns werden anhand der neuen Vision und der neuen Leitbilder künftig noch greifbarer gemacht.

## Werden die aus der Personalumfrage resultierenden Massnahmen gemessen? Wenn ja, wie?

Die Personalumfrage dient gleichzeitig auch als Messung der Massnahmen des Vorjahres. Anhand der Ergebnisse erhalten wir wertvolle Rückmeldungen, ob wir auf dem richtigen Weg sind und wo wir uns weiter verbessern können. Über diesen Dialog binden wir die Mitarbeitenden in die Weiterentwicklung der Post aktiv ein. ■

Das Video zur Personalumfrage 2015  
[www.post.ch/online-zeitung](http://www.post.ch/online-zeitung)



## Resultate der Personalumfrage 2015

Index pro Bereich	Konzern		PostMail		Post-Logistics		PostFinance		PostAuto		Poststellen und Verkauf		Swiss Post Solutions	
	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014
<b>Engagement</b>	82	82	84	84	82	82	87	86	86	86	78	78	77	78
– Identifikation	81	81	83	83	82	81	85	85	83	84	76	76	74	74
– Personalfuktuation	80	80	82	82	80	80	86	84	85	85	75	74	74	75
– Leistungsbereitschaft	86	86	88	88	86	86	89	89	89	89	83	83	84	85
<b>Arbeitssituation</b>	76	75	78	77	74	73	77	76	74	73	77	76	71	71
<b>Bereichsfitness*</b>	73	72	74	74	71	71	74	73	71	71	70	70	71	71
<b>Kundenorientierung</b>	79	79	79	79	79	79	80	80	78	77	75	75	81	81
<b>Personalzufriedenheit</b>	75	75	77	77	73	73	78	76	76	76	74	73	67	67

\* Bereichsfitness umfasst die Faktoren Strategie, Management, Innovation/Kommunikation, Zusammenarbeit und Weiterentwicklung.

# Neuer Campus für Computercracks

Die Post hat in Bern einen ICT-Campus eröffnet. Damit stärkt sie ihre Informatikausbildung.

Text: Lea Freiburghaus

Der Bedarf an guten ICT-Fachleuten nimmt stetig zu. Die Post gehört mit rund 1700 Informatikmitarbeitenden zu den grössten Arbeitgebern auf diesem Gebiet in der Schweiz. Um den Nachwuchs auch in Zukunft zu sichern, will die Post die Anzahl Lehrstellen in den ICT-Berufen in den kommenden Jahren um 50 Prozent erhöhen. Eigens dafür hat sie jetzt in der Engehalde in Bern einen ICT-Campus eröffnet. Rund 50 angehende Informatiker, Mediamatiker und Kaufleute arbeiten und lernen seit Anfang August gemeinsam in den neuen Räumlichkeiten. Zu den 37 Informatiklernenden, die in der Engehalde ihre Basisausbildung absolvieren, kommen Auszubildende aus einem neu gebildeten, gemischten PowerTeam von PostFinance. Diese führen eigenverantwortlich produktive Aufträge von PostFinance und anderen Bereichen aus. ■

## Lehrabschlüsse 2015

700 Lernende in 15 verschiedenen Berufen haben diesen Sommer ihre Ausbildung bei der Post erfolgreich abgeschlossen. 13 Prozent erzielten bei der Lehrabschlussprüfung eine Gesamtnote von 5,3 oder höher. Vier von fünf Lehrabgänger werden bei der Post weiterbeschäftigt. Ab sofort beginnt die Post mit der Rekrutierung von 830 Lernenden für den Lehrbeginn 2016. Unter [www.post.ch/lehrstellen](http://www.post.ch/lehrstellen) finden Interessierte detaillierte Infos und Filme zu den Lehrberufen bei der Post, Tipps für die Bewerbung und vieles mehr. Weitere Auskünfte via [postjob@post.ch](mailto:postjob@post.ch) oder per Telefon 0848 858 000.

Inserat

## Elektromobil PONI

führerscheinfrei, sicher und komfortabel auf vier Rädern



Prospekte / kostenlose Probefahrt  
Lukas Jenni GmbH • Im Gstein • CH-8424 Embrach  
Tel. 044 876 04 07 • [www.lukas-jenni.ch](http://www.lukas-jenni.ch)



Bitte kostenlosen Prospekt schicken an:

Name/Vorname: \_\_\_\_\_

Strasse: \_\_\_\_\_

PLZ/Ort: \_\_\_\_\_

Telefon: \_\_\_\_\_

PO

## PostFinance fördert Finanzbildung

Text: Renate Schoch



Damit sich Jugendliche einen selbstständigen, kompetenten Umgang mit Geld aneignen können, baut PostFinance mit «MoneyFit» ihr Bildungsangebot deutlich aus. Das neue Lehrmittel vermittelt Kindern und Jugendlichen im Alter von neun bis zwanzig Jahren interaktiv, wie sie ihre Finanzen jederzeit im Griff haben. ■



[www.moneyfit.postfinance.ch](http://www.moneyfit.postfinance.ch)

# Als Paketbote Freude bringen

*Egal, wer die Tür öffnet – Pakete bringen heisst Freude bringen. Mit einer Rekrutierungskampagne im Netz geht PostLogistics neue Wege, um weitere Paketboten zu finden.*

*Text: Katja Klein*



Hallo Paketbote! Auch der Hund freut sich.

Vom Kleinkind über die Rockerbraut bis zu den Senioren, ob auf vier Pfoten oder zwei Beinen – alle freuen sich, wenn der Paketbote klingelt und ein Päckli bringt. Mit einem Film unter dem Motto «Pakete bringen heisst Freude bringen» startet PostLogistics eine ungewöhnliche Rekrutierungskampagne, um weitere Paketboten zu finden. Unsere Boten machen einen super Job, jedes Jahr haben sie mehr Pakete zuzustellen. Deshalb suchen wir Verstärkung. ■



[www.freude-bringen.ch](http://www.freude-bringen.ch)

## Verpasste Pakete und Briefe noch flexibler empfangen

*Neu deponiert die Post auf Wunsch Pakete beim Hauseingang oder im Ablagefach.*

*Text: Manuela Hamadi*

Haben Sie eine Sendung verpasst und deshalb eine Abholungseinladung erhalten? Mit dem Code auf Ihrer Abholungseinladung bestimmen Sie online oder via Post-App, wie und wann die Sendung zu Ihnen kommt: Dabei können Sie zwischen verlängerter Abholfrist, zweiter Zustellung, Einmalvollmacht oder Weiterleiten wählen. Neu können Sie Ihr Paket ausserdem im Ablagekasten oder beim Hauseingang deponieren lassen. Wenn Ihnen eine zweite Zustellung frühmorgens oder tagsüber nicht passt, haben Sie neu die Möglichkeit, das Paket am Abend zu erhalten (17–20 Uhr). Auch bei einer Weiterleitung an eine andere Adresse ist neu die Zustellung am Abend möglich. Und Ihren einge-

schriebenen Brief können Sie sich ab sofort auch am Samstag überbringen lassen. Wenn Sie es wünschen, stellt die Post Ihr Paket sogar auf der Etage zu. Nützlich sind auch die neuen Info-Services. Damit werden Sie zirka 30 Minuten vor der Paketzustellung telefonisch benachrichtigt, oder Sie können für die zweite Zustellung bzw. Weiterleitung einen Kalendereintrag verlangen. Per SMS oder E-Mail erinnert Sie die Post an die ablaufende Abholfrist. ■



[www.post.ch/abholungseinladung](http://www.post.ch/abholungseinladung)

## Auf den Spuren von Susanne Ruoff



Photo Effected Julien Daulte

# Emotion ohne Klicks und Likes

«Wie jedes Jahr war die Post auch diesen August Partnerin des Filmfestivals Locarno (auf dem Bild Susanne Ruoff mit Adriano P. Vassalli, VR-Vizepräsident der Post). Kino im Zeitalter von DVDs, Youtube und Netflix? Gerade die unvergleichliche Atmosphäre auf der Piazza Grande macht den Unterschied zum Film zu Hause. Vor und nach dem Film führten wir mit unseren Gästen spannende Diskussionen. Die Möglichkeit, Entscheidungsträger in diesem schönen Rahmen zu treffen, ist eine grossartige Gelegenheit des Austausches. Es sind eben Emotionen, die wirken. Mit den modernsten Postautos wurden alle Gäste professionell transportiert und einmal mehr demonstrierten die schönen gelben Fahrzeuge unsere Leistungsfähigkeit. Nicht virtuell, sondern real. Erfahrbar! Das Kino lebt dank Emotionen, genauso wie der Brief oder die Postkarte. Das hindert das E-Mail, den Facebook-Post oder das Youtube-Video nicht daran, ebenfalls erfolgreich zu sein – aber bewegen sie uns auch gleich stark und nachhaltig?» ■

*Susanne Ruoff*

konzernleiterin@post.ch



[pww.post.ch/vision](http://pww.post.ch/vision)

Inserat

## Profitieren Sie von 30% Rabatt auf Ihrem Handy-Abo.

Exklusives Sunrise Angebot für Postmitarbeiter. Infos erhalten Sie im Intranet unter [pww.post.ch/sunrisepersonal](http://pww.post.ch/sunrisepersonal)

Jetzt in Ihrer Poststelle erhältlich!

**DIE POST** 



Das macht Sinn. **Sunrise**



# «Alte Autos sind die letzte analoge Hochburg»

Urs Paul Ramseier, Präsident des Swiss Car Register, über die neuen Sondermarken «Schweizer Automobile» und die Automobilgeschichte unseres Landes.

Interview: Lea Freiburghaus



**In der Pionierzeit des motorisierten Verkehrs war die Schweiz ein Land der Autobauer. Was geschah mit den rund 90 Schweizer Automobilfirmen?**

Sie sind alle eingegangen und verschwunden. Meist waren es nur kleine Betriebe, die nicht mehr als zwei bis drei Modelle angeboten haben. Weil die Nachfrage zu klein war, die Opposition in der Bevölkerung zu stark, die Produktion zu teuer und die Konkurrenz aus dem Ausland zu gross, blieb der wirtschaftliche Erfolg aus.

**Was ist auf den neuen Sondermarken der Post zu sehen?**

Vier Automobile, die alle zu hundert Prozent in der Schweiz produziert wurden.

**Warum wurden gerade diese vier Modelle verewigt?**

Martini (2) steht für das Ende des reinen Schweizer Automobilbaus. Pic-Pic (3) gilt als «Rolls Royce» der Schweizer Automarken. Tribelhorn (4) war ein Pionier auf dem Gebiet der Elektrofahrzeuge und Fischer (1) ist ein technisch besonders innovatives Fahrzeug.

**Werden in der Schweiz heute noch Autos gebaut?**

Nein, zumindest keine in Serie. Die Schweiz bleibt jedoch bis heute eine wichtige Zulieferantin – insbesondere für die deutsche Automobilindustrie. Individualisten wie der Schweizer Frank Rinderknecht (Rinspeed) überraschen die Fachwelt seit über 30 Jahren immer wieder mit selbstentwickelten und -produzierten Konzeptautos, die Anregungen für Autos der Zukunft liefern. Von den Pioniertagen des Schweizer Automobilbaus ist der Genfer Automobil-Salon geblieben, an dem sich seit 1905 jährlich die internationale Automobilindustrie trifft.

**Worin liegt die Faszination für alte Autos?**

Alte Autos sind die letzte analoge Hochburg in einer inzwischen stark digitalisierten Welt. Bei mir wecken sie Jugenderinnerungen, sprechen beim Fahren alle meine Sinne an und stehen mit ihrem eigenen und unterscheidbaren Design für die jeweilige Epoche. ■

**Tolle Preise zu gewinnen!**

Schicken Sie bis 15. September ein E-Mail an [stamps@post.ch](mailto:stamps@post.ch) mit Namen und Adresse plus Vermerk «Wettbewerb Automobile». Keine Barauszahlung der Preise.

**1. bis 5. Preis:** Büchlein «Schweizer Automobile» im Wert von 24 Franken  
**6. bis 10. Preis:** Markenbogen im Wert von 16 Franken  
**11. bis 20. Preis:** Markenbogen im Wert von 13.60 Franken  
**21. bis 30. Preis:** Ersttagsumschlag im Wert von 6.05 Franken



[www.swisscarregister.ch](http://www.swisscarregister.ch)

## Innovator Postspezialisten auf der Suche nach findigen Jungunternehmern

An den Pitching Days der Post präsentieren sich Start-ups. Sie alle möchten mit der Post zusammenarbeiten.

Diana Hausammann ist Innovationsverantwortliche von PostLogistics. Sie hat im Juni den Pitching Day organisiert. Dies ist für die Post ein ideales Format zum Kennenlernen von Start-ups: Eingeladen werden vielversprechende Start-ups, die in zehn Minuten ihre Geschäftsidee und die Möglichkeiten einer Zusammenarbeit präsentieren und sich anschliessend während 15 Minuten den Fragen der Anwesenden stellen. «Wir haben drei Start-ups aufgeboten, die wir interessant fanden. Auf diese Weise konnten unsere internen

Spezialisten schnell und effizient beurteilen, ob sich eine Zusammenarbeit für die Post lohnt», erklärt Diana Hausammann. «Es hat sich gelohnt: Mit einem Start-up im Bereich Kreislaufwirtschaft und Rücklogistik werden wir ein Kundenprojekt initiieren.» ■



Der Film dazu online:  
[www.post.ch/online-zeitung](http://www.post.ch/online-zeitung)



# Shoppen

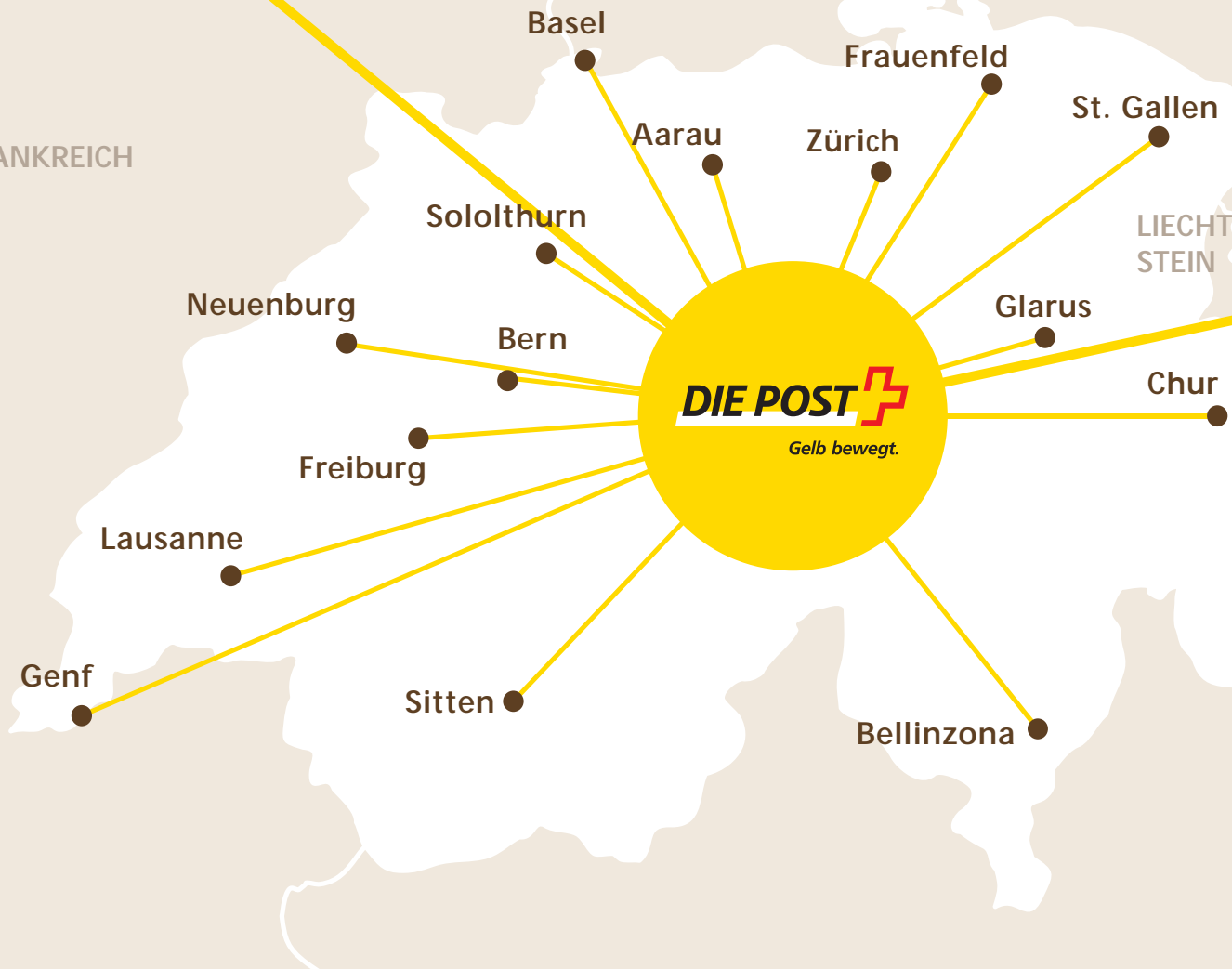
*Immer mehr Kunden verlangen nach individueller Trend- und Zusammenarbeit? Wir haben sechs*

*Texte: Sandra Gonseth / Fotos: Béatrice Devènes*



FRANKREICH

DEUTSCHLAND



# in Paris?

ellen Kundenlösungen. Wie verändert dieser Bereiche der Post dazu befragt.



Salzburg

ÖSTERREICH

ITALIEN

Praktisch, wenn die Stilettos mit einem Klick aus Paris bestellt und von PostLogistics nach Hause geliefert werden. Und verströmt das rosafarbene Seidenpapier, das die Schuhe sanft umwickelt, etwa noch einen Hauch von Chanel Nr. 5? Tatsache ist, dass Sarenza, der Betreiber des E-Schuhshops, den ganzen Onlinehandel von A bis Z der Post übergeben hat (siehe Seite 13).

### Sechs Entwicklungsschwerpunkte

Der digitale Lebensstil schafft neue Kundenbedürfnisse. Gerade durch den Boom im E-Commerce wächst der Logistikmarkt weiter. Aufgrund der Marktattraktivität entwickelt sich ein intensiver Wettbewerb, der international geprägt ist. Ob E-Commerce, Direct Marketing, Onlinebanking, E-Post, physisches und digitales Dokumentenmanagement oder Mobilitätslösungen: Die Post reagiert mit diesen sechs Entwicklungsschwerpunkten auf die veränderten Bedürfnisse der Kunden.

### Auswirkungen auf die Zusammenarbeit

Doch wie verändert das neue Kundenverhalten die Zusammenarbeit der Post mit ihren Kunden? «Wir müssen Trends früh erkennen und die Kundenbedürfnisse noch besser verstehen, damit wir kundennahe und marktspezifische Lösungen entwickeln können», erklärt Alexandre Sonigo, PostLogistics-Kundenberater für Sarenza. Es sei deshalb unumgänglich, sich ein Bild vor Ort zu machen. So spüre man auch die Mentalität und die kulturellen Unterschiede am besten. «Dann versuchen wir aus etwas Kompliziertem etwas Einfaches zu machen.» Dass die Post zurzeit als einzige Anbieterin über eine Komplettlösung für den gesamten Warenfluss verfüge, sei nur einer von vielen Trümpfen.

### Eine neue Dynamik

Auch die Bedürfnisse von langjährigen Postkunden wie der im Versandhandel tätigen Angela Bruderer AG (heuer 35 Jahre Zusammenarbeit) haben sich verändert. Vor zwei Jahren hat CEO Jochen Thomann in dieser Zeitung angetönt, dass sich bei der Post in Sachen Innovation etwas tue. Heute bestätigt er: «Bei der Post scheint tatsächlich eine neue Dynamik aufgekommen zu sein, sei es aufgrund des erkannten Marktpotenzials durch den florierenden Onlinehandel oder die wachsende Konkurrenz.»

Durch das neue Preismodell bei den Katalogen sei das Unternehmen flexibler geworden. «Heute bestimmt primär das aktuelle Sortiment die Anzahl der Katalogseiten und nicht mehr die Gewichtsgrenze», so Jochen Thomann. Dadurch könne auch mal eine Produktkategorie beworben werden, die früher über die Klinge springen musste. ■

## «Trends werden frühzeitig erkannt»



Martina Müggler, Leiterin Mobilitätsentwicklung, PostAuto.

### Setzt PostAuto eher auf standardisierte oder individuelle Lösungen?

Massgeschneiderte Lösungen für Fahrgäste in einem Massentransportmittel sind naturgemäss schwierig zu realisieren, aber dennoch ein Trend, der sich seit längerem abzeich-

net – hier versuchen wir mit personalisierbaren Zusatzleistungen (zum Beispiel durch ein persönliches Login auf den Onlinekanälen von PostAuto) anzusetzen. Gegenüber unseren Geschäftskunden sind individuelle Lösungen hingegen absolut zentral.

### Die Kundenwünsche sind also nicht immer miteinander kompatibel?

Nein, die Interessen und Bedürfnisse gehen je nach Kundensegment stark auseinander. So möchte ein Besteller einer Buslinie möglichst tiefe Kosten, wohingegen der Fahrgast an einem möglichst hohen Service- und Qualitätslevel interessiert ist.

### Wie kommt eine optimale Lösung zustande?

Wir versuchen, relevante Trends durch eine kontinuierliche Marktbeobachtung frühzeitig zu erkennen. Wo sinnvoll, binden wir die Kunden in die Entwicklung unserer Dienstleistungen ein. Ebenso nutzen wir das Mobilitätslabor Sitten, um zusammen mit unseren Partnern neue Innovationen zu entwickeln und diese in einer realen Umgebung zu testen. ■

### PostAuto innovativ

**DynPaper:** Mit Displays anstelle der traditionellen Fahrpläne an den Haltestellen können Echtzeitinformationen zum Busbetrieb dargestellt werden.

**PubliRide:** Als Ergänzung zum öffentlichen Verkehr und/oder zur Entlastung des Verkehrsaufkommens in Agglomerationen bietet PostAuto eine clevere Plattform zur Vermittlung von Fahrgemeinschaften an.



[www.publiride.ch](http://www.publiride.ch)  
[www.mobilitylab.ch](http://www.mobilitylab.ch)

## «Wir nehmen unsere Rolle als Türöffner sehr ernst»



Patrick Ugolini, Leiter Poststellengebiet Lyss, Poststellen und Verkauf.

### Welchen Stellenwert hat Poststellen und Verkauf bei den Kunden?

Wir werden immer eine wichtige Rolle im direkten Kundenkontakt spielen. Vor allem nehmen wir unsere Rolle als «Türöffner» sehr ernst. Bei uns soll der Kunde seine

Bedürfnisse deponieren dürfen, und wir versuchen immer, eine optimale Lösung zu finden.

### Was ist entscheidend für die Kundenbindung?

Ein wesentlicher Punkt ist sicher

die Qualität unserer Dienstleistungen. Dafür ist der Kunde auch bereit, etwas zu zahlen. Entscheidender finde ich jedoch die Kundennähe. Damit meine ich nicht nur den persönlichen Kontakt durch unsere Kundenbetreuer, sondern auch durch unsere Mitarbeitenden am Schalter und die Zusteller. Sie alle sind unsere Visitenkarte.

### Was erwartet der Kunde von heute?

Es ist wichtig, dass wir flexibel auf die Bedürfnisse unserer Kunden reagieren können. Diesbezüglich haben sich die Dienstleistungen und Instrumente in den letzten Jahren positiv entwickelt. Der Kunde erwartet eine rasche Erledigung seiner Anfragen. Und er ist oft beeindruckt, wie schnell wir reagieren und unkomplizierte Lösungen finden. ■

### Poststellen und Verkauf innovativ

Mit dem Onlinedienst «Frachtbrief erstellen» können Frachtdokumente (für alle Geschwindigkeiten) für Sendungen ins Ausland bis 30 Kilogramm bequem und einfach online zu Hause ausgefüllt werden. **SMS-Briefmarke:** A-Post-Briefe lassen sich einfach und überall mit dem Handy frankieren.



[www.post.ch/frachtbrief](http://www.post.ch/frachtbrief)  
[www.post.ch/smsbriefmarke](http://www.post.ch/smsbriefmarke)

# «Der Markt unserer Kunden verändert sich ständig»



Cyril Schneider, Projektleiter Kundenprojekte, PostLogistics Daillens.

Der Schuhhändler Sarenza hat den Onlinehandel von A bis Z der Post übergeben. Cyril Schneider, Projektleiter Kundenprojekte, erklärt, worauf es bei individuellen Kundenlösungen ankommt.

## Weshalb soll ein Unternehmen mit PostLogistics zusammenarbeiten?

Weil unsere globalen Lösungen genau auf die Bedürfnisse der Kunden zugeschnitten sind. Wir übernehmen zum Beispiel für den Online-Schuhhändler Sarenza vom Import bis zur Retourenverarbeitung die gesamte Warenkette (siehe unten). Dies generiert dem Kunden einen grossen Mehrwert, weil dadurch sein Geschäftsalltag vereinfacht wird. PostLogistics ermöglichen die speziellen Kundenlösungen neben einer guten Kundenbindung auch neue Ertragsmöglichkeiten.

## Geht es in Zukunft demnach weg von standardisierten Angeboten?

Der Verkauf von Standardleistungen bleibt zwar weiterhin wichtig, doch immer mehr Kunden verlangen nach individuellen Lösungen. Das Team Kunden- und Branchenprojekte, in dem ich arbeite, ist zuständig für die strate-

gische Branchenentwicklung von PostLogistics, und deshalb lancieren wir laufend neue, auf Kundenbedürfnissen basierende Angebote. Am wichtigsten ist, dass wir die Kundenbedürfnisse verstehen. Der Markt unserer Geschäftskunden verändert sich ständig, und die Logistik muss laufend angepasst werden.

## Welches sind denn die täglichen Knackpunkte?

Die unterschiedlichen Unternehmenskulturen sind eine stetige Herausforderung. Zudem ist im harten Konkurrenzkampf im Logistikmarkt Flexibilität gefragt. Wir müssen uns immer wieder fragen, wie wir uns von der Konkurrenz abheben können.

## Und, haben Sie ein Patentrezept?

Gefragt sind individuelle und komplexe Logistiklösungen. Zudem ist die Mehrsprachigkeit unserer Mitarbeitenden ein grosser Vorteil für die Kundenbindung. So haben wir die Möglichkeit, uns mit den Kunden von internationalen Firmen in ihrer Landessprache zu verständigen. Bei einem Besuch vor Ort können wir ihre Anforderungen und Prozesse noch besser verstehen. ■

## PostLogistics bringt die Stilettos aus Paris



Wenn Alexandre Sonigo in Paris ist, besteigt er nicht etwa den Eiffelturm oder schaut sich den Louvre an. Er ist dann beim französischen E-Commerce-Unternehmen Sarenza, das sich auf den Onlineverkauf von Schuhen und Accessoires spezialisiert hat – das grösste übrigens in Frankreich. «10-Stunden-Tage, die um 20 Uhr enden, sind in Paris die Regel», so Sonigo. Er ist Kundenberater bei PostLogistics in Genf, in deren Kundenportfolio sich viele ausländische Kunden befinden. «Eine Besonderheit unseres Standorts ist der enge Kontakt mit dem Ausland.»

### Gesamte Warenkette

Für Sarenza hat PostLogistics eine Full-Service-Lösung entwi-

ckelt, das heisst PostLogistics übernimmt für den französischen Onlinehändler die gesamte Warenkette vom Import der Ware, über deren Verteilung in der Schweiz inkl. der Retourenverarbeitung. «Es ist eine Kombination verschiedener Lösungen, die ein Gesamtpaket ergeben», erklärt Alexandre Sonigo. Dazu gehören auch die Verzollung und die Rückerstattung der Mehrwertsteuer für Retouren.

### Viel Verhandlungsgeschick

Man müsse in diesem Business auch immer die kulturellen Unterschiede berücksichtigen. So habe man durch viel Verhandlungsgeschick erreicht, dass der Schweizer Zoll das Paketzentrum Daillens sowohl als Absender als

auch als Empfänger anerkenne. Vorteil: Jetzt kann die Ware im Paketzentrum statt an der Grenze verzollt werden. «Der internationale E-Commerce-Markt hat sich bis jetzt nur wenig für die Schweiz interessiert», erklärt der Kundenberater. Für Alexandre Sonigo liegen die Gründe auf der Hand: umständliche Zollformalitäten sowie eine gewisse Hemmschwelle wegen der Schweizer Mehrsprachigkeit. Trotzdem gebe es immer mehr Akteure, die in der Schweiz aktiv werden wollen. «Nun liegt es an uns, ihnen ganzheitliche, effiziente und einfache Lösungen anzubieten.»



[www.sarenza.ch](http://www.sarenza.ch)

## «Oft sind die kleinen Finessen ausschlaggebend»



Damian Baer, Geschäftsführer, Swiss Post Solutions AG.

### Die Kundenerwartungen werden immer höher. Können sie mit neuer Technologie erfüllt werden?

Nein, sie können nicht nur mit Technologie erfüllt werden. Gefragt sind heute smarte Gesamtlösungen, bei denen die Kundenbe-

dürfnisse sowie die Unternehmensprozesse verstanden, analysiert und optimal in die Digitalisierungsprojekte eingebettet werden. Dies setzt voraus, dass die Kunden uns ihre Prozesse wie auch die Hintergründe dazu anvertrauen.

### Wie gewinnt SPS dieses Vertrauen?

Wir bieten ausschliesslich massgeschneiderte Lösungen an. Denn auch wenn sich die Prozesse beispielsweise bei Versicherungen oder Banken ähneln, so ist es doch wichtig, auf interne Gegebenheiten oder unternehmensspezifische Besonderheiten Rücksicht zu nehmen.

### Bleibt man damit konkurrenzfähig?

Ja, denn bei der Auftragsvergabe sind oft die kleinen Finessen ausschlaggebend. Wir entwickeln aber nicht nur massgeschneiderte Konzepte, sondern zeigen dem Kunden auch auf, wie er künftig noch schneller und effizienter werden kann. ■

### Swiss Post Solutions innovativ

SPS übernimmt für die Credit Suisse (CS) an den sieben wichtigsten Standorten der Grossbank die Bearbeitung der Ein- und Ausgangs- sowie der internen Post. Im Zentrum der neuen Lösung steht die automatische Sortierung auf den Anlagen im Briefzentrum Mülligen. Das Konzept wurde gemeinsam von PostMail und SPS zum Nutzen der CS entwickelt und erstmalig eingeführt. Dank dieser Innovation konnte die CS ihre Kosten im Mailroom massiv senken.



[www.swisspostsolutions.com](http://www.swisspostsolutions.com)

## «Unsere Kunden werden technologieaffiner»



Alessandro Di Leta, Leiter Marketing mittlere Unternehmen, PostFinance.

### Wie wichtig sind für PostFinance massgeschneiderte Kundenlösungen anzubieten?

Wir wollen unseren Kunden den Umgang mit Geld so einfach wie möglich machen. Deshalb suchen wir nach neuen benutzerfreundlichen Lösungen, die ein Bedürfnis

abdecken und gleichzeitig einer Vielzahl von Kunden zur Verfügung gestellt werden können.

### Welchen Einfluss hat dies auf die Zusammenarbeit mit den Kunden?

Weil wir vermehrt Lösungen entlang der Wertschöpfungskette

anbieten, müssen wir Know-how in Bereichen aufbauen, das bisher fürs klassische Finanzgeschäft nicht zwingend nötig war. Zudem werden unsere Kunden technologieaffiner. Neue Technologien und somit eine Vereinfachung des Zugangs sind auch bei Bankgeschäften gefordert.

### Wie verändert sich dadurch die Beziehung zu den Kunden?

Als Finanzdienstleister stehen wir mitten in der digitalen Transformation. Dadurch wird die Beziehung zu unseren Kunden vielschichtiger. Mit Innovationen verändern sich auch die Ansprechpartner – gerade bei Geschäftskunden: Zum Beispiel beim Produkt ProfitApp, einem digitalen Treueprogramm, sprechen wir vermehrt mit der Marketingabteilung von Unternehmen. ■

### PostFinance innovativ

Die Onlineplattform SmartBusiness bietet Kleinunternehmern die Möglichkeit, ihre Debitoren online zu verwalten. Von der Offerte über die Rechnungsstellung bis hin zur Kontrolle der offenen Debitoren. Der manuelle Aufwand für die Büroarbeit kann so deutlich reduziert werden, und die Unternehmer können sich auf das Kerngeschäft konzentrieren.



[www.smartbusiness.postfinance.ch](http://www.smartbusiness.postfinance.ch)

**Wie  
Gelb  
bist  
du?**

Die Antwort in 7 Rätself

# 1

## Was haben Frischlinge, alte Hasen und du gemeinsam?

- Ein dickes Fell
- Sind wetterfest
- Sind gemeinsam erfolgreich

# 4

## Was haben SAP-PI/PRO Inte- gratoren, EAI/EDI Managerinnen und du gemeinsam?

- Kauderwelsch und Mattenenglisch
- Nehmen Abkürzungen
- Die gleiche Plattform



6

## Was haben Automatik-Asse, Technik-Könige und du gemeinsam?

- Beste Karten
- Ein Pokerface
- Nutzen ihren Spielraum

# Lust auf's Ganze?

**Jetzt  
online  
gehen.**

[ich-bewege-gelb.ch](http://ich-bewege-gelb.ch)

# «Kunden schätzen langjährige, konstante Ansprechpartner»



Daniel Good, Senior Consultant bei Direct Marketing Services (DMS), PostMail.

Für Versandhäuser neue Kunden suchen? Daniel Good, Senior Consultant bei Direct Marketing Services (DMS), sagt, weshalb PostMail mit dieser innovativen Kundenlösung neue Wege geht.

## Welche Kundenlösungen sind momentan gefragt?

Indem wir vermehrt auch Teile der Geschäftsprozesse übernehmen, kann sich der Kunde auf seine eigentliche Kernkompetenzen fokussieren. Beim Angebot 360-Grad-Direct-Marketing erledigen wir für kleinere Kunden beispielsweise die Konzeption, Kreation und Produktion der Werbemittel und schlussendlich auch den Versand. Somit bedienen wir die ganze Direct-Marketing-Wertschöpfungskette. Bei der Kundenlösung LUZ (siehe unten) gehen wir sogar noch einen Schritt weiter und übernehmen einen Teil des wirtschaftlichen Risikos des Geschäftskunden.

## Was sicher ein hohes Marktverständnis voraussetzt?

Genau! Umso mehr, als sowohl die Lieferanten- wie auch die Kundenseite durch uns abgedeckt wird. Dazu kommt das herausfordernde Marktumfeld durch den Frankschock und die Tatsache, dass einige bei den Endkunden beliebte Anbieter wie Zalando sehr schnell grosse

Marktanteile zulasten der klassischen Versandhändler wie Ackermann und Quelle Versand gewinnen.

## Mit individuellen Lösungen bleibt man also konkurrenzfähig?

Ja, denn damit sind wir nicht über ein Produkt und dessen Preis vergleichbar und haben gegenüber unseren Mitbewerbern einen nicht zu unterschätzenden Wettbewerbsvorteil. Massgeschneiderte Lösungen ermöglichen es PostMail auch, auf höherer, meist strategischer Ebene mit dem Kunden zusammenzuarbeiten. Das stärkt die Kundenbindung enorm, und die Hürden für einen Anbieterwechsel steigen.

## Was ist denn entscheidend für eine starke Kundenbindung?

Neben dem Marktverständnis ganz klar die Qualität. Wenn wir als Qualitätsführer dem Kunden helfen, seine Ziele zu erreichen, sind wir fast unschlagbar. Wichtig ist auch die Kontinuität. Dies insbesondere bei der Kundenbetreuung. Kunden schätzen langjährige, konstante Ansprechpartner. ■



*Ermässigung für Postmitarbeitende bei Ackermann und Quelle Versand (siehe Flyer in der Beilage dieser Zeitung oder Intranet Post, Marktplatz)*

## Verkauft PostMail jetzt auch Blusen?



PostMail geht mit dem Projekt LUZ neue Wege. «Bei LUZ übernehmen wir zusätzlich eine wirtschaftliche Verantwortung, indem wir für die Versandhäuser Quelle und Ackermann neue Kunden gewinnen», erklärt Daniel Good, Projektverantwortlicher.

### Die Seite wechseln

Und so funktioniert es: Distanzhändler UNITO mit Sitz in Salzburg vertreibt für Quelle und Ackermann die Waren. Die Post übernimmt für UNITO die Verantwortung für die Gewinnung neuer Kunden. Dazu gewährt UNITO PostMail für Werbemass-

nahmen ein bestimmtes Budget. Mit dem Ziel, eine zuvor vereinbarte Anzahl neuer Kunden zu gewinnen. PostMail realisiert dafür in erster Linie PromoPost-Aktionen, adressierte Mailings, Inserate oder Plakate. «Konkret sind wir für die Herstellung und den Druck der Werbesendungen verantwortlich, mieten die nötigen Adressen und stellen die Sendungen zu», bringt es Daniel Good auf den Punkt.

### Einfach für den Kunden

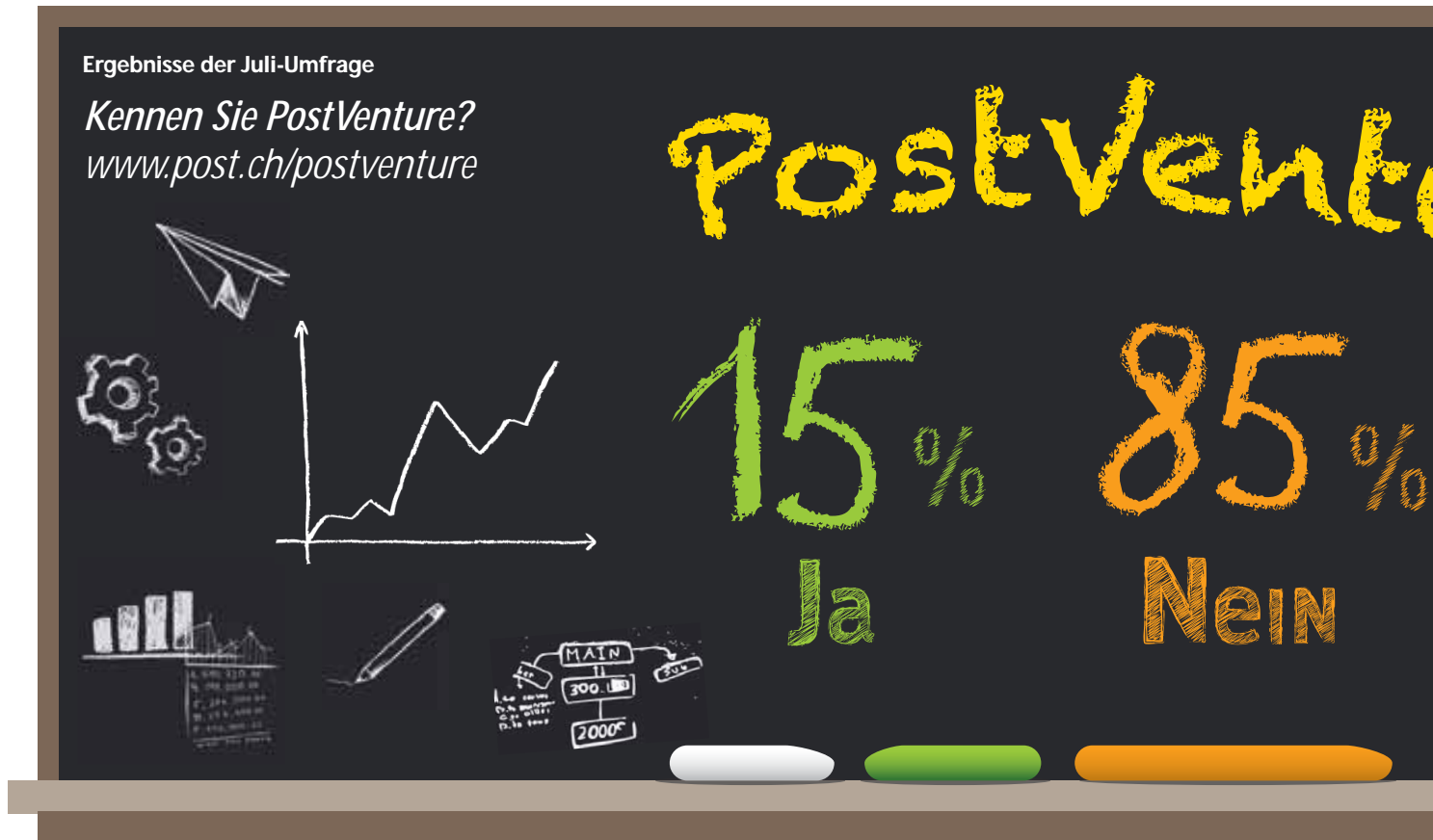
Zu diesem Zweck besuchte der Kundenberater öfter die Stadt der Mozartkugeln und sprach mit

UNITO die Massnahmen ab: «Wir legten gemeinsam quantitative Ziele fest.» So muss PostMail für Quelle und Ackermann 30 000 bis 35 000 Kunden gewinnen, die einen festgelegten Umsatz erzielen. Ein realistisches Ziel? «Wegen des schwierigen Marktumfelds müssen wir nun eine Extrameile gehen, damit die Rückstände aus dem ersten Halbjahr aufgeholt werden können.» Doch Daniel Good bleibt optimistisch: «Diese Kundenlösung besticht durch ihre Einfachheit für den Kunden, denn der ganze Ablauf wird von uns komplett im Hintergrund gemanagt.»

# «Bei PostVenture15 können alle mitm

Viele Mitarbeitende haben noch nie vom Programm PostVenture gehört. Valerie Riedo, Trainee im Bereich Entwicklung

Interview: Claudia Iraoui / Foto: Severin Nowacki



Valerie Riedo, Trainee im Bereich Entwicklung und Innovation.

## 85 Prozent der Befragten kennen PostVenture nicht. Worum geht es?

PostVenture ist eine innovationsfördernde Massnahme auf Ebene Konzern, mit der die Post nach neuen Geschäftsideen sucht und die 2012 zum ersten Mal durchgeführt wurde. Der Fokus liegt auf Geschäftsideen in den sechs Entwicklungsschwerpunkten der Post: E-Commerce, E-Post, Direct Marketing, Mobilitätslösungen, Dokumentenmanagement und Mobile / E-Banking. Wir suchen sowohl innerhalb unseres Unternehmens als auch ausserhalb nach Ideen.

## Wie werden die Ideen gesammelt?

Ab 24. August können Postmitarbeitende ihre Geschäftsideen während sechs Wochen im Rahmen der Ideenkampagne PostVenture15 vorstellen. Eine Beschreibung mit 300

Wörtern reicht aus. Alternativ können Ideen auch per E-Mail an [postventure@post.ch](mailto:postventure@post.ch) gesendet werden. Eine Jury ermittelt die 30 besten internen Ideen, die dann gemeinsam mit Experten in einem Intensivworkshop weiterentwickelt werden. Unser Ziel ist es, den Erfolg von PostVenture12 zu wiederholen und über 100 Ideenvorschläge zu erhalten. Für externe Teilnehmende arbeiten wir mit unserem Partner *venturelab* des Instituts für Jungunternehmen zusammen. So erhalten wir Zugang zu den Ideen von Jungunternehmern. Davon wählen wir die besten aus, die zusammen mit den besten Ideen der Mitarbeitenden einer aus internen und externen Experten bestehenden Jury vorgestellt werden. Die Jury bestimmt dann, welche Ideen in die nächste Phase der Ausarbeitung gelangen.

# achen»

und Innovation, erklärt uns, wie PostVenture15 funktioniert.



**Warum das stufenweise Vorgehen?**  
Wir wollen mit PostVenture15 nicht nur die Profis ansprechen, sondern alle, die eine gute Geschäftsidee haben und bereit sind, sich dafür einzusetzen. Für die Teilnahme sind daher keine besonderen Kenntnisse der Geschäftsentwicklung notwendig. Das stufenweise Vorgehen ermöglicht es, die Geschäftsideen zusammen mit Experten schrittweise zu entwickeln.

**Warum sieht die Post ein so grosses Potenzial bei den Mitarbeitenden?**  
Die Mitarbeitenden der Post sind

eine wahre Goldgrube an Wissen. Aus diesem Grund ist es wichtig, den Mitarbeitenden eine Plattform zu bieten, auf der sie ihre innovativen Ideen einfach einreichen können, und sie bei der Weiterentwicklung dieser Ideen zu unterstützen.

#### Reicht Postidea denn nicht aus?

PostVenture15 ist eine besondere, breit angelegte, zeitlich begrenzte Massnahme mit dem Ziel, viele gute Geschäftsideen zu finden. Zudem hat PostVenture15 eine visionärere Ausrichtung und zielt auf langfristige Veränderungen. Deshalb ist

das Programm auf die sechs Entwicklungsschwerpunkte fokussiert. Das Ideenmanagementtool Postidea dagegen bietet Postmitarbeitende jederzeit die Möglichkeit, Ideen innerhalb oder ausserhalb ihres Arbeitsbereichs einzureichen.

#### Warum sollte ein Mitarbeiter bei PostVenture15 mitmachen?

PostVenture15 ist eine tolle Gelegenheit, auf einfache Art und Weise etwas zu bewegen. Es gibt viele Gründe, die für eine Teilnahme sprechen: Die Mitarbeitenden mit guten Geschäftsideen können ihre Fähigkeiten dank der Zusammenarbeit mit Experten weiterentwickeln, sie nehmen während der Arbeitszeit an diversen Anlässen teil, erhalten eine finanzielle Unterstützung für ihre Idee und eine Weiterbildung plus Zertifikat der ETH Zürich. Zudem ist ihnen auch ein gewisses Mass an Aufmerksamkeit des Topkaders sicher. Nicht zu vergessen die Bildungsreise in ein internationales Innovationszentrum, die es zu gewinnen gibt.

#### Wie sieht das Profil des idealen PostVenture-Kandidaten aus?

Es können alle mitmachen, die eine gute Geschäftsidee haben. Die Teil-

nahme ist einfach, auch für Mitarbeitende ohne Internetzugang. Eine einfache Methode, genannt CO-STAR\*, hilft bei der Strukturierung der Idee: Die Punkte, in denen Kunde, Marktchance und Lösung beschrieben werden, sind Pflichtfelder, die restlichen drei optional. Überzeugt diese Kurzbeschreibung die Jury, kann man auf die Unterstützung der Experten zählen. Sicher braucht es aber auch eine gehörige Portion persönlichen Einsatzes. ■

\* Customer (Kunde), Opportunity (Marktchance), Solution (Lösung), Team, Advantage (Vorteil), Results (Ergebnisse)

#### In neuem Kleid

Seit Ende Juli hat der CO-STAR Creator, der auch für PostVenture zum Einsatz kommt, ein neues und benutzerfreundliches Design und enthält zusätzliche Funktionen. Der CO-STAR Creator ist ein webbasiertes Tool zur Strukturierung von Geschäftsideen. Es unterstützt Sie mit illustrativen Zeichentrickfilmen, wertvollen Tipps sowie leicht verständlichen Umsetzungsbeispielen beim Entwickeln Ihrer Ideen. [post.innotools.com](http://post.innotools.com)

#### PostVenture15

Mitarbeitende der Post können ab sofort bis zum 27. September 2015 ihre Idee einreichen. Ideen, die die erste Selektion erfolgreich durchlaufen, erhalten Unterstützung und werden anschliessend gezielt weiter ausgearbeitet und in erste Prototypen umgesetzt. Der Gewinner des internen Wettbewerbs wird an einem Anlass im Dezember prämiert. In der zweiten Phase reichern die internen und externen Teilnehmenden die vielversprechendsten Geschäftsideen mit postspezifischem Know-how an. Die Phase 2 endet für die Teilnehmenden mit der Präsentation ihres Antrags vor einer Jury, die über das weitere Vorgehen entscheidet.

Intranet: [www.post.ch/postventure](http://www.post.ch/postventure)  
Kontakt: [postventure@post.ch](mailto:postventure@post.ch)

#### Frage des Monats

**Parlamentswahlen 2015:**

**Wählen Sie brieflich oder an der Urne?**



Schreiben Sie uns Ihre Meinung online:  
[www.post.ch/personalzeitung](http://www.post.ch/personalzeitung)

oder schriftlich an: Die Schweizerische Post AG, Redaktion  
«Die Post» (K11), Wankdorfallee 4, 3030 Bern

## Selfie des Monats



«Im dritten und letzten Lehrjahr bei PostFinance erhalte ich einen Einblick in die Kundenberatung. In der Filiale Köniz profitiere ich von der Erfahrung der Mitarbeitenden und geniesse ein angenehmes Arbeitsklima. Auch mit der Poststelle, die im selben Gebäude stationiert ist, arbeiten wir Hand in Hand.»

**Angela Kunz** (18 Jahre),  
Kauffrau Branche Bank im 3. Lehrjahr



### Läufe: gratis für Mitarbeitende



#### Murtenlauf vom 4. Oktober 2015

Anmeldeschluss: 27. August 2015

- |   |         |           |
|---|---------|-----------|
| <input type="checkbox"/> Running                | 17,7 km | Laufzeit: |
| <input type="checkbox"/> Running                | 8,68 km | Laufzeit: |
| <input type="checkbox"/> Nordic Walking/Walking | 11 km   |           |
| <input type="checkbox"/> Nordic Walking/Walking | 6,9 km  |           |

#### Hallwilerseelauf vom 10. Oktober 2015

Anmeldeschluss: 30. August 2015

- |  |         |           |
|--|---------|-----------|
| <input type="checkbox"/> Halbmarathon      | 21,1 km | Laufzeit: |
| <input type="checkbox"/> 10-Kilometer-Lauf |         | Laufzeit: |
| <input type="checkbox"/> Kurzlauf          | 6,9 km  |           |
| <input type="checkbox"/> Erlebnislauf      | 21,1 km |           |
| <input type="checkbox"/> Nordic Walking    | 21,1 km |           |
| <input type="checkbox"/> Nordic Walking    | 11 km   |           |
| <input type="checkbox"/> Nordic Walking    | 6,9 km  |           |

Shirtgrösse (XS, S, M, L, XL, XXL):

#### Glerner Stadtlauf vom 24. Oktober 2015

Anmeldeschluss: 9. September 2015

- |   |        |           |
|---|--------|-----------|
| <input type="checkbox"/> Running Damen  | 4720 m | Laufzeit: |
| <input type="checkbox"/> Running Herren | 7865 m | Laufzeit: |

#### Lausanne Marathon vom 25. Oktober 2015

Anmeldeschluss: 9. September 2015

- |   |       |           |
|---|-------|-----------|
| <input type="checkbox"/> Running Marathon     |       | Laufzeit: |
| <input type="checkbox"/> Running Halbmarathon |       | Laufzeit: |
| <input type="checkbox"/> Running              | 10 km |           |
| <input type="checkbox"/> Nordic Walking       | 10 km |           |
| <input type="checkbox"/> Walking              | 10 km |           |

#### Swiss City Marathon vom 25. Oktober 2015

Anmeldeschluss: 9. September 2015

- |   |          |           |
|---|----------|-----------|
| <input type="checkbox"/> Running Marathon     |          | Laufzeit: |
| <input type="checkbox"/> Running Halbmarathon |          | Laufzeit: |
| <input type="checkbox"/> Running              | 5 Meilen | Laufzeit: |
| <input type="checkbox"/> Mit Medaille         |          |           |

Der Post liegt viel an der Gesundheit ihrer Mitarbeitenden. Mit den Anmeldetalons in der Personalzeitung können Sie sich auch weiterhin kostenlos für Laufveranstaltungen anmelden.

Name: \_\_\_\_\_

Vorname: \_\_\_\_\_

Personalnr.: \_\_\_\_\_

Jahrgang: \_\_\_\_\_

E-Mail: \_\_\_\_\_

Strasse, Nr.: \_\_\_\_\_

Ort: \_\_\_\_\_

Datum: \_\_\_\_\_

Unterschrift: \_\_\_\_\_

Talon einsenden an:

Die Schweizerische Post AG,  
Laufsport K22,  
Wankdorfallee 4, 3030 Bern

Hinweis:

Sie können sich auch direkt im Intranet anmelden unter: Marktplatz > Tickets und Veranstaltungen.

**Achtung:** Falls Sie sich schon angemeldet haben, können wir Ihnen aus administrativen Gründen das Startgeld nicht zurückerstatten.

Alle Unterlagen erhalten Sie vom Veranstalter. Wer sich anmeldet, verpflichtet sich, am Lauf teilzunehmen. Bei Nichtteilnahme wird das Startgeld in Rechnung gestellt.

### Agenda

28.8.–1.9.2015

OBA, St. Gallen  
[www.oba-sg.ch](http://www.oba-sg.ch)

29.8.–13.9.2015

DAS ZELT, Chapiteau  
PostFinance, Interlaken  
[www.daszelt.ch](http://www.daszelt.ch)

4.–8.9.2015

Berner Ausbildungsmesse  
[www.bam.ch](http://www.bam.ch)  
✓ Eintritt für Jugendliche bis 16 Jahre kostenlos, Erwachsene 10 Franken

8. und 17.9.2015

Besichtigung Briefzentrum Zürich-Mülligen  
Anmelden via LMS

8.–13.9.2015

Aargauische Berufsschau,  
Wettingen  
[www.ab15.ch](http://www.ab15.ch)

10.–12.9.2015

Berufsmesse  
Schaffhausen  
[www.berufsmesse-sh.ch](http://www.berufsmesse-sh.ch)

11./12.9.2015

Jungfrau-Marathon  
[www.jungfrau-marathon.ch](http://www.jungfrau-marathon.ch)

12.–21.9.2015

Comptoir Suisse,  
Lausanne  
[www.comptoir.ch](http://www.comptoir.ch)

15./25.9.2015

Besichtigung Briefzentrum Härkingen  
Anmeldung via LMS

17.–19.9.2015

Thurgauer Berufsmesse,  
Weinfelden  
[www.berufsmesse-thurgau.ch](http://www.berufsmesse-thurgau.ch)

18.–24.9.2015

DAS ZELT, Chapiteau  
PostFinance, Wettingen  
[www.daszelt.ch](http://www.daszelt.ch)

19.9.2015

Greifenseelauf  
[www.greifenseelauf.ch](http://www.greifenseelauf.ch)

24.9.2015

Netzwerke MOVE & MOSAICO & RAINBOW  
Musée Olympique, Lausanne  
Anmeldung via LMS

25.9.–4.10.2015

Züspa, Zürich  
[www.zuespa.ch](http://www.zuespa.ch)

1.10.–7.10.2015

DAS ZELT, Chapiteau  
PostFinance, Langenthal  
[www.daszelt.ch](http://www.daszelt.ch)

4.10.2015

Murtenlauf  
[www.morat-tribourg.ch](http://www.morat-tribourg.ch)  
Anmeldung Intranet/Talon

10.10.2015

Hallwilerseelauf  
[www.hallwilerseelauf.ch](http://www.hallwilerseelauf.ch)  
Anmeldung Intranet/Talon

17.10.2015

Squash-Postturnier,  
Kehrsatz BE  
Anmeldung bis 6.10.2015 unter [www.postactivity.ch](http://www.postactivity.ch)

22.10. und 12.11.2015

Workshop Nachhaltigkeit  
Anmeldung via LMS

24.10.2015

Herbsttournee Schweizer Jugend-Sinfonie-Orchester, Bern  
[www.sjso.ch](http://www.sjso.ch)

24.10.2015

Glerner Stadtlauf  
[www.glerner-stadtlauf.ch](http://www.glerner-stadtlauf.ch)  
Anmeldung Intranet/Talon

25.10.2015

Swiss City Marathon  
[www.swisscitymarathon.ch](http://www.swisscitymarathon.ch)  
Anmeldung Intranet/Talon

25.10.2015

Lausanne Marathon  
[www.lausanne-marathon.com](http://www.lausanne-marathon.com)  
Anmeldung Intranet/Talon

# Bezahlen mit dem Handy

*TWINT macht das Smartphone zum Portemonnaie. Die App steht jetzt zum Download bereit.*

*Text: Sarah Nünlist*



TWINT ist gestartet: Seit Anfang August steht die Payment- und Shopping App der PostFinance-Tochter zum Download bereit. TWINT macht das bargeldlose Einkaufen mit dem Smartphone in der realen Welt möglich. Aktuell kann damit in ausgewählten Läden in Zürich und Bern bezahlt werden, sechs weitere Städte und erste Onlineshops kommen in den nächsten Wochen hinzu. Neben dem EspacePost wird TWINT zudem in weiteren Personalrestaurants von SV eingeführt. Im Oktober findet schliesslich das grosse Rollout in der gesamten Schweiz statt.

## So funktioniert

1. Die TWINT-App auf dem iPhone oder auf Android installieren. 2. Guthaben laden. Das kann über viele Wege geschehen, eine Kreditkarte ist dazu nicht nötig. 3. An der Kasse bezahlen. Dazu muss die App geöffnet und das Smartphone an den TWINT-Beacon gehalten werden. ■



Mehr Infos gibts auf [www.twint.ch](http://www.twint.ch) oder im Video via QR-Code.



49 Likes  
Man nehme:  
ein gutes Auge,  
eine Handvoll  
Fingerspitzengefühl,  
eine Prise Präzision,  
eine Portion  
Selbstvertrauen und  
beladen ist der Lkw.  
#swisspost  
#combi  
#strasse  
#schiene

## Instagram

Gabi und ihr Team der Hoflogistik nahmen uns im August mit auf die Spätschicht im Paketzentrum Härkingen.



Möchten auch Sie Ihre Arbeit auf Instagram zeigen? Dann schreiben Sie ein E-Mail an [socialmedia@post.ch](mailto:socialmedia@post.ch)



## #tütatoo singen und gewinnen

Tü-Ta-Too. Jedes Kind kennt den Dreiklang des Posthorns. Aber wie tönt er aus Ihrem Mund? Singen oder vertonen Sie die berühmten drei Töne und posten Sie Ihr Video mit dem Hashtag #tütatoo auf Instagram. Zu gewinnen gibt es eine eintägige Extrafahrt im Postauto für Sie und Ihre Freunde. Teilnahmebedingungen via QR-Code.



## Post-App: Standortsuche mit Augmented Reality

Dank einer neuen Funktion der Post-App können die nächste Poststelle, der nächste Briefeinwurf und alle anderen Standorte der Post jetzt ganz leicht mit einem Blick durch die Handycamera gefunden werden. Einfach Kamerasymbol auswählen, das Smartphone in die verschiedenen Himmelsrichtungen drehen und schon werden die Standorte mit Augmented Reality angezeigt. Praktisch für alle, die schlecht im Kartenlesen sind.



Facebook

[facebook.com/swisspost](http://facebook.com/swisspost)



Twitter

[twitter.com/postschweiz](http://twitter.com/postschweiz)



Instagram

[instagram.com/swisspost](http://instagram.com/swisspost)



YouTube

[youtube.com/swisspost](http://youtube.com/swisspost)



Weitere

[post.ch/socialmedia](http://post.ch/socialmedia)

# «Jeder trägt sein eigenes Päckli mit sich»

Mit dem Album «Pöstler» will der Luzerner Rapper EffE, mit bürgerlichem Namen Rafael Graf (28), nicht nur seine Arbeitskollegen, sondern die ganze Schweiz überzeugen.

Text: Simone Hubacher / Fotos: Fabian Biasio



Stolzer EffE: Das Pöstler-Cover hat er selber kreiert.

Ob er bei der Arbeit singe? Rafael Graf alias EffE lacht: «Natürlich! Wenn ich alleine im Auto bin, dann singe ich immer!» Graf ist seit 2,5 Jahren PostLogistics-Angestellter in Rothenburg (LU) – der gelbe Lieferwagen sein zweites Zuhause. Er hört Musik, vorzugsweise Rap – auch den Berner Sänger/Komiker Müslüm – und übt im Auto auch seine eigenen Songs. «Auf jeder Tour kriege ich neue Eindrücke von den Menschen, von ihrem Leben, von der Schweiz. So ist schon manche Textzeile, gar mancher Song, entstanden», sagt EffE.

Am 28. August erscheint nun das Album mit dem Namen «Pöstler». Ein Song daraus heisst «Wine Pöstler». Darin finden sich die Mundartzeilen «Ha nie dänkt, dass i Pöstler werde» und «Chasch nie wösse, wis mol chund im Läbe. Jede do treit sis eige Päckli mit sich.» In seinen Songs vermischen sich Wahrheit und Fiktion. Fakt ist aber, dass er als Päckli-Pöstler in die unterschiedlichsten Dörfer oder Stadtteile kommt und den verschiedensten Menschen gegenübersteht. «Genau diese Begegnungen sind es, die mich zu neuen Songs inspirieren.»

## Schönes und Unschönes

«Darin verarbeite ich sowohl Erfreuliches wie auch weniger Schönes. Es ist die ungeschminkte Wahrheit hinter den Haustüren, der du begegnest», sagt Pöstler Rafael Graf. Toll sei etwa, wenn ein Paar in ein Haus ziehe, die Frau dann plötzlich schwanger sei und wenige Monate später den Säugling im Arm halte. Unschönes sehe man auch, etwa

## Steckbrief

Rafael Graf alias EffE (28) wohnt mit seiner Partnerin und seiner Tochter (4) in Luzern. Wenn er nicht singt, dann isst er gerne etwas Feines.

«wenn ein streitendes Paar die Tür öffnet und die Frau sogar ein blaues Auge hat.»

Wer denkt, seine Songs beziehungsweise sein neues Album würden in kurzer Zeit entstehen, täuscht sich. Fast drei Jahre hat er daran gearbeitet. «Auch die Band ist neu und mit neun Mitgliedern recht gross», so Graf, der bald auf Tournee geht. Leslie Philbert, eine frühere Voice-of-Switzerland-Teilnehmerin, ist mit ihrer fantastischen Stimme ebenfalls Teil der neuen Band.

## Pöschler, Papi und Rapper

Für den PostLogistics-Angestellten beginnt der Arbeitstag in Rothenburg (LU) um 4 Uhr in der Früh, ab 5 Uhr ist Graf unterwegs im Einzugsgebiet. Seine Lieblingsroute führt ihn im Schnitt einmal pro Monat via Lungern über den Brünigpass nach Hasliberg (BE).

Nachmittags betreut der junge Familienvater seine knapp vierjährige Tochter, geniesst die Stunden mit ihr. «Ins Tonstudio nehme ich sie nicht mit, auch nicht an Konzerte. Aber sie weiss, dass ihr Papa gern singt und für Auftritte und Videos auch in andere Rollen schlüpft.» Vor allem das Verkleiden finde sie super.

«Ab 18 Uhr bin ich Rapper, übe im Tonstudio oder treffe mich mit Kollegen, um irgendetwas Anstehendes zu erledigen, etwa das Cover der neuesten CD zu gestalten.»

«Pöstler» ist nicht EffEs erstes Werk: Man kennt ihn seit den zwei erfolgreichen Alben mit seiner Crew «Uslender Production». Damit schaffte er es 2012 in die Top 5 der Charts – und seine Single «Du bisch Willkomme» wurde 2015 sogar zum Best Swiss Video Clip gekürt. ■

## Album günstiger erwerben

Alle Postmitarbeitenden können Rafaels Album «Pöstler» zu speziellen Konditionen per SMS erwerben. Senden Sie ein SMS mit «igroove post» an die Nummer 900 (12 statt 14 Franken).



[www.stargarage.ch](http://www.stargarage.ch)





*«Genau diese  
Begegnungen  
sind es, die mich  
inspirieren.»*



Schülerinnen und Schüler von Palézieux-Village mit der PostAuto-Broschüre.



Hände hoch! Der Mediator versetzt die Kinder spielerisch und mit Humor in verschiedene Situationen.



## Mein Postauto, die Schule und ich

*Der Unterricht hat nach den Sommerferien wieder begonnen und mit ihm auch die Schülertransporte von PostAuto. Reportage aus Palézieux-Village und Oron über die Arbeit eines Mediators für Schülerverkehr.*

*Text: Annick Chevillat / Fotos: Sedrik Nemeth*

«Das Postauto gehört euch nicht. Deshalb dürft ihr es auch nicht vollkritzeln!» Nicolas Ferrero, PostAuto-Fahrer und Schulbus-Mediator, ist bestimmt, lustig, neckt die Schülerinnen und Schüler und wird sowohl von den grösseren als auch den kleinen respektiert. Der Humor und die Fähigkeit, sein Auftreten dem Alter der Schüler anzupassen, sind seine Stärken.

### **Auf die Schwächsten achten**

Den Kleinen vermittelt er die Verhaltensregeln spielerisch, mit Rollenspielen und viel Sanftmut. Er setzt sich mit ihnen auf den Boden, um ein Puzzle zu legen. Je mehr Teile sich ineinanderfügen, desto deutlicher erscheint eine Szene, auf die die Kinder reagieren: «Das darf man nicht! Wenn ein kleineres Kind in den Bus einsteigt, muss ich ihm helfen», ruft ein Mäd-

chen und beweist damit, dass es die Botschaft, immer auf die Schwächsten zu achten, verinnerlicht hat.

### **Lachen ja, schubsen nein**

Jugendlichen ruft Nicolas Ferrero die Regeln mit Autorität in Erinnerung: «Mini-Trottis klappt ihr zusammen, bevor ihr ins Postauto einsteigt! Dem Fahrer sagt ihr Guten Tag und ignoriert ihn nicht einfach!» Er weist die Widerspenstigsten zurecht und fordert sie auf, sich an den Rollenspielen zu beteiligen. «Aus dem Weg! Ups!» sagt Nicolas Ferrero zu einer Gruppe Jugendlicher, die wie in einem Postauto dasitzen. Der Mediator hat zwei Jungen geschubst, die darauf wie Dominosteine auf die Kameraden vor ihnen gefallen sind. Es gibt lautes Gelächter angesichts der komischen Situa-



Nicolas Ferrero legt mit den Kindern ein Puzzle. Es zeigt Szenen, die sich in einem Postauto abspielen können. So kommt er mit den Kindern leicht ins Gespräch.



Nicolas Ferrero zusammen mit einer Klasse aus Oron.

tion. «Deshalb dulden wir kein Gerangel im Schulbus. Selbstverständlich dürft ihr reden, lachen, singen, aber nicht schubsen. Und was macht ihr im Schulbus mit euren Taschen? Und wozu dient die rote Linie am Boden vor der Schule?» Die Jugendlichen lachen, machen Witze, provozieren den Mediator, aber sie kennen die Regeln des Schülertransports, reizen sie auch aus, befolgen sie aber in den allermeisten Fällen. Nach dem Unterricht warten sie hinter der roten Linie auf den Bus und nehmen ihre Taschen auf die Knie, sobald sie sich gesetzt und sogar angegurtet haben. Die Stimmung ist gelöst und fröhlich.

#### Besser vorbeugen als bestrafen

Nicolas Ferrero wird auf einmal sehr ernst: «Wenn ich einen erwische, der mit einem Messer einen Sitz aufschlitzt, bekommt er ein echtes Problem mit mir!» Stille. Die Jugendlichen sind beeindruckt. Der Mediator hat sein Ziel erreicht. Nun kann er die Präventions- und Sicherheitsregeln vermitteln.

«Die Fälle von Vandalismus und unangemessenem Verhalten gehen zurück, wenn ein Mediator in einer Schule war, in der es Probleme

gab», freut sich Célia Cressier, Leiterin Schülertransporte bei PostAuto in Yverdon-les-Bains. Mireille Bucher, Rektorin des Gymnasiums Palézieux-Village und Zuständige für den Schülertransport, bestätigt: «Die Mediationsinstrumente von PostAuto sind unverzichtbar und dem Alter der Kinder angepasst. Der Besuch eines Mediators in der Klasse wirkt ausserdem in vielen Situationen beruhigend. Wenn die Schülerinnen und Schüler entspannt in die Schule fahren können, sind sie auch im Unterricht ruhiger.»

«Das ist die Botschaft, die wir vermitteln möchten: Es hängt sowohl vom Fahrpersonal als auch von den Schülern ab, ob die Fahrt zur Schule sicher verläuft», ergänzt Célia Cressier. Problemfälle – physische Angriffe auf das Fahrpersonal oder aufgeschnittene Sitze – werden auf dem Rechtsweg behandelt, mit einer Strafanzeige und einer Vorladung der Eltern. Zum Glück sind solche Fälle selten. Dies ist sicher auch das Verdienst der vier in der ganzen Schweiz tätigen Mediatoren der Fachstelle Schülerverkehr. Sie besuchen jährlich rund 200 Klassen mit 5000 Schülerinnen und Schülern zwischen 4 und 16 Jahren. ■

#### Die Fachstelle soll wachsen

Die Fachstelle Schülerverkehr wurde am 1. Januar 2014 gegründet, um das Marktpotenzial der Schülertransporte auszuschöpfen. Mediatoren sind seit rund zehn Jahren an Schulen im Einsatz. Seit August 2014 verfügen sie über verschiedene, dem jeweiligen Alter angepasste didaktische Hilfsmittel in den drei Landessprachen. Ihre Dienstleistungen bieten sie im ganzen Land an. Die Fachstelle Schülerverkehr beantwortet gerne Ihre Anfragen: [mediateur@postauto.ch](mailto:mediateur@postauto.ch)



[www.postauto.ch/schuelertransport](http://www.postauto.ch/schuelertransport)  
[www.postauto.ch/sensibus](http://www.postauto.ch/sensibus)  
 Hier kann die Gratis-App SensiGame heruntergeladen werden, mit der man sich in einen Postautofahrer hineinversetzen kann:  
[www.postauto.ch/sensigame](http://www.postauto.ch/sensigame)

## Promis über die Post

**Kariem Hussein**

Leichtathlet



Illustration:  
Jennifer Santschy

*Der Europameister über 400 Meter Hürden will am 3. September am Letzigrund-Meeting (Zürich) Gas geben.*

**Wann haben Sie Ihre letzte Postkarte / Ihren letzten Brief verschickt?**

Meine letzte Postkarte habe ich im Februar aus dem Trainingslager in Südafrika verschickt.

**Kennen Sie Ihren Briefträger mit Namen?**

Nein, kenne ich nicht.

**Wie häufig trifft man Sie am Postschalter?**

Sehr selten.

**Zahlen Sie Ihre Rechnungen elektronisch oder mit dem gelben Büchlein?**

Elektronisch.

**Welches ist Ihr Lieblingspostprodukt?**

Die Briefmarke.

**Die schönste Strecke mit dem Postauto?**

Ich denke dabei an eine Busfahrt im Graubünden in die Berge.

**Gelb wie ...**

... die Post. ■

Inserat

PostFinance & Gadget präsentieren:

# KODALINE

## LIVE 2015

**SAMSTAG, 5. SEPTEMBER 2015**  
**DAS ZELT - Chapiteau PostFinance**  
**HÖHEMATTE, INTERLAKEN**

TICKETS: [STARTICKET.CH](http://STARTICKET.CH) / [TICKETCORNER.CH](http://TICKETCORNER.CH)

ALBUM  
COMING UP  
FOR AIR  
OUT NOW!

PostFinance **DAS ZELT**  
Chapiteau PostFinance **gadget**

**Impressum**

Herausgeberin

Die Schweizerische Post AG  
Kommunikation, Wankdorffallee 4  
3030 Bern

E-Mail: [redaktion@post.ch](mailto:redaktion@post.ch)  
[www.post.ch/online-zeitung](http://www.post.ch/online-zeitung)

**Redaktion**

Annick Chevillot, Chefredaktorin  
Lea Freiburghaus  
Sandra Gonseth  
Simone Hubacher  
Claudia Iraoui  
Catherine Riva  
Sara Baraldi

**Übersetzung und Korrektorat**  
Sprachdienst Post, Diana Guido

**Layout**

Branders Group AG, Zürich

**Anzeigen**

Annoncen-Agentur Biel AG  
E-Mail: [anzeigen@gassmann.ch](mailto:anzeigen@gassmann.ch)  
Tel. 032 344 83 44

**Druck**

Mittelland Zeitungsdruck AG, Aarau

**Titelbild**

Fabian Biasio

Nachdruck mit schriftlicher

Einwilligung der Redaktion gestattet.

**Abos/Adressänderungen**

*Aktivpersonal:* Intranet (HR-Portal /  
Persönliche Daten) oder beim zustän-  
digen Servicecenter Personal (gemäss  
Lohnabrechnung) oder unter [scp@post.ch](mailto:scp@post.ch)

**Rentenbezüger:**

Schriftlich an Pensionskasse Post,  
Adressierwesen, Postfach 528,  
3000 Bern 25

**Andere Abonnenten:**

E-Mail: [abo@post.ch](mailto:abo@post.ch)  
Tel. 058 338 20 61

Abopreis: 24 Franken pro Jahr

**Wichtige Adressen**

Sozialberatung: 058 448 09 09,  
[sozialberatung@post.ch](mailto:sozialberatung@post.ch)  
Arbeitsmarktzentrum Post (AMZ):  
058 667 78 30  
Personalfonds: 058 338 97 21,  
[www.pfp-ferienwohnungen.ch](http://www.pfp-ferienwohnungen.ch)



**RECYCLED**  
Papier aus  
Recyclingmaterial  
**FSC® C005019**



## «Rufen Sie für Ihren Mann an?»

*Marianne Wenger war 1986 die erste Postautofahrerin im Kanton Bern. Anfang August ist sie in den Ruhestand getreten.*

*Text: Simone Hubacher / Foto: François Wavre*

**Wie wurden Sie 1986 erste Postautofahrerin im Kanton Bern?**

Ich hatte mich aus grossem Interesse an Motoren – zwischen 18 und 30 fuhr ich Töff – auf diese Stelle in der Region Thun beworben. Zuerst fragte mein Gegenüber am Telefon, ob ich eigentlich für meinen Mann anrufe. Doch schliesslich bekam ich die Stelle, trotz 22 männlicher Mitbewerber.

**Was waren unvergessliche Erlebnisse in all Ihren Berufsjahren?**

Da gab es einige. Ziemlich zu Beginn machte ein Mann beim Einsteigen kehrt – mit der Begründung, er liesse sich nicht von einer Frau chauffieren. Später wurde er trotzdem zu meinem Stammgast. Einmal verirrte sich eine Biene im Postauto, da fragte mich ein Kind, ob diese auch ein Ticket lösen müsse. Und ein anderes Mal fragte mich eine Frau, ob

sie in Gerzensee das Schiff nehmen könne. In diesem Naturschutzgebiet verkehren gar keine Schiffe, nicht mal Gummiboote.

**Welches war Ihre Lieblingsstrecke?**

Über zehn Jahre bin ich von Belp über den Belpberg nach Gerzensee, Kirchdorf und retour via Münsingen gefahren. Diese schöne, wenig befahrene Strecke ist mir sehr ans Herz gewachsen, und ich habe dort im Winter immer gerne als Erste mit dem Postauto Spuren im Schnee gezogen.

**Wie sehen Ihre Pläne nach der Pensionierung aus?**

Als Aushilfe sitze ich nach wie vor ab und zu am Steuer des Postautos – so schnell kann ich nicht loslassen. Und ich habe mehr Zeit für mein Pferd Oman und meine Hobbys E-Biken, Bahn- und Busfahren. ■

**Treue zur Post****45** Jahre**Post Immobilien Management und Services AG**

Tam Attilio, Maloja

**PostMail**

Arregger Franz-Josef, Hochdorf  
 Brand Kurt, Turbenthal  
 Bruggmann Rudolf,  
 Zürich-Mülligen  
 Corminboeuf Jean-Bernard, Carouge  
 Gwerder Felix, Luzern  
 Koch Otto, Kriens  
 Kopp Klaus, Olten  
 Schrackmann Alois, Giswil  
 Simmen Ernst, Andermatt

**PostLogistics**

Bachmann Martin, Härkingen  
 Koch Erwin, Basel

**Poststellen und Verkauf**

Amstutz Nikolaus, Bern  
 Arnold Josef, Altdorf UR  
 Gauch Rosmarie, Tafers  
 Liechti Urs, Bern  
 Stäuble Edith, Meilen  
 Tam Attilio, Maloja

**40** Jahre**Informationstechnologie**

Riesbacher Josef, Zürich

**Personal**

Cornu Daniel, Vevey  
 Simon René, Ostermundigen

**PostMail**

Amstutz Kurt, Thun  
 Barmaz Luc, Sion  
 Berset Jean-Noël, Epagny  
 Blanc Michel, Eclépens  
 Blanchut Reynald, Conthey  
 Bühlmann Bruno, Hochdorf  
 Burri Walter, Sempach Station  
 Corminboeuf Patrick, Cologny  
 Demierre Christian, Chêne-Bourg  
 Frei Markus, Rapperswil  
 Hämmerli Leonhard, Zürich-Mülligen  
 Hayoz Claude, Grolley  
 Jaquier Martial, Meyrin  
 Jaquillard André-Philippe,  
 Château d'Oex  
 Mayer Othmar, Adliswil  
 Mohler Heinz, Bubendorf  
 Mottaz Christian, Lausanne  
 Neuhaus Jean-Claude, Bern  
 Pellet Patrick, Bern  
 Schaller Werner, Lyss  
 Stocker Anton, Olten  
 Volpi Moreno, Lugano  
 Vuagniaux André, Eclépens

**PostLogistics**

Favre-Bulle Patrice, Boudry  
 Grolimund Jean-Pierre, Delémont  
 Mahnig Johann, Genève  
 Piquerez Jean-Marie, Delémont  
 Rolli Heinz, Basel

**Poststellen und Verkauf**

Aubry Jacques, Saingelégier  
 Burch Peter, Bättwil-Flüh  
 Eyholzer Hubert, Brig  
 Luminati Giuliana, Chur  
 Mäder Dominique, Bern  
 Matter Anita, Zürich  
 Mattmann Urs, Weggis  
 Monney Rose-Marie, Fribourg  
 Pachoud Pierre, Yverdon-les-Bains  
 Parra Bruna, Gland  
 Theler Linus, Mörel

Treichler Silvia, Richterswil  
 Voutaz Gérald, Villeneuve VD

**PostAuto**

Nicole Jean-Pierre, Sion  
 Rubin Christoph, Bern

**Wir gratulieren****100** Jahre

Blattner-Fischer Max,  
 Zofingen (13.09.)  
 Gorin-Dufaux Albert,  
 Lausanne (14.09.)

**95** Jahre

Frei Paul, Nuglar (21.09.)

**90** Jahre

Aellen Heinrich, Schönried (28.09.)  
 Bellwald Paul, Glis (07.09.)  
 Burger Henri, Carouge (06.09.)  
 Diezig Caesar, Bellwald (07.09.)  
 Gunz Candid, Zug (18.09.)  
 Killer Walter, Endingen (11.09.)  
 Marville Joseph, Lausanne (03.09.)  
 Möckli Aline, Bern (25.09.)  
 Regenass Raymond, Renens (27.09.)  
 Reinmann Alfons, Genève (07.09.)  
 Riedi Giachen, Disentis/Mustér  
 (17.09.)  
 Salzmann Paul, Niederscherli (06.09.)  
 Schneebeli Adolf, Zürich (27.09.)  
 Urech Hans, Urdorf (25.09.)  
 Zogg David, Alvaneu Bad (17.09.)

**85** Jahre

Blaettler Ernst, Kehrsiten (21.09.)  
 Bösch Jakob, Wattwil (15.09.)  
 Bracher Heidi, St. Ursen (26.09.)  
 Brönnimann Werner, Bern (08.09.)  
 Camenzind Marzell, Oberrieden  
 (18.09.)  
 Défago Robert, Troistorrents (02.09.)  
 Eicher Bruno, Bilten (17.09.)  
 Fischli Johann, Grenchen (28.09.)  
 Gilgen Margarethe, Rubigen (15.09.)  
 Grischott Alba, Celerina (14.09.)  
 Guillet Robert Cesar, Genève (08.09.)  
 Heer Margrit, Zug (09.09.)  
 Jeandupeux Pierre, Les Breuleux  
 (03.09.)  
 Küttel Gertrud, Basel (12.09.)  
 Künzle Annelisa, Wangen SZ (09.09.)  
 Milliet Ursula, Biel/Bienne (26.09.)  
 Passini Camillo, S. Carlo (Poschiavo)  
 (15.09.)  
 Planzer Hans, Luzern (23.09.)  
 Quadri Noemi, Origlio (26.09.)  
 Raess Robert, Gümmenen (30.09.)  
 Reichmuth Anton, Erlenbach ZH  
 (21.09.)  
 Reymond Bluette, Lausanne (05.09.)  
 Richard Fredy, Bassins (03.09.)  
 Riedener Kurt, St. Gallen (30.09.)  
 Roth Willi, St. Gallen (04.09.)  
 Rutz Lydia, Ebnat-Kappel (02.09.)  
 Schwaller Rosmarie, Leuzigen (28.09.)  
 Schwitzguébel Jean-Paul, Epalinges  
 (08.09.)  
 Seydoux Denise, Bossonnens (12.09.)  
 Sollberger Martha, Zürich (03.09.)  
 Staubli Gertrud, Muri AG (09.09.)  
 Steiner Georg, Wattwil (13.09.)  
 Sterren Hans, Eischoll (20.09.)  
 Sudry Paul, Bern (02.09.)  
 Theiler Alois, Luzern (10.09.)  
 Trezzini Ferruccio, Grono (08.09.)  
 Vuadens Jean, Clarens (03.09.)  
 Weber Jolanda, Bern (14.09.)

**Ruhestand****Post Immobilien Management und Services AG**

Lüthi Margrit, Andelfingen

**Finanzen und Konzerneinkauf**

Brianzoli Helene, Bern

**Personal**

Schneider Martin, Zürich

**PostMail**

Augsburger Gilbert, Lausanne  
 Baumann Rita, Kriens  
 Baumann Rosmarie, Hinwil  
 Baumberger Evelyne, Härkingen  
 Bigler Fritz, Oberdiessbach  
 Bissig Jakob, Altdorf  
 Bittel René, Ostermundigen  
 Boll Enrico, Buchs ZH  
 Cox Rosy, Fully  
 De Maria Claudio, Lugano

De Matos Maria Celeste,  
 Zürich-Mülligen  
 Delay Reynald, Bevaix  
 Fischer Pierre-André, La Neuveville  
 Flury Philippe, Delémont  
 Gantenbein Max, Wil SG  
 Giroud René-Paul, Conthey  
 Habegger Andreas, Gümligen  
 Hänggeli Beat, Zürich-Mülligen  
 Hennequin Mady, Tramelan  
 Hofstetter Jakob, Nesslau  
 Lazaar Ali, Härkingen  
 Léguillon-Bell Jacqueline,  
 Chêne-Bourg  
 Lehmann Anton, Uetendorf  
 Margan Ilonka, Härkingen  
 Merz Hugo, Delémont  
 Morales Geldes Maria Cristina,  
 Zürich-Mülligen  
 Mouron Dany, Eclépens  
 Osterwalder Olga, Bubendorf

Reist Sanenka, Zürich  
 Ryyf Rolf, Basel  
 Sallin Maurice, Neuchâtel  
 Selmoni Giacomo, Lugano  
 Vogel Andreas, Stein AG  
 Weibel Bruno, Chur  
 Widmer Fritz, Härkingen  
 Wüthrich Esther, Laupen BE

**PostLogistics**

Baumann Ernst, Bern  
 Baumann Markus, Hinwil  
 Cereghetti Peter, Basel  
 Curdy Alain, Daillens  
 Fässler Bernhard, Effretikon  
 Martinenghi-Gurtner Eliane,  
 Cadenazzo  
 Peter Rudolf, Frauenfeld  
 Porcile Vincenzo, Urdorf  
 Reinhard Anton, Härkingen  
 Spreiter Christian, Hinwil

**Poststellen und Verkauf**

Bretscher Brigitta, Felben-Wellhausen  
 Bugnon Thérèse, Cugy FR  
 Buri Christina, Liestal  
 Charpi Jacqueline, Malleray  
 Croci Piergiorgio, Mendrisio  
 Fischer Roland, St. Gallen  
 Gauch Rosmarie, Tafers  
 Gerber Marianne, Kollbrunn  
 Häfeli Sylvia, Luzern  
 Kaufmann Dora, Thun  
 Lecomte Lucette, La Neuveville  
 Ryser Albert, Bern  
 Scaffidi Erika, Bern  
 Schrago Cendrine, Fribourg  
 Suter Claudine, Luzern  
 Widmer Regina, Felben-Wellhausen  
 Wittwer Katharina, Bern

Wegmüller Armand, Münchenbuchsee (08.09.)  
Wenger Ulrich, Diesse (25.09.)  
Wirth Eduard, Zürich (12.09.)

## 80 Jahre

Aegerter-Zemp Jakob, Schangnau (10.09.)  
Aymon Maurice, Ayent (22.09.)  
Baumberger Theodor, Winterthur (07.09.)  
Berger Maria Anna, Suhr (11.09.)  
Bircher Lilly, Längenbühl (18.09.)  
Bourqui Georgette, Versoix (05.09.)  
Brander Paul, Sirnach (10.09.)  
Brasey Michel, Charmey (Gruyère) (09.09.)  
Burkard Inge, Spiegel b. Bern (17.09.)  
Cavelti Anton, Untersiggenthal (30.09.)  
Corthay René, Epalinges (07.09.)  
De La Fuente Mercedes, Spanien (24.09.)  
Delalay Marie-M., St-Léonard (24.09.)  
Della Badia Lucia, Nyon (11.09.)  
Diethelm Hilda, Ittigen (19.09.)  
Droux Bernadette, Puplinge (06.09.)  
Eberhard Alex, Küssnacht ZH (25.09.)  
Ecoffey Gilbert, Corin-de-la-Crête (19.09.)  
Felder Marie-Thérèse, Bassecourt (29.09.)  
Fischer Ernst, Meisterschwanden (01.09.)  
Franz-Nobs Alfred, Siselen (30.09.)  
Furlanetto Suzanne, Luzern (11.09.)  
Graber Rosmarie, Horgen (09.09.)  
Groux Robert, St-Légier-La Chiésaz (19.09.)  
Keller Walter, Zürich (07.09.)  
Kirchhoff Gunter Horst, Kradolf (02.09.)

Kissling Lukas, Wangen b. Olten (14.09.)  
Köhli-Messlerli Hansruedi, Wiggiswil (29.09.)  
Kunfermann Hans, Andeer (09.09.)  
Lieberherr Jeannette, Biel/Bienne (09.09.)  
Lofink Rosmarie, Winterthur (14.09.)  
Meier Hellmut, Neuenhof (29.09.)  
Meregalli Felice, Viganello (08.09.)  
Merkli Helmut, Wettingen (06.09.)  
Messerli Hedi, Kehrsatz (13.09.)  
Oppliger Christian, Zollikofen (17.09.)  
Sarina Marina, Giubiasco (25.09.)  
Scandella Egidio, Locarno (24.09.)  
Schneider Paul, Geroldswil (17.09.)  
Schoch Willi, Hundwil (08.09.)  
Schönbächler Erich, Einsiedeln (06.09.)  
Senn Bernard, Le Locle (04.09.)  
Spinas Alfons, Splügen (23.09.)  
Troillet Raymond, Lourtier (28.09.)  
Udriot Eliane, Loutier (14.09.)  
Venzin Marcel, Rümlang (15.09.)  
Véya Jeanne, Bassecourt (23.09.)  
Vogt Heinz, Schaffhausen (09.09.)  
Zurita-Chavero Rafaël, Genève (01.09.)

## 75 Jahre

Bender Rachel, Pully (07.09.)  
Brehm-Fässler Peter, Beinwil am See (13.09.)  
Brunner Alfons, Laupersdorf (27.09.)  
Burri Markus, Reinach BL (02.09.)  
Camarca Giuseppe, Pambio-Noranco (04.09.)  
Cambianica Giuliano, Contra (15.09.)  
Cantelmi Paravano Fernanda, Italien (15.09.)  
Cavadini Pierantonio, Pregassona (10.09.)

Chassot Hubert, Biel/Bienne (12.09.)  
Dayer-Dayer Georges, Hérémence (18.09.)  
Dosch Anton, Zürich (22.09.)  
Ebner Madeleine, Sion (24.09.)  
Egger Nicole Rose, Le Locle (10.09.)  
Ender-Müller Rosmarie, Eschlikon TG (19.09.)  
Fassbind Marta, Rigi Kaltbad (18.09.)  
Gaetanino Mario, Meyrin (15.09.)  
Giger-Hug Ursula, Niederurnen (07.09.)  
Girard Paul, Liefrens (25.09.)  
Gisi Agnes, Dottikon (12.09.)  
Hämmerli Lina, Schlatt b. Winterthur (10.09.)  
Jaquemet Roland, Genève (25.09.)  
Kobel-Réaume Walter, Montreux (09.09.)  
Koch Sylvia, Fahrweid (05.09.)  
Lemmenmeier René, Dottikon (05.09.)  
Lengacher-Bader Rudolf, Schelten (20.09.)  
Lerch Hans-Rudolf, Genève (09.09.)  
Lüthi Walter, Le Lieu (03.09.)  
Marini Guido, Cimadera (12.09.)  
Marti Enrique, Basel (14.09.)  
Mastantuono-Iorillo Mafalda, Nyon (20.09.)  
Meier-Wey Josefine, Büttikon AG (21.09.)  
Moser-Gerber Käthi, Rubigen (20.09.)  
Mouter Albert, Basse-Nendaz (10.09.)  
Nani Silvia, Mesocco (11.09.)  
Othmer Erna, Kriens (24.09.)  
Peng Arthur, Schluen (06.09.)  
Richina Vittorino, Medeglia (25.09.)  
Riz Heinrich, Sta. Maria Val Müstair (13.09.)  
Röthlisberger Fredy, Ittigen (25.09.)  
Schuhmacher Hans, Ostermundigen (30.09.)  
Schwaar Fritz, Steffisburg (19.09.)  
Schwerzmann Hans, Zug (24.09.)

Steiner-Lysser Oskar, Tüscherz-Alfermée (16.09.)  
Stoffel-Venetz Alberta, Saas-Grund (19.09.)  
Stoll-Juen Walter, Oberengstringen (07.09.)  
Straessle Maria Louisa, Wittenbach (15.09.)  
Stuber-Jäggi Hedwig, Lohn-Ammannsegg (20.09.)  
Volken Hannelore, Glis (29.09.)  
Weidmann Johann, Zürich (11.09.)  
Wildhaber-Giacometti Josef, Flums (30.09.)  
Wytttenbach Hans, Homberg b. Thun (25.09.)  
Zeder Anton, Reinach BL (26.09.)  
Ziegler Jeannette, Geroldswil (28.09.)  
Zwimpfer Marianne, Luzern (18.09.)

### Wir suchen Sie!

Feiern Sie dieses Jahr den 75., 80., 85., 90., 95. oder 100. Geburtstag? Werden Sie heuer pensioniert oder haben Sie ein Dienstjubiläum (40 Jahre, 45 Jahre)? Und hätten Sie Lust, wie Marianne Wenger (S. 25) ein Kurzinterview mit Bild zu geben und das professionelle Porträtbild anschliessend geschenkt zu bekommen? Dann suchen wir Sie! Bitte melden Sie sich mit Angabe zum Jubiläum (was, wann) per E-Mail unter [redaktion@post.ch](mailto:redaktion@post.ch) und/oder per Brief an:

### Post CH AG

Kommunikation K11, Redaktion, Wankdorfallée 4, 3030 Bern

### Wir trauern

#### PostFinance

Balmer Hans-Rudolf, Bern  
Bertossa Maya Margrith, Bern  
Böhlen Georg, Münchenstein  
Calvetti Dominik, Bern

#### PostAuto

Hofmann Gottfried, Basel  
Keller Edwin, Endingen  
Tischhauser Fritz, Vaduz

#### SecurePost

Roveri Francesco, Balerna

#### Swiss Post Solutions

Leeger Irma, Glattbrugg  
Schüpbach Katharina, Bern

#### Aktive

#### PostMail

Nuhija Marionna, Domat/Ems, geb. 1964

#### PostLogistics

Walker Waldemar, Härkingen, geb. 1958

#### Pensionierte

Aeby Jean-Michel, Villiers (1934)  
Andrey Franz, Bern (1929)  
Baertschi Margaretha, Selzach (1913)  
Beutler Fritz, Worb (1926)  
Bretscher Walter, Dorf (1946)  
Brügger Rémy, Yverdon-les-Bains (1953)  
Burri Karl, Luzern (1933)  
Cottet Adelaide, Les Monts-de-Corsier (1927)  
Dapor Paolo, Wetzikon ZH (1969)

Devaud Michel, Epalinges (1948)  
Dürrenberger Werner, Anwil (1932)  
Eichenberger Max, Brugg AG (1928)  
Fazan Sylviane, Spanien (1942)  
Fluehmann Maria, Merenschwand (1929)  
Fluehmann Simone, Aclens (1925)  
Freimann Walter, Hünenberg (1925)  
Gisiger Hugo, Grenchen (1925)  
Graber Werner, Basel (1929)  
Grütter Andreas, Derendingen (1946)  
Häring Johann, Giebenach (1930)  
Henrioud Edmond, Carouge (1925)  
Hertig Jean-Marc, Chavannes-près-Renens (1947)  
Hiltbrunner Hans, Bottenwil (1942)  
Huber Franz, Kriens (1946)  
Imhof-Küenzi Jacqueline, Allschwil (1961)  
Kaech Walter, Ebikon (1931)  
Kleiner Emil, Biel/Bienne (1936)

Krayer Werner, Therwil (1935)  
Liaudat Betty, Marin-Epagnier (1928)  
Lörch Hansruedi, Reussbühl (1946)  
Mehr Josef, Willisau (1948)  
Moine Joseph, Bressaucourt (1940)  
Moser Hanspeter, Rheinfelden (1949)  
Nufer Walter, Zürich (1939)  
Pally Julius, Chur (1920)  
Pfister Edith, Wald ZH (1931)  
Racioppi Antonio, Le Lignon (1943)  
Reynaud Yves Louis, Genève (1934)  
Roth Josef, Schongau (1941)  
Schmidt Amandus, Ulrichen (1936)  
Staepli Rudolf, Port (1925)  
Stirnemann Hans Werner, Cham (1950)  
Treppe Julia, Malans GR (1925)  
Viquerat Jean-Pierre, Begnins (1943)  
Walther Hedwig, Frauenfeld (1935)  
Wenger Erich, Itingen (1966)



### **Einfach mit System** Die neue Vision der Post

#### **Mein Beitrag zur Vision**

«Bewerberinnen und Bewerber sind auch Kunden der Post. In meinem Team setzen wir uns dafür ein, dass wir das Kundenversprechen «Einfach mit System» auch gegenüber den Stellensuchenden halten. Aktuell optimieren wir den Ausschreibungsprozess, damit offene Stellen auf den richtigen Kanälen zielgruppengerecht ausgeschrieben werden. Zudem gestalten wir die Onlinebewerbung komplett neu, damit interessierte Personen ihre Dokumente einfach einreichen können. Wir entwickeln die Rekrutierung kontinuierlich weiter. So wird die Vision bereits im Bewerbungsprozess für zukünftige Mitarbeitende erlebbar.»

#### **Judith von Moos**

Leiterin Rekrutierung, Personal, Bern

[www.post.ch/vision](http://www.post.ch/vision)