

die Post

3 | 2017

Für unsere Mitarbeitenden

www.post.ch/online-zeitung

P.P.
3030 Bern
Post CH AG



**Halten Sie bei
der Lektüre dieser
Ausgabe Ihr Smartphone
bereit, sie ist angereichert
mit digitalen Inhalten!**

Ergebnis 2016

Der Kunde steht noch mehr im Fokus

Schwerpunkt – ab Seite 10

DIE POST



Digitale Inhalte

Das Papier ist tot! Die Printprodukte verschwinden! Alle Zeitungen werden zu E-Papers! Diese Prophezeiungen könnten schon bald wahr werden. Will man mit seiner Zeit, dem 21. Jahrhundert gehen, geht nichts über viele «E»: E-Paper, E-Mail, E-Bay, E-Learning.

Der Markt fordert immer mehr Digitalisierung. Und das nicht von ungefähr: Die Gesellschaft ist hypervernetzt und hebt kaum ein Auge von all ihren Bildschirmen. Auch die Post muss mit der Zeit gehen und investieren, um innovative Angebote zu entwickeln und so ihren Umsatz zu steigern (siehe Schwerpunkt zum Konzernergebnis ab Seite 10). Die analoge Welt ist aber noch nicht am Ende. Als CDs und MP3-Player aufkamen, wurden die Schallplatten totgesagt. Heute erleben sie ein Revival. Dasselbe gilt für Papier, solange es mit digitalen Inhalten angereichert wird. Scannen Sie in dieser Ausgabe mit Ihrem Smartphone und der Post-App alle Augen-Icons, die Sie entdecken. Sie werden sehen: Auch Papier kann E-kompatibel sein.

Annick Chevillot, Chefredaktorin

Schwerpunkt 10 Ergebnis 2016

Alex Glanzmann,
Finanzchef der Post,
kommentiert das
Ergebnis 2016.



Aktuell

5 Interaktive Briefmarke

Die neuen Briefmarken mit Tierbabysujetts warten mit einer Überraschung auf. Scannen Sie die Briefmarke auf Seite 5 mit dem Smartphone und entdecken Sie eine spannende Geschichte.

8 Schäfchen zählen?

Wie viele Schäfchen ist Ihnen Ihr Schlaf wert? Falls Sie zu viele Schafe zählen müssen, bevor Sie einschlafen, schauen Sie sich die Ratschläge auf Seite 8 an.

Dialog

18 Strategie

Die neue Corporate-Responsability-Strategie ist ehrgeizig. Eine Zusammenfassung in vier Punkten.



Aktuell

4 Werbung

Entdecken Sie die neue Positionierungskampagne für Privatkunden.



Feedback!

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



www.post.ch/feedback-personalzeitung

Einkäufe im Kofferraum

Wer auf LeShop.ch einkauft, kann sich seine Einkäufe vom Pöstler direkt in seinen parkierten Volvo liefern lassen.

Text: Claudia Traoui

Besitzen Sie einen Volvo? In diesem Fall könnte sich Ihr Auto in einen Einkaufswagen verwandeln – dank «In-car Delivery», einer neuen Dienstleistung von PostLogistics, LeShop.ch und Volvo. Die Waren, die online auf LeShop.ch gekauft wurden, können seit 1. März nicht nur nach Hause oder an eine Abholstelle zugestellt werden, sondern auch direkt in Ihren Kofferraum.

Digitaler Schlüssel, vernetztes Auto

«Die Zusammenarbeit mit LeShop.ch und Volvo ist der Grundstein für eine neue Zustellform mit einem mobilen Lieferort im öffentlichen Raum», erklärt Dieter Bambauer, Leiter PostLogistics. In-car Delivery funktioniert mit einem digitalen Schlüssel, der einen einmaligen Zugang zum Fahrzeug ermöglicht. Nutzer registrieren sich für In-car-Delivery, bestellen ihre Waren bei LeShop.ch und wählen am Ende ihren Volvo als Lieferort. Der Postbote ortet das Auto durch Geolokalisation, öffnet den Kofferraum mithilfe des digitalen Einmalschlüssels und liefert die Bestellung. Danach erhält der Kunde eine Benachrichtigung, und die Gültigkeit des digitalen Schlüssels verfällt. Lanciert hat Volvo die Technologie, die die Kofferraumzustellung ermöglicht, 2015 in Schweden. Nun wird In-car Delivery zum ersten Mal ausserhalb Skandinaviens kommerziell angeboten. Die neue Empfangsmöglichkeit ist ab sofort in Zürich, Bern, Genf und Lausanne verfügbar.

Ideale Ergänzung

Die Post legt einen strategischen Schwerpunkt auf den E-Commerce. Gemäss den Daten des Verbands des Schweizerischen Versandhandels VSV ist der Schweizer Onlinehandel 2016 um 8 Prozent gewachsen und verzeichnet mittlerweile einen Umsatz von über 8 Milliarden Franken. Komfort und Personalisierung bilden dabei Schlüsselemente. Dies bestätigt auch Dieter Bambauer: «Die Kunden möchten immer stärker selbst bestimmen, wo und wann sie ihre Lieferung erhalten.» Deshalb hat die Post eine Reihe von Lieferdienstleistungen für einen komfortablen Sendungsempfang eingeführt, z. B. die Abend-, Samstags- oder Sonntagszustellung, die individuelle Sendungssteuerung oder die My Post 24-Automaten. «Die Zustellung ins Auto ergänzt diese Dienstleistungen auf ideale Weise. Gegenwärtig sind drei Partner ins Projekt involviert. Ist es erfolgreich, kann In-car Delivery jedoch mit anderen Partnern erweitert werden», ist Dieter Bambauer überzeugt. ■



Meine Post? Meine Post!

Die Post hat diese Woche ihre neue Positionierungskampagne für Privatkunden lanciert. Im Fokus stehen die vielfältigen

Text: Lea Freiburghaus



 Die TV-Spots online:

Nach dem Ausgang noch rasch ein Paket abholen? Kein Problem – die My Post 24-Automaten der Post machen es möglich. Dies ist nur eines von vielen Beispielen, wie sich das Erledigen von Postgeschäften heute bequem in unseren Alltag integrieren lässt.

Näher am Leben

Mit ihren vielfältigen Zugangsmöglichkeiten ist die Post heute näher an den Bedürfnissen der Menschen denn je – und damit auch näher am Leben ihrer Kundinnen und Kunden. Genau diese Botschaft will die neue Positionierungskampagne transportieren: Dazu werden Menschen jeden Alters mit ihren ganz eigenen Tagesabläufen und Bedürfnissen porträtiert – und immer wird aufgezeigt, wie die Post ihnen mit individuellen Dienstleistungen ihr Leben vereinfacht. Die Kampagne leitet sich ab aus dem neuen Markenerlebnis «Meine Post setzt alles in Bewegung, um mein Leben einfacher zu machen – wann, wo und wie es mir passt.»

Sie lässt uns spüren: Die Post ist «Meine Post», weil sie zu mir und meinem Lebensstil passt.

In drei Wellen

Die Kampagne läuft dieses Jahr in drei Wellen. Sie stützt sich einerseits auf emotionale Fernsehspots und lustige Onlinekurzfilme, andererseits auf Plakate. Dabei werden alle Kanäle crossmedial kombiniert und mit PR- und Social-Media-Massnahmen ergänzt. Und wie sieht die Post von Robert, Valerie und Philippe aus? Die Antwort dazu von Roger Renfer, Leiter Marketing-Kommunikation Konzern Post: «Die Plakatsujets zeigen Alltagssituationen aus dem Leben unserer Kunden. Es gibt Sujets zu den Zielgruppen Jugend, Golden Agers und Familien. Damit beweisen wir die Nähe der Post mit den vielen neuen Zugangsmöglichkeiten.» ■



www.meinepost.ch

Zugangsmöglichkeiten der Post.



«Meine Post» auf Instagram

Ab Anfang März zeigt die Post auf ihrem Instagram-Profil Elemente aus der Positionierungskampagne. Einerseits porträtiert sie verschiedene Namensgeber für die Postagenturen mit personalisiertem Logo, andererseits zeigt sie Zugangsmöglichkeiten wie My Post 24 oder Pick-Post in unterschiedlichen grafischen Formaten.

www.instagram.com/swisspost

Tierbabys entzücken

Sie sind die jüngsten Stars der Briefmarkenszene: Vier Tierbabys zieren vier verschiedene Wertzeichen.

Text: Jürg Freudiger



Stark gefährdete oder ehemals ausgerottete und wieder angesiedelte Tierarten zu erhalten, liegt in der Verantwortung der Schweiz. Mit der neuen Tierbabyserie stellt die Post vier betroffene Jungtiere vor: Der Fischotter ist Mitte des letzten Jahrhunderts ausgestorben, nachdem er intensiv gejagt wurde. Die Wiederansiedlung hängt mit der Renaturierung

von Gewässern zusammen. Der Luchs wird hierzulande seit 1971 wieder angesiedelt, der Wolf taucht seit 1995 wieder auf. Und seit 2005 – fast 100 Jahre nach der Ausrottung – streift fast jeden Sommer ein Braunbär durch die Schweizer Alpentäler.

Der Berner Gestalter Simon Hofer hat die Tierbabys in Szene gesetzt. Die Briefmarken (85/100/150/200) sind seit 2. März in allen Poststellen und auf postshop.ch erhältlich.

Briefmarken scannen

Ab der Briefmarkenausgabe 1/17 lassen sich ausserdem sämtliche Briefmarken scannen: Post-App herunterladen, Briefmarke scannen, interessante Storys rund um die Briefmarke entdecken. Viel Spass! ■



www.postshop.ch/lupe



Scannen Sie die Briefmarke und entdecken Sie interessante Storys.

Digitale Zukunft

Mehr als 100 Mitarbeitende aus aller Welt sind Ende Februar der Einladung zum diesjährigen Leadership Team Meeting von Swiss Post Solutions nach Zürich gefolgt.

Text: Doris Larmann

Die Veranstaltung stand unter dem Motto «Shaping the digital Future». Einleitend stellte Susanne Ruoff die verschiedenen Aspekte der Transformation der Post 2020 vor. Der Leiter von SPS, Jörg Vollmer, zeigte nach einem Rückblick auf ein erfolgreiches Jahr 2016 die strategischen Herausforderungen von SPS auf. Im Rahmen zahlreicher Breakout Sessions und Plenarvorträgen sowie einer spannenden Podiumsdiskussion mit den CEOs der Partner von SPS im Bereich der Intelligenten Automatisierung wurden diese Herausforderungen vertieft. Highlight der Veranstaltung war die Verleihung der SPS Global Awards im Rahmen einer festlichen Abendveranstaltung. ■

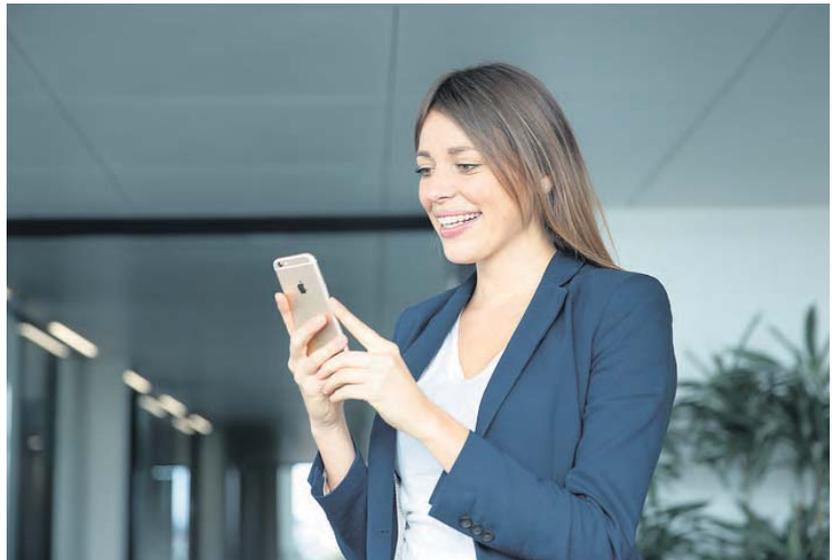
Sag mir wo, wie und wann

Die Steuerung des Paketempfangs wird noch raffinierter: Den Empfängern stehen jetzt noch mehr Optionen zur Wahl, wo, wie und wann sie ihre Pakete entgegennehmen wollen.

Text: Claudia Iraoui

PostLogistics unternimmt alles, um der Kundschaft einen A-la-carte-Service zu bieten. So auch mit dem Onlinedienst «Meine Sendungen», der die Kunden über eine bevorstehende Zustellung benachrichtigt. Damit können die Empfänger ihre Pakete individuell steuern und entscheiden, wo, wie und wann diese zugestellt werden sollen. Der Kunde kann die passende Zustellart bestimmen. Zur Wahl stehen die Zustellung an einem Wunschtage (inklusive Samstag) oder an einer anderen Adresse sowie die Abend- oder Frühzustellung. Weitere Optionen sind die Deponierung, die Zustellung an einen Nachbarn oder persönliche Übergabe auf der Etage. Einige Dienstleistungen können für Einzelsendungen und als Dauerauftrag bestellt werden.

Neu wird in den Benachrichtigungen auch das Zeitfenster für die Zustellung angegeben. So können sich die Kunden auf den Empfang einrichten oder bei Bedarf eine Früh- oder Abendzustellung ordern. ■



Mit dem Onlinedienst «Meine Sendungen» kann sie ihre Pakete individuell steuern.



www.post.ch/meine-sendungen

Ortworte ohne Ende



Beim Wettbewerb «Ortwortspiel» hat sich die ganze Schweiz ins Zeug gelegt und über 7800 kreative Ortworte entwickelt. Dabei wurde die Microsite www.post.ch/ortwortspiel während der Kampagnendauer über 47 000 Mal besucht. Die besten 25 Begriffe wie z. B. Zollikontrabass, Leukerbadesalz, Courtepincette oder Locarnotebook wurden von einer Post-Jury ausgelesen und werden nun im Verlauf dieses Jahres auf die Wechselbehälter (Container) der Post appliziert. ■



Die 25 besten Sujets finden Sie in der Onlineausgabe.

Für mehr Transparenz

Seit Anfang Jahr ist der automatische Informationsaustausch (AIA) in Kraft. Wie er funktioniert und was die Umsetzung für PostFinance bedeutet, erfahren Sie hier.

Interview: Lea Freiburghaus / Foto: Béatrice Devènes

Der automatische Informationsaustausch (AIA) regelt unter den teilnehmenden Ländern, wie Daten über Bankkonten und Wertschriften von Steuerpflichtigen auszutauschen sind. Ziel ist es, Steuerhinterziehungen zu verunmöglichen. Die Schweizer Banken setzen den AIA seit 1. Januar 2017 um. Michael Schütz von der Fachstelle Steuercompliance bei PostFinance äussert sich dazu.

Wie funktioniert der automatische Informationsaustausch?

Die am AIA teilnehmenden Länder tauschen untereinander Daten über Bankkonten und Wertschriftendepots von Personen mit Steuerpflichten im Ausland aus. Folglich müssen Schweizer Banken – auch PostFinance – diejenigen Kunden ermitteln, die im Ausland steuerpflichtig sind. Seit Anfang 2017 fordert PostFinance deshalb bei der Eröffnung einer neuen Geschäftsbeziehung das Formular «Selbstauskunft» ein. Auf diesem halten die Kunden fest, in welchen Ländern sie überall steuerpflichtig sind. Bei bestehenden Kunden stellt PostFinance aufgrund der vorhandenen Informationen fest, ob die Person im Ausland steuerpflichtig sein könnte. Typischerweise ist das bei einem Domizil im Ausland der Fall. Falls eine Steuerpflicht im Ausland vorliegen könnte, fordert PostFinance das Formular «Selbstauskunft» ebenfalls ein. Besteht ein AIA-Abkommen zwischen der Schweiz und den Ländern, in denen die betroffenen Kunden steuerpflichtig sind, übermittelt PostFinance jährlich Informationen zu den Konten an die Eidgenössische Steuerverwaltung ESTV. Diese leitet die Daten – Name, Adresse,

Geburtsdatum, Staat der Steuerpflicht, Steueridentifikationsnummer, Kontonummer, Erträge und Saldi – an die betreffenden Staaten weiter.

Was hat sich mit der Umsetzung des neuen Standards bei der Kontoeröffnung geändert?

Alle Kunden müssen seit 1. Januar 2017 das Formular «Selbstauskunft» ausfüllen, um eine Geschäftsbeziehung mit PostFinance zu eröffnen. Auf dem Formular sind sämtliche Staaten anzugeben, in denen die Kunden steuerpflichtig sind.

Wie reagieren die Kunden von PostFinance?

Im Bereich der Kontoeröffnungen haben wir bisher positive Erfahrungen gemacht. Der Inhalt des Formulars ist für unsere Kunden verständlich und es gibt kaum Reaktionen.

Was sind die grössten Herausforderungen in Bezug auf das Inkrafttreten des AIA?

Es war insbesondere entscheidend, das Formular «Selbstauskunft» möglichst selbsterklärend zu gestalten. Das ist uns gemäss Kundenfeedbacks gelungen. Eine weitere Herausforderung ist nun, die bestehenden Kunden anzuschreiben. Und im Jahr 2018 erfolgt dann die erste Meldung von Kundendaten an die Steuerverwaltung. Da gilt es, die Menge an Daten korrekt zu handhaben. Doch wir sind gut vorbereitet. ■



Michael Schütz



www.postfinance.ch/aia

Innovator des Monats

Briefpost per E-Mail in Unternehmen

Georg Raschle (SPS14) ist Leiter des Projekts «Paperless Office». Mit diesem ermöglicht SPS die digitale Zustellung von Briefpost in Unternehmen. Konkret werden die eingehenden Briefe eingescannt und elektro-

nisch per E-Mail an die Mitarbeitenden verteilt. Der Hauptsitz der Post wird bis 1. Mai etappenweise auf die digitale Postzustellung umgestellt. Im Video-Interview spricht Georg Raschle über sein Projekt. ■



 zum Film



Weniger Schäfchen zählen

Hatten Sie schon einmal Schlafprobleme? Dann ist die interne Aktion, die ab März läuft, etwas für Sie.

Text: Annick Chevillot

«Wie viele Schäfchen ist Ihnen Ihr Schlaf wert?» Eine gute Frage, wenn man weiss, dass in der Schweiz ein Drittel der Bevölkerung unter Schlaf- oder Einschlafstörungen leidet. Diese können die Lebensqualität sowohl im Privaten als auch im Beruf stark beeinträchtigen. Wenn der Schlaf nicht genügend Erholung bringt, steigt das Risiko für Unfälle und Fehler.

Tipps

Es gibt vielerlei Ursachen, die den Menschen den Schlaf rauben. Schon einige einfache Massnahmen können helfen, weniger Schäfchen zählen zu müssen und schneller einzuschlafen.

- **Bewegung** Bewegung hilft, Stress abzubauen. Das Beste ist, regelmässig etwas Sport im Freien zu treiben.
- **Ruhe** Das Schlafzimmer sollte dunkel, ruhig und gut gelüftet sein. Es ist kein Büro. Arbeiten Sie nach Möglichkeit nicht in diesem Raum.
- **Rituale** Eine feste Abfolge von Handlungen, die jeden Abend gleich ist, erleichtert den Übergang vom akti-

ven in den Erholungsmodus. Diese Rituale sollen der Entspannung dienen.

- **Keine Exzesse** Alkohol, Tabak und Koffein sollten vor dem Schlafengehen gemieden werden. Alkohol erleichtert zwar das Einschlafen, verhindert aber einen erholsamen Schlaf.
- **Keine Bildschirme** Es wird empfohlen, Computer, Smartphone, Tablet und Fernseher eine Stunde vor dem Schlafengehen auszuschalten. Das blaue Licht dieser Geräte hält wach.

Allgemein sollten Sie versuchen, offline zu gehen, abzuschalten, sich zu entspannen und die Sorgen in den Hintergrund treten zu lassen.

Möchten Sie mehr über den Schlaf erfahren? Im Intranet stehen ein Test und im LMS Kurse zur Verfügung. ■



pww.post.ch/gesunderschlaf



Inserat

UNSER ANGEBOT EXKLUSIV FÜR SIE

Auf haar-shop.ch findet man über 6500 professionelle Beauty-Produkte von 200 Weltmarken in den Bereichen Haarpflege, Kamm & Co, Kosmetik, Nails, Füsse und Parfüm zu attraktiven Preisen.

Profitieren Sie vom 13.3. bis 30.4.2017 von 50 % Rabatt auf Geschenkkarten von haar-shop.ch im Wert von CHF 50.–. Erhältlich in den Poststellen und auf postshop.ch.

50%
Rabatt



Damit Sie von den Angeboten der Inserate profitieren können, müssen Sie sich zuerst auf postshop.ch als Mitarbeiter registrieren. Am Schalter reicht das Vorweisen des Personalausweises.

DIE POST

Kurz notiert



1



2



3



4

1 Zahl des Monats

Die Beschaffungsorganisation der Post (BOP) hat sich ehrgeizige Ziele gesetzt: Bis 2020 sollen im Einkauf Effizienzeinsparungen und ein Effektivitätsgewinn von je rund 10 Prozent erreicht werden. Neben der engen Abstimmung mit Compliance, Corporate Responsibility und Innovation strebt das Programm BOP2020 beim Thema Lieferkette künftig eine stärkere Integration von Finanzen und IT an.

2 Inspiration und Praxistipps

In Zürich geht am 5. und 6. April 2017 die Dialog-Marketing-Messe über die Bühne. Die Post ist als Hauptsponsorin mit einem Stand (Halle 2, Nr. H.10) vertreten. Unter dem Motto «Inspiration, Wissen und Werkzeuge für Ihren Geschäftserfolg» geben Fachpersonen den Gästen Tipps für ihr Dialog-Marketing und Informationen zu den Dienstleistungen der Post. Mitarbeitende der Post können online ein kostenloses Ticket anfordern. Weitere Infos und kostenlose Anmeldung unter:



www.post.ch/dmm

3 Nachhaltige Entwicklung

Am 2. Februar fand im EspacePost der erste Swiss Global Compact Dialogue statt. Der Anlass mit 220 Teilnehmern und Referenten thematisierte die unternehmerische Verantwortung und die nachhaltige Entwicklung als Motor für eine innovative und nachhaltige Schweizer Wirtschaft. Die Post war Gastgeberin und Sponsorin. Von Seiten Post waren Konzernleiterin Susanne Ruoff, Kommunikationsverantwortlicher Marco Imboden und Michael Heim, Leiter Corporate Social Responsibility, involviert gewesen. Der Anlass wurde vom Eventteam der Post organisiert.

4 Die Post ist auf Snapchat

Die Messenger-App Snapchat steht vor allem bei den Jugendlichen hoch im Kurs. Die Post will auf Snapchat denn auch die ganz Jungen ansprechen und sich als attraktiver Lehrbetrieb präsentieren. Geführt wird der Kanal von den Lernenden selbst – mit einer neuen Challenge für jeden neuen Tag. Neugierig? Scanne den Snapcode oder folge swisspostjobs auf Snapchat.

5 Mobilitäts-App für ganze Schweiz

Die Mobilitäts-App NordwestMobil von PostAuto kommt bei den Testkunden sehr gut an. Sie schätzen die Vielfalt der angebotenen Reisewege sowie die Multimodalität in Bezug auf die Verkehrsmittel. Nach dem Pilotprojekt in der Region Basel arbeitet PostAuto nun daran, eine Mobilitäts-App für die ganze Schweiz zu entwickeln. Diese wird im Herbst 2017 lanciert und bringt neben der Routenplanung die Möglichkeit, Mobilitätsangebote zu buchen und zu bezahlen – und dies alles mit Hilfe einer einzigen App.

6 E-Voting auch in Basel

Ende Januar hat sich der Kanton Basel-Stadt als dritter Kanton für die E-Voting-Lösung der Post entschieden. Basel-Stadt will bereits 2018 bis zu 50 Prozent seiner Stimmberechtigten E-Voting anbieten können. Auch Neuenburg und Freiburg setzen schon länger auf E-Voting.

Nicht verpassen!



15. Zürich Marathon 9. April 2017

Ob Marathon, Teamrun oder Cityrun: Melde dich jetzt an und starte am Lauf durch die Limmatstadt. Anmeldeschluss ist der 30. März.



Gletschertrekking Mutthornhütte 19./20. August 2017

Die Mutthornhütte liegt im Berner Oberland auf 2900 Metern über Meer, nordöstlich des Petersgrats inmitten einer grossartigen Gletscherlandschaft. Das zweitägige Trekking unter Leitung eines erfahrenen Bergführers führt dich an diesen eindrucklichen Ort.



Agenda

DAS ZELT–Chapiteau
PostFinance
11. – 25.3.2017,
Lachen, Hafenanlage

Messen
23.3.2017,
Absolventenmesse,
Bern

Post liefert solides Resultat

*Das veränderte Kundenverhalten setzt das Kerngeschäft weiter unter Druck und hat für 2016
formation auf allen Ebenen: Sie investiert in ihre Kundenangebote und erneuert die Infra*

Text: Sandra Gonseth / Fotos: Simon Opladen, Matthias Nutt



Céline Debray, Onlinebuchhändlerin, Kundin von PostFinance

und erhöht Investitionen

ein solides, aber tieferes Ergebnis zur Folge. Dieser Entwicklung begegnet die Post mit Transstruktur.



**Fabio Segat,
Jurist, Kunde
von PostLogistics**



**Ueli Nutt, Rentner,
Kunde von PostAuto**

«Die Post schaut auf ein spannendes, intensives und erfolgreiches Jahr zurück», eröffnete Susanne Ruoff, Konzernleiterin der Post, die Bilanzmedienkonferenz am 9. März 2017. «Unsere Kundinnen und Kunden und ihre Lebensumstände verändern sich. Sie werden immer mobiler, flexibler und digitaler.» Dieses veränderte Kundenverhalten führt bei der Post zu einem Strukturwandel und setzt das herkömmliche, traditionelle postalische Kerngeschäft immer mehr unter Druck. «Eine Konsequenz daraus zeigt sich in unserer Gewinnentwicklung. Die Post hat 2016 trotz des sich schnell wandelnden Marktumfeldes ein solides, aber tieferes Ergebnis erzielt als im Vorjahr», erklärte die Konzernleiterin.

Gewinnentwicklung 2016

Konkret sank das Betriebsergebnis (EBIT) auf 704 Millionen Franken. Dies sind 119 Millionen Franken weniger als im Vorjahr. Der Konzerngewinn ging von 645 Millionen Franken auf 558 Millionen Franken zurück. Gründe für die tieferen Zahlen sind in erster Linie die rückläufigen Sendungsmengen bei Briefen, der Margendruck im Logistikgeschäft sowie das Tiefzinsumfeld im Finanzsektor (siehe Interview auf Seite 13). Weiterhin eine tragende Säule der Post blieb 2016 das Geschäft mit Briefen, Zeitungen und Werbesendungen. Doch auch dort wirkte sich die Substitution durch digitale Kanäle in zunehmendem Mass auf das Kerngeschäft von PostMail aus. Die Zahl der adressierten Briefe nahm im vergangenen Jahr um 3,8 Prozent ab, im Vorjahr waren es minus 1,4 Prozent (siehe Resultate der einzelnen Märkte auf den Seiten 12, 14 und 15).

Investitionen in Mitarbeitende, Infrastruktur und Dienstleistungen

«Wir haben im letzten Jahr nicht nur die Kosten einer qualitativ hochstehenden Grundversorgung eigenwirtschaftlich getragen, sondern auch Investitionen von 450 Millionen Franken getätigt», unterstrich Susanne Ruoff. Dabei wurde in die Weiterentwicklung der Mitarbeitenden, der Infrastruktur und in neue Dienstleistungen investiert. «Wir haben heute das Heft in der Hand. Mit der neuen Strategie für die Jahre 2017 bis 2020 haben wir einen klaren Weg festgelegt, wie wir auf die gesellschaftliche Entwicklung und die Veränderung am Markt reagieren», erklärte sie. Die Transformation sei notwendig, damit die Post auch in Zukunft ein prosperierendes Unternehmen bleibe. Trotz grossem Druck nimmt die Post ihre Aufgabe als soziale und verantwortungsvolle Arbeitgeberin wahr. Susanne Ruoff betonte, dass in diesem Veränderungsprozess die Mitarbeitenden das wichtigste Kapital seien: «Ohne unsere über 60 000 Mitarbeitenden wären die Innovationen, die uns als Unternehmen in die Zukunft führen, nicht möglich.» ■



Den Geschäftsbericht können
Sie hier beziehen:
www.post.ch/geschaeftsbericht

Wichtige Kennzahlen aus dem Geschäftsbericht

Geschäftsentwicklung

Mit 558 Millionen Franken erzielte die Post 2016 weniger Gewinn als im Vorjahr. Das Ergebnis ist in allen Märkten positiv, doch der Druck auf das postalische Kerngeschäft nimmt zu. Die Post will das hohe Qualitätsniveau halten, die Effizienz steigern und ihre Kapazitäten an die Nachfrage anpassen. Deshalb hat sie 2016 umfangreiche Investitionen getätigt. Die Kundinnen und Kunden verliehen der Post auch 2016 sehr gute Noten.



Geschäftsentwicklung in den vier Märkten

Das Ergebnis ist in allen vier Märkten solid, doch der Druck auf das postalische Kerngeschäft nimmt zu.

Kommunikationsmarkt

PostMail	Betriebsertrag	Mio. CHF	2906 ²
	Betriebsergebnis ¹	Mio. CHF	317 ²
Swiss Post Solutions	Betriebsertrag	Mio. CHF	558
	Betriebsergebnis ¹	Mio. CHF	20
Poststellen und Verkauf	Betriebsertrag	Mio. CHF	1196 ²
	Betriebsergebnis ¹	Mio. CHF	-193 ²

Logistikmarkt

PostLogistics	Betriebsertrag	Mio. CHF	1572 ²
	Betriebsergebnis ¹	Mio. CHF	117 ²

Finanzdienstleistungsmarkt

PostFinance	Betriebsertrag	Mio. CHF	2155
	Betriebsergebnis ¹	Mio. CHF	542 ²
	Kundenkonten	Anzahl in Mio.	4,85

Personenverkehrsmarkt

PostAuto	Betriebsertrag	Mio. CHF	923
	Betriebsergebnis ¹	Mio. CHF	36
	Anzahl Reisende Inland	Mio. Personen	152

¹ Das Betriebsergebnis entspricht dem Ergebnis vor nicht operativem Finanzerfolg und Steuern (EBIT).

² Im Rahmen der Strategieüberarbeitung wurde die Verantwortung für die postalischen Privatkundenprodukte von Poststellen und Verkauf an PostMail und PostLogistics übertragen. Gleichzeitig übernahm Poststellen und Verkauf die Verantwortung für My Post 24 und PickPost – dies im Kontext der Übernahme der Gesamtver-

antwortung über die Zugangsmöglichkeiten. Ferner wurde die finanzielle Führungslogik von Poststellen und Verkauf verfeinert, indem ab 2016 Verkaufsleistungen über eine Provision und die anderen Leistungen (beispielsweise die Annahme) gemäss einem neuen System für eine erhöhte Ergebnistransparenz abgegolten werden.

Zugangsmöglichkeiten

Die Post will ein Netz, das allen gerecht wird. Sie entwickelt deshalb neue Zugangsmöglichkeiten.



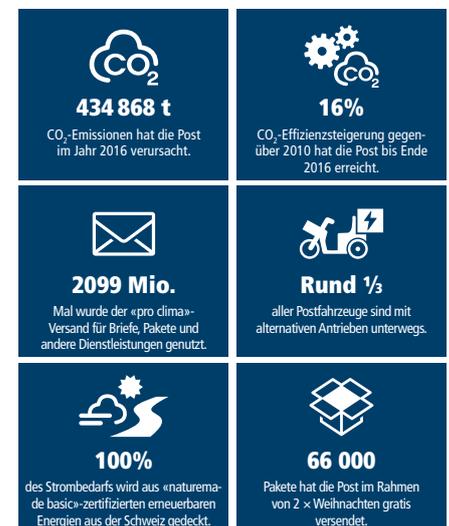
Mitarbeitende

Rund 61 300 Mitarbeitende aus 143 Nationen in über 100 Berufen halten die Post auf Erfolgskurs.



Nachhaltigkeit und Engagement

Ziel übertroffen: Die Post hat ihre CO₂-Effizienz innerhalb von sechs Jahren deutlich gesteigert.



«Zahlen faszinieren mich»

Alex Glanzmann, seit einem Jahr Finanzchef der Post und Mitglied der Konzernleitung, über Zahlen, die Ergebnisse der Post und wie er sich vom Arbeitsalltag erholt.

Interview: Sandra Gonseth / Foto: Simon Opladen

«Die Post steht finanziell nach wie vor auf einer soliden Basis.»



Alex Glanzmann

Herr Glanzmann, Sie haben den ganzen Tag mit Zahlen zu tun. Wird das nicht langweilig?

Auf keinen Fall, Zahlen haben mich schon immer fasziniert. Denn hinter jeder Zahl steckt auch immer eine Geschichte, die zur eigentlichen Interpretation dazugehört. Zudem helfen Zahlen rasch bei der Orientierung, sei dies bei einer Einschätzung oder Messung wie bei Sportresultaten. Ich habe mir in den Skiferien eine App herunter geladen, mit der man die Höhen- und Pistenkilometer verfolgen kann. Da habe ich dann schon ab und zu darauf geschaut.

Sie haben Ihre erste Bilanzmedienkonferenz als neuer Finanzchef der Post hinter sich. Sind Sie zufrieden?

Es ist eine grosse Verantwortung, die ich aber äusserst gerne übernehme. Aus meiner Sicht konnten wir die für uns wichtigen Botschaften sehr gut übermitteln. Das Interesse der Medien ist aufgrund verschiedener von uns lancierter Projekte sicher wieder etwas grösser als auch schon.

Die Post hat im Jahr 2016 ein tieferes Ergebnis erzielt als im Vorjahr. Welches sind die Gründe?

Zuerst einmal: Wir dürfen uns weiterhin über ein solides Ergebnis freuen, das insbesondere auf eine sehr gute operative Leistung der Bereiche zurückzuführen ist. Dafür möchte ich mich bei allen Mitarbeitenden herzlich bedanken! Auf der anderen Seite gibt es strukturelle Herausforderungen, die den Druck auf unser Ergebnis erhöhen: So sind die Sendungsmengen im Briefge-

schäft stark rückläufig, die Margen im wachsenden Logistikgeschäft werden kleiner und Post-Finance leidet unter dem Tiefzinsumfeld. Diese drei Treiber haben in den vergangenen Jahren wesentlich zu unserem etwas tieferen Gewinn beigetragen.

Es wird also für die Post immer schwieriger, gewinnbringend zu wirtschaften?

Während wir beim Zins mittelfristig sicher wieder von einer gewissen Normalisierung ausgehen können – wenn auch auf einem wohl anderen Niveau als in der Vergangenheit – wird der Druck auf die Briefmengen und die Logistikkosten längerfristig bestehen bleiben. Das ändert die Situation in unserem nach wie vor zentralen Kerngeschäft. Dies müssen wir kompensieren können.

Wie packt die Post diese Herausforderung an?

Wichtig ist: Die Post steht finanziell wie auch im Markt auf einer nach wie vor sehr soliden Basis. Unsere Aufgabe ist, sicherzustellen, dass dies auch in Zukunft so bleibt. Aufgrund des sich immer rascher wandelnden Umfelds und der sich stetig verändernden Kundenbedürfnisse gelingt uns dies nicht, wenn wir nur an Rezepten der Vergangenheit festhalten. Wir müssen Lösungen für die Zukunft finden und konsequent umsetzen.

Das bedingt auch, dass die Mitarbeitenden diesen Wandel mittragen ...

Dieser Prozess ist nicht einfach, weil wir unsere Stärke durch eben diese tollen Leistungen über

Jahrzehnte hinweg erarbeitet haben und jetzt in einigen Bereichen andere Wege einschlagen müssen. Es liegt nun an uns, diese Situation unseren Mitarbeitenden auch entsprechend aufzeigen zu können. Damit alle den Sinn dieser Transformation erkennen und gemeinsam in die gleiche Richtung arbeiten können.

Kann denn die Post ohne stabilen Gewinn die Grundversorgung langfristig noch aus eigener Kraft finanzieren?

Ganz klar nein. Die gute Qualität der Grundversorgung aufrechterhalten zu können, kostet uns auch etwas. Bis jetzt konnten wir diese Kosten immer eigenwirtschaftlich und ohne Zuschüsse erbringen. Das wird zunehmend schwieriger, wenn die Anforderungen im Grundversorgungsbereich immer grösser werden und gleichzeitig der angesprochene Strukturwandel auf unsere Ergebnisse drückt.

Sie haben einen intensiven Job. Wie schalten Sie ab?

Wichtig ist, dass ich meinen Job mit Leidenschaft und Freude ausübe. Daneben treibe ich gerne Sport wie Joggen, Skifahren und Golf. Wobei ich schon vermehrt schauen muss, dass ich genügend Zeit dafür finde. Neben Lesen und Kochen verbringe ich auch gerne viel Zeit mit meinem neunjährigen Sohn. ■

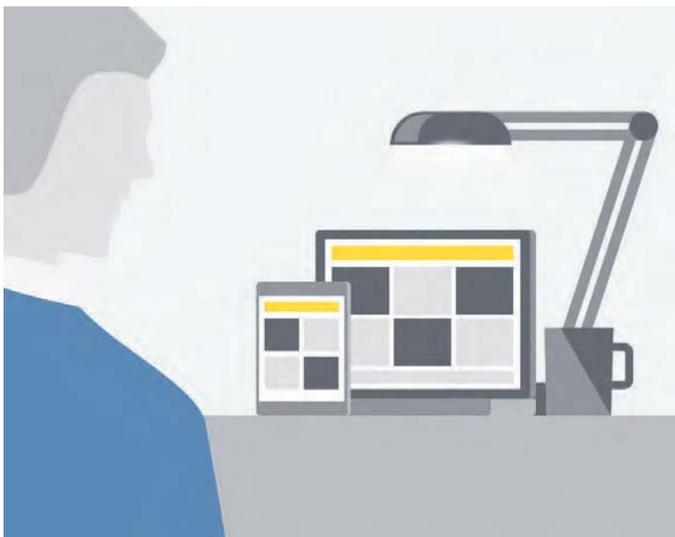
Die Märkte im Überblick

Das Ergebnis ist in allen vier Märkten solid, doch der Druck auf das postalische Kerngeschäft nimmt zu.

Finanzdienstleistungsmarkt

PostFinance

PostFinance sieht sich mit wachsenden Herausforderungen konfrontiert. Dazu zählen insbesondere das anhaltende Negativzinsumfeld im Finanzmarkt und die digitale Transformation des Bankensektors. PostFinance erwirtschaftete trotzdem ein Betriebsergebnis von 542 Millionen Franken (+83 Millionen Franken gegenüber dem Vorjahr). Hauptgrund für die Betriebsergebnissteigerung sind nicht wiederkehrende Erträge aus dem Verkauf von Aktienbeständen und einer Beteiligung. Der Betriebsertrag stieg deshalb leicht von 2143 Millionen auf 2155 Millionen Franken. Geringere Portfoliowertaufholungen auf Finanzanlagen sowie Wertberichtigungen auf Einzelpositionen belasteten das Ergebnis. Im Zinsergebnis vor Wertberichtigungen verzeichnete PostFinance einen deutlichen Rückgang (-48 Millionen Franken gegenüber dem Vorjahr). Dieser negative Trend dürfte sich in den kommenden Jahren fortsetzen, da es für PostFinance aufgrund des Kreditverbots im aktuellen Negativzinsumfeld weiterhin schwierig ist, die ihr anvertrauten Kundengelder profitabel anzulegen. Ausserdem führten nachhaltige Aufwendungen für strategische Projekte und Liegenschaftsunterhalt zu einem höheren Geschäftsaufwand. ■



Mit E-Finance führen Sie Ihre Konten und Fondsdeposits im Internet und erledigen alle Geldgeschäfte sicher und effizient sowie zeit- und ortsunabhängig.

Kommunikations- und Logistikmarkt

PostMail

Das Geschäft mit Briefen, Zeitungen und Werbesendungen blieb auch 2016 eine tragende Säule der Post. Die Substitution durch digitale Kanäle wirkt sich allerdings in zunehmendem Mass auf das Kerngeschäft von PostMail aus. Die Zahl der adressierten Briefe nahm im vergangenen Jahr um 3,8 Prozent ab (2015: 1,4 Prozent). PostMail erzielte dennoch ein Betriebsergebnis von 317 Millionen Franken (Vorjahr: 358 Millionen). Der Betriebsertrag lag bei 2906 Millionen Franken (Vorjahr: 2820 Millionen). Die fortschreitende Digitalisierung wird weiterhin grossen Einfluss auf den Geschäftsgang der Post haben. Zum Vergleich: Ein Prozent Mengenrückgang bei den adressierten Briefen bedeutet einen Betriebsertragsrückgang von 14 Millionen Franken. Die durch Mengenrückgänge verursachten Ertragsminderungen konnten zwar nicht vollständig, aber dank Effizienzmassnahmen und guten operativen Leistungen zu einem beachtlichen Teil kompensiert werden. Bei der Entwicklung des Briefgeschäfts setzt PostMail auch weiterhin auf Direct Marketing und dessen Wirkungsvorteile für Unternehmen in der Schweiz.



Pakete oder eingeschriebene Briefe abholen und aufgeben: Das können Sie rund um die Uhr an rund 80 My Post 24-Automaten. Zudem leert die Post in der ganzen Schweiz knapp 15 000 gelbe Briefeinwürfe.

Testen Sie die digitalen Inhalte!

Die Broschüre zum Geschäftsbericht wurde mit digitalen Inhalten angereichert. Sie erscheinen, sobald ein gekennzeichnetes Bild mit der Post-App gescannt wird. Testen Sie es auf den Bildern unten an der Seite doch gleich selbst!



Digital angereicherte Inhalte erkennen Sie an diesem Icon.



Post-App starten und Menüpunkt «Code/ Bilder scannen» anwählen.



Das Bild scannen.



Multimedialen Inhalt entdecken.

PostLogistics

In Zusammenhang mit dem boomenden Onlinehandel nimmt die Dynamik in der Logistik weiter zu. Die von PostLogistics verarbeitete Paketmenge stieg gegenüber dem Vorjahr um 5,7 Prozent (2015: +3,0 Prozent). PostLogistics erwirtschaftete ein Betriebsergebnis von 117 Millionen Franken, dies sind 28 Millionen weniger als im Vorjahr. Verantwortlich dafür sind der grosse Druck auf die Margen in einem vollständig liberalisierten Markt und – aufgrund einer Strategieüberarbeitung – höhere Aufwendungen durch die Übernahme der Produkt- hoheit für Privatkundenpakete von Poststellen und Verkauf. Der Betriebsertrag stieg dank der grösseren Paketmenge und einer höheren Nachfrage nach Wertlogistiklösungen um 20 Millionen auf 1572 Millionen Franken. Dadurch konnten Abgänge von Kunden im Stückguttransport und bei den Dienstleistungen Lager und Innight sowie tiefere Erträge im Treibstoffgeschäft überkompensiert werden. Das Marktumfeld fordert PostLogistics in zunehmendem Masse, da neue – auch branchenfremde – Konkurrenten vermehrt in den Logistikmarkt drängen. Dabei können, bedingt durch immer intelligentere Technologien, neue Wettbewerbsmodelle den Markt jederzeit grundlegend verändern.

Poststellen und Verkauf

Die Ablösung klassischer postalischer Produkte durch digitale Dienstleistungen und Angebote hält an. Der Bereich Poststellen und Verkauf verzeichnete 5,4 Prozent weniger Einzahlungen. Im vergangenen Jahr betrug das Betriebsergebnis von Poststellen und Verkauf –193 Millionen Franken (Vorjahr: –110 Millionen). Gleichzeitig ging der Betriebsertrag von 1601 Millionen auf 1196 Millionen Franken zurück. Dies ist einerseits auf den fortgesetzten Rückgang des Schaltergeschäfts und andererseits auf die Anpassung des internen Leistungsauftrags zurückzuführen. Seit der Ankündigung der Weiterentwicklung des Postnetzes bis 2020 ist die Post auf dem Weg, ein zukunftsfähiges Filialnetz mit einem breiten Angebot von physischen und digitalen Zugangsmöglichkeiten zu schaffen.

Swiss Post Solutions

2016 konnte Swiss Post Solutions das Betriebsergebnis im Vergleich zum Vorjahr um 5 Millionen auf 20 Millionen Franken steigern. Das verbesserte Ergebnis kam massgeblich durch Kostensenkungen und die Umsetzung von Effizienzsteigerungsprojekten zustande und ging mit einer erneuten Verbesserung der internationalen Marktposition einher. So rückte Swiss Post Solutions 2016 weltweit auf Platz 4 der Top-Anbieter von Business Process Outsourcing Lösungen im Dokumentenmanagement vor. Der Betriebsertrag sank hingegen leicht von 609 Millionen auf 558 Millionen Franken und ist insbesondere auf die Veräusserung von nicht strategischen Bereichen zurückzuführen. ■

Personenverkehrsmarkt

PostAuto

2016 hat PostAuto erneut mehr Kilometer zurückgelegt und deutlich mehr Fahrgäste befördert. 152 Millionen Fahrgäste fuhren in der Schweiz Postauto, das sind rund 7 Millionen mehr als im Vorjahr. Das Betriebsergebnis von PostAuto übertraf den Vorjahreswert um 7 Millionen Franken und betrug 36 Millionen Franken. Ausschlaggebend dafür waren der tiefere Treibstoffpreis, der Leistungs- und Angebotsausbau sowie das verbesserte Ergebnis der Tochtergesellschaften. Der Betriebsertrag stieg gegenüber dem Vorjahr um knapp 9 Prozent auf 923 Millionen Franken. PostAuto wandelt sich weiter zu einem ganzheitlichen Mobilitätsanbieter. Bei der Entwicklung von selbstfahrenden Bussen auf öffentlichen Strassen hat PostAuto einen wichtigen Meilenstein erreicht. Über 25 000 Fahrgäste sind seit Juni 2016 im Rahmen des Testbetriebs in Sitten mit den autonomen Bussen gefahren. Ferner wird PostAuto die im letzten Jahr eingeführte Mobilitätsplattform NordwestMobil diesen Herbst national ausrollen. ■



In zwei Klicks zum Ticket – in diversen Tarifverbunden: Mit der PostAuto-App haben Sie Zugriff auf alle Verbindungen und Tickets von gesamthaft 14 Tarifverbunden. Billette lösen Sie im Handumdrehen.

«Regelverstösse können ruf

Schutz von Daten und Informationen, Korruption, öffentliches Beschaffungswesen, Kartellrecht und Postrecht: Karin müssen, wenn ihnen ein Regelverstoss bekannt wird.

Interview: Claudia Iraoui / Foto: Monika Flückiger / Illustration: Dennis Oswald, Branders

Reaktionen

Marc Loosli, P

Für mich umfasst Compliance Kontrollsysteme und Regelwerke, die im Idealfall Risiken minimieren, aber innovatives und effizientes Handeln nicht verhindern und zu einer optimalen Betreuung der Kundenbeziehung beitragen. Richtig eingesetzt kann Compliance somit zu einem strategischen Erfolgsfaktor werden. Läuft ein Compliance-Officer primär mit erhobenem Zeigefinger herum, ist eine negative Grundhaltung vorprogrammiert. Übrigens stammt das Wort vom englischen «to comply with», was sinngemäss heute für «Handeln im Einklang mit geltenden Regeln» steht.

Corrado Italo Amato, PV

Laut Google-Übersetzer-Definition: «Compliance = Beachtung, die; Synonyme: Befolgung, Beherzigung, Berücksichtigung, Einhaltung, Erfüllung, Einklang, Treue, Übereinstimmung (z. B. mit den geltenden Gesetzen, Vorschriften o. Ä.). Compliance bedeutet demnach die Einhaltung bzw. Befolgung von vorgegebenen Regeln.»

Reto Clavadetscher, PM

(...) Für mich erfüllt die Frage aber bereits den Zweck, wenn ich mir Gedanken zum Thema mache und halt die Bedeutung des Begriffs Compliance «google» oder zu erklären versuche. Eine einfache Erklärung gibt es nicht, und in der Gesamtheit erkenne ich die Bedeutung der Compliance nicht.

Ergebnisse der Februar-Umfrage

Wissen Sie, was Compliance ist?

COMPLIANCE ?

- Gesetze
- Standards
- Interne Vorgaben
- Arbeitsethik
- Freizeit

79%
Ja

21%
Nein



Mehr Reaktionen online:

www.post.ch/personalzeitung > Archiv

schädigend sein»

Huber, Leiterin der Fachstelle Compliance, erklärt, was Compliance bedeutet und an wen sich Mitarbeitende wenden



Karin Huber

Was bedeutet Compliance?

Compliance ist die Verpflichtung, sich an die gesetzlichen Vorschriften, die Standards und die internen Verhaltensregeln zu halten, damit es im Arbeitsalltag nicht zu Ethik- und Rechtsverstössen kommt.

Reichen die bestehenden Gesetze nicht aus?

Compliance schafft kein neues Recht, sondern unterstützt die Mitarbeitenden mit einem modernen Managementsystem bei der Erfüllung ihrer Aufgaben. Es geht um die Umsetzung der Rechtsvorschriften in einem Unternehmen. Die Compliance informiert die Mitarbeitenden eines Unternehmens über ihre Pflichten, schult sie diesbezüglich und kontrolliert regelmässig, ob die Vorschriften eingehalten werden.

Welche Compliance-Themen sind aktuell zentral für die Post?

Die Konzernleitung hat die Prioritäten im Bereich

Compliance festgelegt und dabei fünf zentrale Themen benannt: den Schutz von Daten und Informationen, die Korruptionsbekämpfung, das öffentliche Beschaffungsrecht, das Kartellrecht und das Postrecht. PostFinance verfügt für alle bankspezifischen Compliance-Angelegenheiten über eine eigene Compliance-Organisation.

Beginnen wir mit dem Schutz von Daten und Informationen ...

Die Post verwaltet unzählige Personendaten und Unternehmensinformationen, die sehr wichtig und sehr wertvoll sind und deren Schutz und Bearbeitung gesetzlichen Verpflichtungen unterliegen. Parallel dazu garantiert das Postgeheimnis, dass Inhalte von Sendungen streng vertraulich behandelt werden.

Sind Regeln für den Umgang mit Korruption wirklich erforderlich?

Unter Korruption versteht man jeden Missbrauch einer Vertrauensstellung, der darauf abzielt, sich selbst oder Dritten einen materiellen oder immateriellen Vorteil zu verschaffen, auf den man kein Anrecht hat. Die internen Vorgaben sehen etwa vor, dass Postmitarbeitende Geschenke bis zu einem Höchstwert von 100 Franken (Kader 300 Franken) annehmen dürfen.

Warum untersteht die Post dem öffentlichen Beschaffungsrecht?

Weil einige Konzernbereiche – etwa PostMail und PostAuto – öffentliche Aufträge erfüllen, bei denen Anschaffungen diesem Recht unterstellt werden. Das öffentliche Beschaffungsrecht regelt die Beschaffung von Waren und Dienstleistungen von Dritten durch die öffentliche Verwaltung oder durch andere amtliche Besteller und soll unlauteren Wettbewerb verhindern.

Gibt es Vorschriften bezüglich des Verhaltens im Wettbewerb?

Das Kartellrecht soll die schädlichen wirtschaftlichen oder gesellschaftlichen Auswirkungen von Kartellen und anderen Wettbewerbsbeschränkungen verhindern. Ein Beispiel einer

unzulässigen Wettbewerbsbeschränkung sind Preisabsprachen zwischen Konkurrenten. Auch gewisse Arten von Rabatten können kartellrechtlich problematisch sein, sofern ein Unternehmen eine marktbeherrschende Stellung innehat. Ausserdem befasst sich die Compliance mit dem Postrecht, in dem der Grundversorgungsauftrag und die Rahmenbedingungen für die Postunternehmen festgelegt sind.

Was wird uns die Zukunft in Sachen Compliance bringen?

In den letzten Jahren haben wir die Post-Compliance aufgebaut: Nachdem der Verwaltungsrat Ende 2014 das Reglement Compliance verabschiedet hat und bis Ende 2016 die Organisation aufgebaut worden ist und eine Reihe von Umsetzungsmassnahmen in Kraft gesetzt worden sind, werden 2017 Mitarbeitende geschult. Sie müssen mit den Regeln vertraut sein. Im Sommer werden dazu ein Film und eine Schulung lanciert.

Welche Verstösse und Straftaten sind am weitesten verbreitet?

Am meisten Aufmerksamkeit erhalten Korruptionsfälle. Sie kommen auch in der Schweiz vor, wie der Insieme-Skandal der Eidgenössischen Steuerverwaltung zeigt. Auch die Dieselgate-Affäre bei VW in Deutschland ist ein Fall mangelnder Compliance. Die Folgen können vielfältig sein: Ein Mitarbeitender muss mit personal- oder strafrechtlichen Konsequenzen rechnen. Unter Umständen wird auch das Unternehmen bestraft. Compliance-Fälle können für das Ansehen eines Unternehmens verhängnisvolle Folgen haben.

An wen kann ich mich wenden, um einen Verstoß zu melden?

Es gibt drei Möglichkeiten: Wenn Sie von einem Verstoß Kenntnis haben, können Sie mit Ihrem Vorgesetzten sprechen, sich an die Fachstelle Compliance wenden (compliancepost@post.ch), an die Compliance PostFinance (compliance@postfinance.ch) oder den Verstoß anonym über PostCourage melden (www.postcourage.ch). ■

Frage des Monats

Nutzen Sie für Ihren Arbeitsweg ein Velo oder ein E-Bike?



Schreiben Sie uns Ihre Meinung online:
www.post.ch/personalzeitung

oder schriftlich an: Die Schweizerische Post AG, Redaktion
«Die Post» (K16), Wankdorfallee 4, 3030 Bern

Vier Felder der Corporate Responsibility stehe

Erneuerbare Energien, Ethik, Kreislaufwirtschaft, verantwortungsvolle Beschaffung und ganzheitliche nachhaltige 2017–2020 der Post. Selbstverständlich werden die natürlichen Ressourcen und das Kapital langfristig effizient eingesetzt. Die Corporate Responsibility (CR) weiterentwickeln.

Text: Anne Wolf / Illustration: Branders Group AG



Klima und Energie

Unsere Ambition

Das Klimaziel der Post ist langfristig ausgerichtet und steht im Einklang mit der Stabilisierung der globalen Erwärmung auf deutlich unter 2 °C bis 2100.

Ziele und Stossrichtungen

- Konzernziel: CO₂-Effizienz bis 2020 um mind. 25 Prozent steigern (Basisjahr 2010)
- Erneuerbare Energien fördern und ihren Anteil bei der Post steigern
- Beste verfügbare Technologien einsetzen und klimafreundliche Produkte ausbauen

Beispiele

- 100 Prozent Strom der Post stammt aus «naturemade-basic»-zertifizierter Produktion aus der Schweiz, davon mind. 10 Prozent Ökostrom (www.post.ch/klima)
- Energieeffiziente Fahrzeuge einsetzen und auf alternative Antriebe umstellen
- Nachhaltige Mobilität der Mitarbeitenden fördern
- «pro clima»-Versand
- Ausstieg fossile Heizträger bei Gebäuden im Alleineigentum im Inland

Kreislaufwirtschaft

Unsere Ambition

Die Post will eine ressourcenschonende und kreislauforientierte Wirtschaft mit ihren Produkten und Dienstleistungen unterstützen.

Ziele und Stossrichtungen

- Die Rückwärtslogistik und die Rückführung von Wertstoffen werden weiter ausgebaut
- In der Wiederverwendung ist die Post ein starker Logistikpartner

Beispiele

- Zweites Leben für Kaffeekapseln (Nespresso)
- Zweites Leben für Postkleider
- Coop@home – Rücknahme von PET, Karton und Tragetaschen

Verantwortungsvolle Beschaffung

Unsere Ambition

Die Post strebt an, eine der führenden postalischen Beschaffungsorganisationen in Bezug auf verantwortungsvolle Beschaffung zu werden.

Ziele und Stossrichtungen

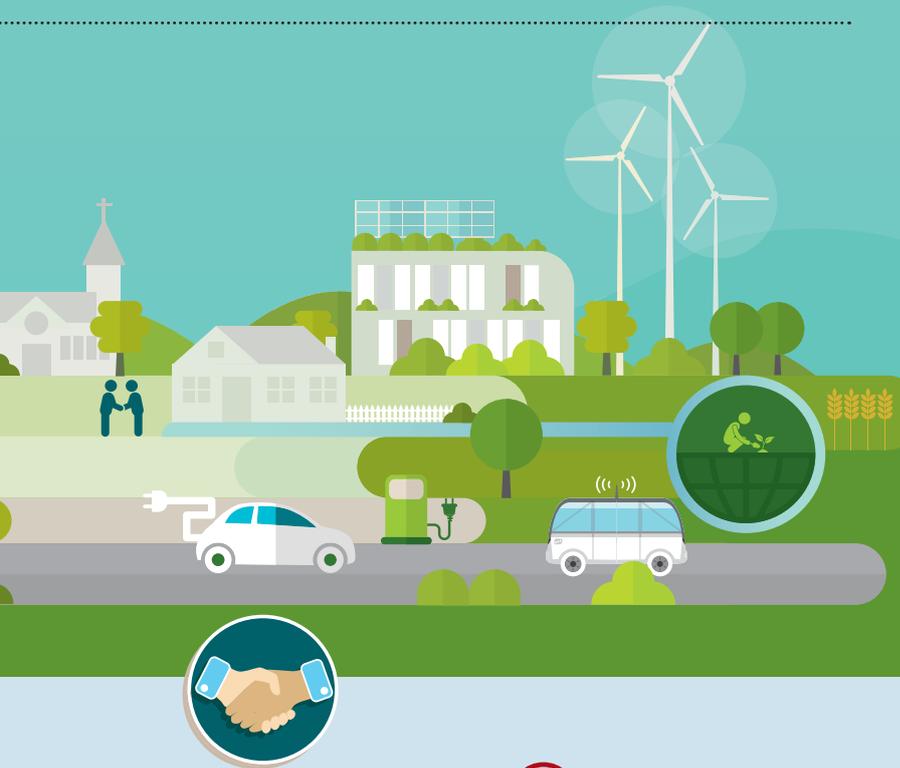
- Die Post will in allen Ausschreibungen CR-Kriterien integrieren und eine Risikobewertung für alle strategischen Lieferanten erstellen.
- Der Ansatz der Kreislaufwirtschaft soll in die Beschaffungspraxis aufgenommen werden. Alle Kategorien werden auf Kreislauffähigkeit und Klimaneutralität überprüft.

Beispiele

- Um Lieferanten in Sachen CR konsistent zu bewerten, wird ein neues Tool eingeführt
- Kreislauffähige Produkte werden beschafft wie Mobiliar, Infrastruktur
- Sozial- und Ethikkodex

n in der Strategie im Fokus

Entwicklung: All diese Themen stehen im Zentrum der Strategie setzt. Mit diesen vier Punkten möchte das Unternehmen seine



Corporate Citizenship – gesellschaftliches Engagement

Unsere Ambition

Das gesellschaftliche Engagement der Post ergänzt glaubwürdig die CR-Strategie und wird konzernweit koordiniert.

Ziele und Stossrichtungen

- Die Aktivitäten stärken die Marke Post
- Mit den Bereichen wird Corporate Citizenship weiterentwickelt

Beispiele

- 2 × Weihnachten
- Aktion Christkind
- Seitenwechsel



Die CR-Strategie wird mit zahlreichen Massnahmen konzernweit umgesetzt, nachdem sie von den Verantwortlichen bei K und den Bereichen erarbeitet wurde. Weitere Themen der CR werden in anderen Bereichen geführt wie beispielsweise Personalthemen oder Daten- und Informationsschutz.

Internet: www.post.ch/verantwortung

Intranet: pww.post.ch/nachhaltigkeit

PostConnect-Blog Nachhaltig und Nachhaltigkeitsbotschafter-Netzwerk

Film: www.post.ch/nachhaltigkeits-paket



Vielfalt fördern

Valerie Schelker, Leiterin Personal, strebt eine hohe interne Beweglichkeit des Konzerns an.

Interview: Jacqueline Schwander



Frau Schelker, ab 1. April 2017 werden Sie die neue Leiterin Personal bei der Post. Wie sehen Sie die Umsetzung der Strategie beim HR?

Wir haben das Leistungsversprechen «Wir entwickeln gezielt unsere Human Resources – wir bewegen Gelb», das sich direkt aus der Vision der Post ableitet. Das ist unser Wegweiser in die Zukunft. Ich freue mich darauf, diesen Weg gemeinsam mit allen Kolleginnen und Kollegen in der Funktion Personal zu gehen.

Wie lösen Sie das HR-Leistungsversprechen ein?

Wir wollen dies durch eine hohe interne Beweglichkeit, eine agile, bereichsübergreifende Zusammenarbeit, ein Leadership mit hoher Führungsqualität und der Unterstützung des Skill-Change mit dem Fokus auf die Digitalisierung einlösen. Dazu gehören für mich auch die Förderung der Vielfalt, passende Arbeitsmodelle und eine zukunftsgerichtete Arbeitswelt, in der es Freude macht, Leistung zu erbringen, und die Raum für Weiterentwicklung bietet. Nicht zuletzt müssen wir konsequent die Perspektive unserer Kunden einnehmen und unsere Dienstleistungen entsprechend ausrichten.

Welche Stossrichtungen verfolgen Sie?

Für den Bereich Personal sind in den nächsten Jahren Effektivität und Effizienz zentral. Wir wollen die Leistungsfähigkeit der Mitarbeitenden im gesamten Konzern steigern und entwickeln die Organisation entlang der zukünftigen Anforderungen weiter. Das heisst unter anderem auch, die heutigen Anstellungsbedingungen fortlaufend zu überprüfen und die Arbeitgeberattraktivität intern und extern weiter zu steigern. ■

Postoramas

Die nächsten Postoramas finden an folgenden Daten statt:

- 5. April in Eclépens
- 11. April in Härkingen
- 19. April in Bellinzona

Schreiben Sie sich ein unter: www.post.ch/postorama

Der Autogrammjäger

Vinzenz Brändle hat eine der exklusivsten Autogrammsammlungen weltweit. Noch heute schreibt der Briefträger aus Rotkreuz (ZG) täglich bis zu vier Briefe an Stars und Persönlichkeiten.

Text: Sandra Gonseth / Fotos: Annette Boutellier



Den Grundstein für die Sammelleidenschaft legte Pierre Brice in seiner Rolle als Winnetou.

«Unsere Gemeinde hat sich in den letzten Jahren mehr als verdoppelt», sagt Vinzenz Brändle bei der Begrüssung. Seit 29 Jahren Briefträger in Risch-Rotkreuz (ZG), hat er die explodierenden Einwohnerzahlen auch beruflich mitverfolgt. Was früher ein bekannter Bahnknotenpunkt war, ist heute ein Wirtschaftsstandort, wo sich Grössen wie Ex-Novartischef Daniel Vasella und der kanadische Eishockeytrainer Sean Simpson die Hand geben.

Autogramme bis an die Decke

Seit der Trennung von seiner Frau bewohnt Vinzenz Brändle die grosse 4,5-Zimmer-Wohnung, unweit des Bahnhofs, zusammen mit zwei Katzen. Er führt uns durch einen langen Gang zu einem Zimmer. Sein Reich – randvoll bis an die Decke gefüllt mit Ordnern, Fotoalben und Kisten. Und alle haben sie den gleichen Inhalt: Autogrammkarten. Was auf den ersten Blick etwas chaotisch anmutet, ist in Tat und Wahrheit mit 200 000 Unterschriften eine der grössten Autogrammsammlungen der Welt. «Lieber spreche ich von der exklusivsten Sammlung», stellt er klar. Viele Sammler spezialisieren sich auf ein einzelnes Gebiet. Nicht so Vinzenz Brändle. Er sammelt alles, was Rang und Namen hat: Promis, Sportler, Politiker, aber auch Skurriles wie der Schwede, der zwei Monate von Schneemassen eingeschlossen im Auto überlebte.

Winnetou legt den Grundstein

Ein gezielter Griff – «ich brauche keine Verzeichnisse, habe alles im Kopf» – und er öffnet ein Album, indem sich das Konterfei von Winnetou befindet: «Meine Eltern waren in der privilegierten Lage, schon relativ früh einen Fernseher zu besit-

zen, und deshalb wurde ich schnell ein riesengrosser Winnetoufan.» Das erste Autogramm vom damaligen Hauptdarsteller Pierre Brice war denn auch der Grundstein seiner grossen Sammelleidenschaft. Jahrelang trieb ihn der Gedanke an, möglichst viele Unterschriften zu sammeln – querbeet, planlos. «Doch auf einmal wuchs mir alles über den Kopf», gesteht der 50-Jährige. Ein Fass ohne Boden, das in Stress ausartete. Seitdem hat der Postmitarbeiter einen Gang zurückgeschaltet und legt mehr Wert auf Qualität statt Quantität.

Er ist sein bester Kunde

Doch auch heute noch schreibt Vinzenz Brändle bis zu vier Briefe täglich, um an das begehrte Unterschriftenmaterial heranzukommen. Das Sammeln habe sich gegenüber früher stark verändert, betont der Pöstler. «Die Gefahr für Fälschungen ist mit dem Internet gestiegen.» Deshalb geht Vinzenz Brändle manchmal andere Wege: Beim kürzlichen Staatsbesuch des chinesischen Ministerpräsidenten schrieb er Doris Leuthard an, ob sie ihm eine Unterschrift von Xi Jinping besorgen könnte. Er sei sowieso sein bester Kunde bei der Post, meint er schmunzelnd. Die Portokosten belaufen sich auf 60 Franken – pro Woche! Viele Bekannte bringen ihm auf ihren Reisen Briefmarken mit, mit denen er die Rückantwortcouverts bestückt. Und welches Autogramm bedeutet ihm am meisten? Er könne sich unmöglich für einen Namen entscheiden, sagt er. Wir probieren es noch einmal. Was er denn retten würde, wenn es brennt? Da greift Vinzenz Brändle spontan zu einem Ordner. Nahtlos reihen sich legendäre Filmstars aus den 60ern nebeneinander: James Dean, Marilyn Monroe und Audrey Hepburn. Also doch! ■

Persönlich

Vinzenz Brändle (50)

Aufgewachsen in Waldkirch (SG)

Seit 29 Jahren Briefträger in Risch-Rotkreuz (ZG)

Sammelt seit über 30 Jahren Autogramme

mit Originalunterschrift

Hat eine Rücklaufquote von 50 Prozent

Die Sammelleidenschaft verbunden mit

dem Briefeschreiben hat seine Berufswahl

massgeblich beeinflusst

Hat schon über 20 Ausstellungen gemacht

Stöbert auf Auktionen nach

neuem Autogrammmaterial



**«Heute lege ich
mehr Wert auf
Qualität statt
Quantität.»**



Abends leert Evelin Rogenmoser den Briefkasten vor dem Laden.



Volg-Mitarbeiterin Yvonne Brunner bei der Paketausgabe.



Filialeiterin Evelin Rogenmoser räumt die Pakete feinsäuberlich ein. Vor Weihnachten stapeln sich hier so viele, dass man kaum mehr durchkommt.



Volg Allenwinden: Das einzige Lebensmittelgeschäft im Dorf beherbergt zugleich auch die Post.



In weniger als einer Minute ist das Postgeschäft abgewickelt – und bei Bedarf kann man auch gleich noch seine Einkäufe erledigen.

Wo man sich trifft

Die Post mit Partner: Vor gut fünfzehn Jahren war dieses Prinzip noch ganz neu. Ende 2016 zählte das Postnetz bereits 852 Agenturen, Tendenz weiter steigend. Reportage aus einer der ersten Postagenturen der Schweiz.

Text: Lea Freiburghaus / Fotos: Yoshiko Kusano

Filialeiterin Evelin Rogenmoser erinnert sich an die Eröffnung der Postagentur im Volg in Allenwinden (ZG), als wäre es erst gestern gewesen und nicht schon im Mai 2005. «Der Anfang war harzig, doch dann lief es rasch besser, und die Kundschaft lernte das neue Angebot schätzen», erzählt die 63-jährige, die damals als stellvertretende Filialeiterin tätig war. Die langen Öffnungszeiten – seit Kurzem ist der Laden von 7 bis 19 Uhr durchgängig

geöffnet – und das Erledigen von Postgeschäften gleichzeitig mit dem Einkauf ist für viele ihrer Stammkunden ein grosses Plus. Am Selbstbedienungsterminal können die meisten gängigen Postgeschäfte vorgenommen werden. Für Einzahlungen und Bargeldbezüge sind Evelin Rogenmoser und ihre drei Mitarbeiterinnen jederzeit zur Stelle. «Gerade für ältere Leute, die kein Auto haben oder nicht mehr mit dem Bus zur nächsten Poststelle nach

Zug, Baar oder Unterägeri fahren können, ist unser Angebot hier im Dorf sehr wertvoll.» Doch selbstverständlich ist es keineswegs.

Hervorragende Zusammenarbeit

«Wir sind das letzte Lebensmittelgeschäft im Ort», erzählt Filialeiterin Rogenmoser, «und es braucht grosse Anstrengungen, um sein Überleben langfristig zu sichern.» Besondere Aktionen wie beispielsweise das Berlinerbacken zur



Ende April geht Evelin Rogenmoser in Pension – mit einem lachenden und einem weinenden Auge.



Schnell und einfach – das Bedienterminal ist meist selbsterklärend.

Fasnacht sollen für mehr Kundschaft sorgen. Ausserdem haben die Einwohner von Allenwinden einen Ladenverein gegründet. Wer Mitglied ist, kriegt Einkaufsgutscheine. «Es reicht eben nicht, wenn die Leute nur Milch und Brot bei uns einkaufen und den Rest im Supermarkt», erklärt Evelin Rogenmoser. Recht hat sie – und das breite Sortiment ihres Ladens liesse durchaus einen Wocheneinkauf für Grossfamilien zu. Erst im Februar 2016 wurde der Laden komplett saniert. Im Zug dieser Renovation rückte das Selbstbedienungsterminal der Post weiter an die Front.

«Nicht nur bei dieser Gelegenheit, sondern all die Jahre über war die Zusammenarbeit mit der Post hervorragend», meint die Filialleiterin. Sie lobt ihre Ansprechperson bei der Post genauso wie die Schulungen, die sie und ihre Mitarbeiterinnen bei Bedarf besuchen können. Am

meisten Berührungspunkte mit der Post haben die vier Volg-Mitarbeiterinnen aber über den Zusteller. Bis zu dreimal täglich schaut er im Laden vorbei, um eingeschriebene Briefe und Pakete abzugeben, die er nicht zustellen konnte, weil die Kunden nicht zu Hause waren. Um 18 Uhr taucht er ein letztes Mal auf: Dann holt er die Post aus dem Briefkasten, die aufgegebenen Pakete und die Einzahlungen des Tages.

Für alle Beteiligten ein Gewinn

Das 1250-Seelen-Dorf am Zugerberg ist längst kein Sonderfall mehr – in der Schweiz existieren mittlerweile über 850 Postagenturen. Nicht nur auf dem Land, sondern auch in Agglomerationen und Städten setzt sich dieses Format immer mehr durch. «Wir haben hier in der Region zwei Läden mit integrierter Post»,

erklärt Roland Fleischli, Geschäftsleitungsmitglied Landi Zugerland. «Der Anstoss für eine Zusammenarbeit kam beide Male von Seiten der Post.»

Obwohl das Prinzip «Post mit Partner» in den Anfängen vor allem in Volg-Läden umgesetzt wurde, funktioniert es heute auch in anderen Partnerbetrieben bestens – so zum Beispiel in Apotheken, Bäckereien, in Tourismusbüros oder auch in Textilreinigungen. Für Evelin Rogenmoser, die ihre Stelle als Filialleiterin Ende April an den Nagel hängt und in Pension geht, ist klar: «Die Partnerschaft in Allenwinden ist für alle ein Gewinn: für Volg, für die Post und für das Dorf.» ■



Mehr zum Postnetz unter www.post.ch/medien

VERSAND • ONLINE • DIREKTVERKAUF

LEHNER⁺

KOSTENLOSER VERSAND*
 Mit Vorteilscode **IMB911489**
 Gültig bis 30.04.2017



Anzug ab
49.95

Seersücker-Bettwäsche. 100% Baumwolle. Mit Reissverschluss. Waschbar bis 30°, bügelfrei.

Art. 81 211 05	Kissenbezug	65x65 cm	9.95
Art. 81 212 05	Pfumenbezug	65x100 cm	12.95
Art. 81 214 05	Duvetbezug	160x210 cm	49.95
Art. 81 216 05	Duvetbezug	200x210 cm	59.95



Anzug ab
39.95

Bettwäsche mit modernem Kreis Design. Aus 100% Baumwoll-Renforcé. Mit Reissverschluss. Waschbar 60°.

Art. 81 121 17	Kissenbezug	65x65 cm	9.95
Art. 81 120 17	Pfumenbezug	50x70 cm	9.95
Art. 81 122 17	Pfumenbezug	65x100 cm	14.95
Art. 81 124 17	Duvetbezug	160x210 cm	39.95
Art. 81 125 17	Duvetbezug	160x240 cm	44.95
Art. 81 126 17	Duvetbezug	200x210 cm	49.95
Art. 81 127 17	Duvetbezug	240x240 cm	59.95



Anzug ab
49.95

Satin-Bettwäsche Frühlingsblumen pink-lila-gelb. Aus 100% Baumwolle. Mit Reissverschluss. Waschbar 60°.

Art. 94 421 17	Kissenbezug	65x65 cm	12.95
Art. 94 422 17	Pfumenbezug	65x100 cm	14.95
Art. 94 424 17	Duvetbezug	160x210 cm	49.95
Art. 94 426 17	Duvetbezug	200x210 cm	69.95



Garnitur
29.95
 statt 59.95
 30.– gespart!

Bettwäsche gestreift mehrfarbig. 100% Baumwoll-Renforcé. Mit Reissverschluss. Waschbar 60°.

Art. 62 302 66	Bettwäschegarnitur	29.95
----------------	--------------------	-------



Garnitur
89.95

Satin-Bettwäsche im Aquarell-Stil rot-orange-rosa.

Art. 62 384 02	Bettwäschegarnitur	89.95
----------------	--------------------	-------



Garnitur
29.95
 statt 59.95
 30.– gespart!

Bettwäsche geometrisch schwarz-weiss. 100% Baumwoll-Renforcé. Mit Reissverschluss. Waschbar 60°.

Art. 62 304 15	Bettwäschegarnitur	29.95
----------------	--------------------	-------



lehner-versand.ch



0848 840 600



Lehner Versand AG, Postfach, 6210 Sursee

BESTELLCOUPON

Coupon ausfüllen und einsenden an: Lehner Versand AG, Postfach, 6210 Sursee

Vorteilscode für kostenlosen Versand*: **IMB911489**



Artikelnummer	Grösse	Menge	Einzelpreis

Name	Telefon
Vorname	E-Mail
Strasse/Nr.	Geburtsdatum
PLZ/Ort	Unterschrift

*Gültig bis 30.04.2017. Einlösen online auf lehner-versand.ch, telefonisch unter 0848 840 600 oder in allen Lehner-Direktverkaufsstellen. Pro Person und Bestellung nur ein Gutschein einlösbar. Keine Barauszahlung oder Kombination mit weiteren Aktionen/Gutscheinen. Kommerzielle Weitergabe sowie gewerbliche Nutzung ist untersagt und wird zivil- und wettbewerbsrechtlich verfolgt. Alle Preisangaben in CHF.

Herausgeberin

Die Schweizerische Post AG
Kommunikation, Wankdorfallee 4
3030 Bern
E-Mail: redaktion@post.ch
www.post.ch/online-zeitung

Redaktion

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

Mitwirkende

Annette Boutellier, Béatrice Devènes, Monika
Flückiger, Jürg Freudiger, Martin Gonzenbach,
Yoshiko Kusano, Doris Larmann, Matthias Nutt,
Simon Opladen, Jacqueline Schwander,
Darrin Vanselow, François Wavre, Anne Wolf

Übersetzung und Korrektorat

Sprachdienst Post

Layout

Branders Group AG, Zürich

Anzeigen

Gassmann Media AG
E-Mail: anzeigen@gassmann.ch
Tel. 032 344 83 44

Druck

Mittelland Zeitungsdruck AG, Aarau

Titelbild

Matthias Nutt

Nachdruck mit schriftlicher

Einwilligung der Redaktion gestattet.

Abos/Adressänderungen

Aktivpersonal: Intranet (HR-Portal/
Persönliche Daten), beim zuständigen
Servicecenter Personal (gemäss Lohnab-
rechnung) oder unter scp@post.ch

Rentenbezüger:

Schriftlich an Pensionskasse Post,
Viktoriastrasse 72, Postfach
3000 Bern 22

Andere Abonnenten:

E-Mail: abo@post.ch
Tel. 058 338 20 61

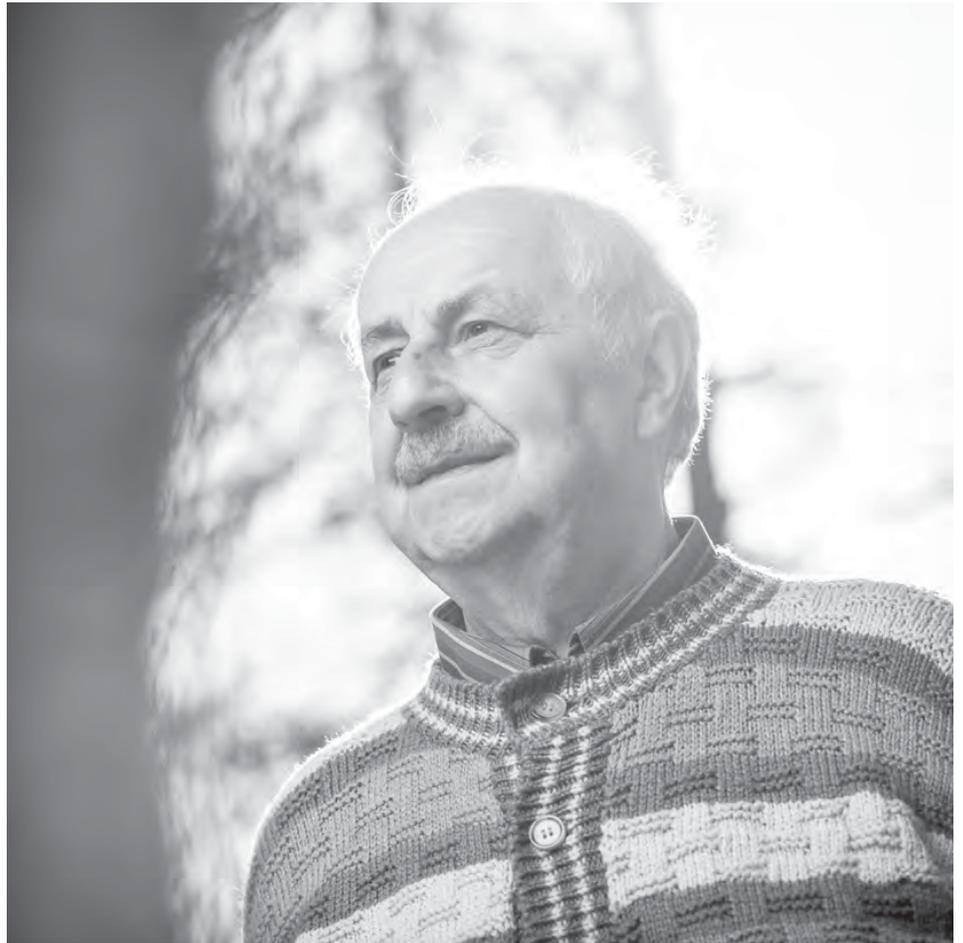
Abopreis: 24 Franken pro Jahr

Wichtige Adressen

Sozialberatung: 058 448 09 09,
sozialberatung@post.ch

Arbeitsmarktzentrum Post (AMZ):
058 667 78 30

Personalfonds: personalfonds@post.ch,
www.personalfondspost.ch



«Man ging zur Bahn oder zur Post»

*Der 75-jährige Beat Kühne hat eine klassische Postlaufbahn durchlaufen.
Er war unter anderem Posthalter in Rutschwil-Dägerlen und Pfungen (ZH).*

Interview: Sandra Gonseth / Foto: François Wavre

Wie kamen Sie zur Post?

Ganz einfach: In meinem Heimatort Rieden (SG) ging man entweder zur Bahn oder zur Post. Da aus unserem Dorf bereits 29 Personen bei der Bahn Fuss fassten, entschied ich mich für die Post.

Erinnern Sie sich an Ihren ersten Arbeitstag?

Als Bauernsohn musste ich zu einem Einführungskurs in die Sihlpost Zürich. Das war ein kultureller Schock. Am liebsten wäre ich wieder umgekehrt. Deshalb war ich heilfroh, dass ich meine Lehrjahre auf der Hauptpost Winterthur absolvieren konnte.

Was hat sich am meisten verändert?

Früher gab es im Betrieb eine regelrechte Zweiklassengesellschaft. Die diplomierten Beamten schauten auf die Postgehilfen herunter. Und ein Gehilfe hatte es schwer, aufzusteigen. Das ist jetzt zum Glück anders. Heute wiederum sehe ich grosse Probleme bei den teilzeitarbeitenden Briefträgern. Wer soll mit einem 60-Prozent-

Pensum eine Familie ernähren, geschweige denn später von einer solchen Rente leben können?

Welches Erlebnis wird Ihnen immer in Erinnerung bleiben?

Im Militär war ich bei der Feldpost eingeteilt und musste als Postordonnanz die Postsendungen mit dem Pferd auf den Fronalpstock zur Einheit transportieren. Das war schon speziell. Doch als Bauernsohn war ich ja den Umgang mit Tieren gewohnt.

Was verbindet Sie heute noch mit der Post?

Ich bin froh, dass jeden Monat die Rente kommt (lacht). Ich war immer politisch engagiert und verfolge, in welche Richtung sich die Post weiterentwickelt. Heute verbringe ich meine Zeit mit meiner Familie, schreibe Gedichte und bin Chorleiter im Altersheim. Sie sollten einmal die strahlenden Gesichter bei den Proben sehen! ■



RECYCLED

Papier aus
Recyclingmaterial

FSC® C005019

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

Studer Thomas, Kerns

PostMail

Braïchet Henri, La Chaux-de-Fonds
 Capt Jean-Charles, Genève
 Charmillot Jean, Delémont
 Chételat Francis, Delémont
 Chuard André, Fétigny
 Correvon Jean-Marc, Fétigny
 Delacour Jacques, Payerne
 Erard Jacky, La Neuveville
 Feusier Daniel, Reconvilier
 Glauser Ulrich, Zell LU
 Grosjean Martine, St-Prex
 Guédât Gaston, Tramelan
 Guignard Jean-François, Le Sentier
 Haltner Gertrud, Zürich
 Jenni Claude, Genève
 Pidoux Daniel, Lausanne
 Prétôt Gérard, La Chaux-de-Fonds
 Raboud Dominique, Fribourg
 Sprunger Daniel, Lignières
 Süess Verena, St. Gallen
 Sunier Claude-Alain, La Neuveville
 Wolf Blaise, Yverdon-les Bains

Poststellen und Verkauf

Fior Ivan, Agno
 Forsthuber Marianne, Amriswil
 Mentha Susanna, Bülach
 Schaufelberger Anna Rosa, Wald ZH
 Studer Thomas, Kerns

Ruhestand**Post Immobilien Management und Services AG**

Di Paolo Rita, Liestal
 Grassl Christian, Davos Platz
 Wasser Maria Luisa, Wohlen AG

Personal

Brönnimann Urs, Bern

PostMail

Bachmann Ursula, Siebnen
 Blumenstein-Saugy Antoinette, Nyon
 Bruderer Walter, Bischofszell
 De Moliner Emma, Kriens
 Gerber Hans, Fällanden
 Heinig Henry, Bern
 Hofmann Rolf, Zürich
 Luginbühl Ottilia, Ostermundigen
 Maillard André, Vevey
 Meier Hans, Brugg
 Rüedi Peter, Landquart

40 Jahre**PostMail**

Guignard Gilbert, Le Sentier
 Leuenberger Peter, Hinwil
 Manser Hans-Rudolf, Aadorf
 Morgenthaler René, Härkingen
 Rindlisbacher Peter, Härkingen
 Rütli Andreas, Bern

Poststellen und Verkauf

Heiniger Hans Ulrich, Burgdorf
 Kneubühler Leo, Solothurn
 Peter Irene, Buchrain

PostAuto

Pulfer-Meyer Marianne, Bern

SecurePost

Nobs Peter, Oensingen

Swiss Post Solutions

Eisele Beat, Bern
 Riesen Hanspeter, Bern

Wir gratulieren**100 Jahre**

Anderes Fritz, Bern (15.04.)

95 Jahre

Campiche Mathilde, Lausanne (27.04.)
 Glassey Julia, Bramois (04.04.)
 Jann Gertrud, Obbürgen (07.04.)
 Lutz Hans, Jona (06.04.)
 Meyer Josef, Büsserach (15.04.)

Seiler Gabriella, Dietikon
 Stillhart Andreas, Wil SG
 Stutz Walter, Zürich-Mülligen
 Syfrig Hans, Schlieren
 Uermösi Emilia, Basel
 Weder Herbert, Oberriet
 Windlin Josef, Sarnen

PostLogistics

Bächinger Monika, Frauenfeld
 Dayer Bernard, Genf
 Häfliger Roland, Mägenwil
 Morach Werner, Härkingen
 Mori Kurt, Urdorf
 Utz Arthur, Schaffhausen

Poststellen und Verkauf

Aebi Elsbeth, Bonstetten
 Bussmann Therese, Riehen
 Dennler Erika, Madiswil
 Garbani Nerini Silvio, Russo
 Greber Thevarajah Elsa, Bern
 Hüberli Elisabeth, Brunnadern
 Ittensohn Marion, Schönenwerd

90 Jahre

Aebischer Heinz, Feldmeilen (16.04.)
 Andreetta Elena, Bellinzona (09.04.)
 Blaser-Mosca Luigina, Ostermundigen (06.04.)
 Böhmler Myrta, Reinach BL (24.04.)
 Burri Hansruedi, Ittigen (13.04.)
 Frey Willy, Suhr (30.04.)
 Früh Jakob, Kreuzlingen (04.04.)
 Genoud Romain, Aigle (21.04.)
 Hochuli Max, Oftringen (10.04.)
 Hoffmann Kurt, Zürich (14.04.)
 Kälin Felix, Pfäffikon SZ (05.04.)
 Maradan Marie Thérèse, Ecuwillens (02.04.)
 Orosz Piroška, Bern (23.04.)
 Röschli Werner, Buchberg (28.04.)
 Romer Walter, St. Gallen (10.04.)
 Troxler Annemarie, Rombach (06.04.)
 Vogt Walter, Zürich (23.04.)
 Weber Martha, Lanzenneunforn (21.04.)

85 Jahre

Arpagaus Johann, Fläsch (24.04.)
 Baumann Elette, Villars-sur-Glâne (09.04.)
 Borsos Karl, Basel (07.04.)
 Bürgi Bruno, Windlach (18.04.)
 Calanca Adelina, Claro (17.04.)
 Camenzind Marili, Oberrieden (23.04.)
 Cherix Jean, Bex (29.04.)
 Cupello Jeannine, Genève (06.04.)
 Engel Ernst, Tüscherz-Alfermée (19.04.)
 Frank Anton, Schwyz (03.04.)
 Frautschi Ruben, Gstaad (30.04.)

Giger Bruno, Niedergösgen (23.04.)
 Gnägi Jakob, Meikirch (30.04.)
 Grossenbacher Hansruedi, Derendingen (07.04.)
 Grütter Walter, Unterentfelden (10.04.)
 Humbert Lina, Courtion (25.04.)
 Iseli Verena, Biembach im Emmental (14.04.)
 Kindlimann Hans, Buchs AG (02.04.)
 Leibundgut Ernest, Grandevent (07.04.)
 Lussy-Lang Josef, Oberdorf NW (28.04.)
 Magni Jean Mary, Oberentfelden (17.04.)
 Marcacci Lucia, S. Vittore (11.04.)
 Marchesi Rina, Sessa (24.04.)
 Marcos Manuel, Spanien (10.04.)
 Meyer Gertrud, Vogelsang (02.04.)
 Mottet Gilles, Mex (09.04.)
 Reusser Alfred, Bern (20.04.)
 Rüesch Walter, St. Gallen (30.04.)
 Sala İlda, Muzzano (02.04.)
 Schneider Lucien, Le Locle (22.04.)
 Schwager Josef, Zürich (08.04.)
 Trummer Margrit, Gsteig b. Gstaad (26.04.)
 Valsangiacomo Fernando, Curio (10.04.)
 Von Allmen Ernst, Bönigen b. Interlaken (15.04.)
 Von Gunten-Ruchti Edith, Chézard-St-Martin (26.04.)
 Wigger Otto, Oberengstringen (01.04.)
 Zehnder Paul, Cham (26.04.)
 Züger Paul, Berikon (07.04.)

Wir trauern**Aktive****PostMail**

Aruqi Bajram, Dielsdorf, geb. 1956

Pensionierte

Schöni Urs, Bern (1950)
 Rava Markus, Hendschiken (1954)
 Fallegger Niklaus, Bottmingen (1932)
 Huber Ernst, Schöfflisdorf (1928)
 Müller-Fanzun Ernst Viktor, Baden (1920)
 Studer-Schuler Franz, Altdorf (1938)
 Schiffmann Emil, Embrach (1937)
 Schlittler Jakob, Horgen (1926)
 Vuignier Jean-Daniel, Uvrier (1947)
 Porchet Gilbert, Corcelles-le-Jorat (1939)
 Jakob Eduard, Bolligen (1933)
 Burger Henri, Carouge (1925)

Lanzilao Antonio, Carouge
 Margairaz Francine, Genève
 Maurer Peter, Bern
 Paccolat Colette, Sembrancher
 Schüttel Lotti, Rombach
 Schwab Anita, Niederglatt ZH
 Stenz Dora, Wettingen
 von Grünigen Verena, Gstaad
 Zürcher Sylvia, Murten

PostFinance

Häfliger Verena, Kriens
 Probst Susanne, Biel/Bienne

PostAuto

Blättler Doris, Kreuzlingen
 Blöchlinger Moritz, Uznach
 Eschenmoser Jürg, St. Gallen
 Pulfer-Meyer Marianne, Bern
 Reichen Bruno Werner, Aeschi b. Spiez

80 Jahre

Amacker Rudolf, Ennetbühl (16.04.)
 Aregger Robert, Romoos (16.04.)
 Aschwanden-Koch Walter,
 Birsfelden (02.04.)
 Baechler Bernard, Biel/Bienne
 (09.04.)
 Bischof Anton, Au SG (15.04.)
 Brechbühl Werner, Trub (21.04.)
 Breu Verena, Schaffhausen (23.04.)
 Chionna Vito, Balerna (06.04.)
 Clingo Antonio, Massagno (16.04.)
 Coretti Bruno, St. Moritz (23.04.)
 Corredor Santiago, Genève (18.04.)
 Del Bon Robert, Birmensdorf (10.04.)
 Fanger Therese, Wilen (Sarnen) OW
 (16.04.)
 Favre René, Petit-Lancy (21.04.)
 Frei-Hofmänner Hansjörg, Gossau
 SG (20.04.)
 Frei-Rohrer Maja, Unterstammheim
 (16.04.)
 Gaillard Paul, Ardon (08.04.)
 Genet Georges, Monthey (23.04.)
 Greter Anton, Greppen (14.04.)
 Guggisberg Walter, Köniz (12.04.)
 Hänner Ida, Breitenbach (08.04.)
 Heri Fred, Bellach (02.04.)
 Hodel Gervas, Kestenholz (14.04.)
 Hofer Ernst, Trubschachen (27.04.)
 Huber Alphons, Riehen (13.04.)
 Kälin Arnold, Löhningen (29.04.)
 Kölbl Anton, Wichtrach (05.04.)
 Lötscher Klara, Marbach LU (01.04.)
 Lorente Mariscal Simon, Spanien
 (25.04.)
 Meier Hans, Wattwil (20.04.)
 Mock Albert, Buswil TG (11.04.)
 Mollard Regine, Fribourg (10.04.)
 Müller-Suter Heinz,
 Ostermundigen (15.04.)
 Nagel Elise, Pratteln (27.04.)

Nussbaum Hedwig, Bern (25.04.)
 Pasini Sergio, Roveredo (20.04.)
 Reber Ida, Höfen b. Thun (07.04.)
 Rebetez Louis, Le Prédame (16.04.)
 Rhyner-Frei Trudi, Rüti GL (05.04.)
 Rickenbacher Albert, Schwyz (07.04.)
 Ronchetti Giovanni, Pregassona
 (30.04.)
 Rubitschon Silvan, Churwalden
 (06.04.)
 Ryf Germaine, Meyrin (07.04.)
 Salathé Heinz, Bättwil-Flüh (05.04.)
 Sausset Anne-Marie, Genève (11.04.)
 Schnüriger Bernhard, Sattel (22.04.)
 Siegrist Marlyse, Fribourg (05.04.)
 Thétaz Georges, Grand-Lancy
 (16.04.)
 Vital Dora, Brissago (04.04.)
 Wegmann-Muff Gottfried, Zürich
 (09.04.)
 Weibel Eugen, Langwiesen (23.04.)
 Wyss Hansueli, Langenthal (20.04.)
 Zimmerli Peter, Däniken (17.04.)

75 Jahre

Allemand Walter, Fornet-Dessous
 (09.04.)
 Antener Christian, Toffen (12.04.)
 Bader Anita, Märstetten (29.04.)
 Bänziger Hans, St. Gallen (13.04.)
 Bieri Fridolin, Arlesheim (04.04.)
 Binggeli Fritz, Niederscherli
 (01.04.)
 Bircher Heinz, Birsfelden (24.04.)
 Bryois-Marquis Suzanne, Avenches
 (01.04.)
 Bürki Roland, Brislach (05.04.)
 Cereda Alba, Sementina (06.04.)
 Chevalley Jean-Claude, Oron-la-
 Ville (12.04.)
 Cordey-Maurer Christiane, Savigny
 (10.04.)
 Disch Erika, Chur (23.04.)
 Donzallaz Gabriel, Matran (24.04.)
 Dousse Janine, Le Lignon (13.04.)
 Egger-Lehmann Maya Martha,
 St. Gallen (05.04.)
 Feyer Peter, Tentlingen (15.04.)
 Fiechter Erwin, Hünibach (30.04.)
 Fischli Julius, Näfels (25.04.)
 Flacher Verena, Zürich (16.04.)
 Garcia-Fanjul Maria, Petit-Lancy
 (25.04.)
 Geiler Enrico, Camorino (30.04.)
 Genet André, Genève (02.04.)
 Graber Kröger Rita, Deutschland
 (24.04.)
 Gran Marius, Kleingurmels (17.04.)
 Graz Daniel, Savigny (05.04.)
 Grossenbacher Alfred, Basel (05.04.)
 Gyger Werner, Effretikon (25.04.)
 Haag Jakob, Oberbüren (01.04.)
 Hiltbrunner Peter, Schmidigen-
 Mühleweg (28.04.)
 Hochuli Mariette, Suhr (28.04.)
 Jakob Walter, Heitenried (02.04.)
 Jaun Andreas, Meiringen (01.04.)
 Jutzeler Otto, Schönried (27.04.)
 Kilcher Franz, Nunningen (03.04.)
 Koch Erwin, Winterthur (16.04.)
 Lauber-Schöni Therese, Rothrist
 (25.04.)
 Manfredi Leandro, Stabio (25.04.)
 Milakovic Nenad, Luzern (05.04.)
 Mügeli René, La Chaux-de-Fonds
 (14.04.)
 Oberson Pierre, Petit-Lancy (25.04.)
 Petralli-Parena Adriana, Roveredo
 (25.04.)
 Pham Thi Ngoc Thanh, Rüfenacht
 (07.04.)
 Pujatti Giacomo, St. Gallen (13.04.)
 Rapin Jean-Daniel, St-Légier-
 La Chiésaz (27.04.)
 Remy Jean-Michel, Begnins (18.04.)
 Schumacher Charlotte, Basel (09.04.)

Schürmann-Schmitter Rosa Maria,
 Emmenbrücke (03.04.)
 Schweizer-Winteregg Elisabeth,
 Bern (30.04.)
 Steiner Hans, Urdorf (12.04.)
 Steiner-Nussbaumer Margrith,
 Neuheim (16.04.)
 Stucki Hans, Reinach AG (16.04.)
 Sutter Ernst, Münchenbuchsee
 (07.04.)
 Thomann Margrith, Dierikon
 (10.04.)
 Ticozzi Guerino, Faido (07.04.)
 Tremp Paul, Benken (26.04.)
 Von Felten Emil, Unterentfelden
 (20.04.)
 Vonarburg Werner, Basel (18.04.)
 Wenger Alfred, Oberbalm (27.04.)
 Wicki Hansruedi, Dagmersellen
 (17.04.)
 Wobmann Rene, Hinterkappelen
 (04.04.)
 Wüest Anton, Kriens (17.04.)

Wir suchen Sie!

Feiern Sie dieses Jahr den 75., 80., 85., 90., 95. oder 100. Geburtstag? Werden Sie pensioniert oder haben Sie ein Dienstjubiläum (40 Jahre, 45 Jahre)? Und hätten Sie Lust, wie Beat Kühne (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 und/oder per Brief an:

Post CH AG

Kommunikation K16, Redaktion,
 Wankdorfallee 4, 3030 Bern

Aeschlimann Helga, Embrach (1935)
 Sigrist-Zurbuchen Armin,
 Lauterbrunnen (1947)
 Schneider Otto, Zug (1928)
 Aruqi Bajram, Zürich (1956)
 Gertsch Tell, La Chaux-de-Fonds
 (1932)
 Burri Christof, Bern (1958)
 Délèze René, Sion (1933)
 Wullschleger Werner, Zofingen
 (1926)
 Baumann Eugen, Lupfig (1932)
 Tamagni Sergio, Giubiasco (1935)
 Flückiger Johann, Fuluibach (1935)
 Welti Fritz, Zürich (1922)
 Rotzetter Marie-Theres, Fribourg
 (1921)
 Polti Giulio, Locarno (1933)
 Fischer Ludwig, Sursee (1928)
 Frank Erich, Baden (1936)
 Frei Heidi, Frauenfeld (1955)
 Walder Yvonne, Schöfflisdorf
 (1946)
 Jovanovic Katarina, Lutry (1940)

Minder Erika, Biel/Bienne (1936)
 Rossini Concettina, Arbedo (1931)
 Suter Josef, Kriens (1940)
 Imobersteg Johann, Bern (1921)
 Gueissaz Pierre, Boudevilliers
 (1934)
 Rossini Amelio, Scareglia (1917)
 Golay Francine, Agiez (1958)
 Strebel Josefa, Wohlen AG (1936)
 Portner Paul, Burgistein (1934)
 Gyger Noël, Petit-Lancy (1932)
 Schlapbach Rudolf, Köniz (1951)
 Thoma Roland, Landschlacht (1936)
 Sidler Ruth, Dulliken (1947)
 Keiser-Fäh Theodor, Zug (1925)
 Décré Charly, Commugny (1936)
 Bider-Eichenberger Wilhelm,
 Waltenschwil (1921)
 Liniger-Keller Hilda, Lippoldswilen
 (1924)
 Gast Katharina, Höchstetten (1943)
 Richard André, Villariaz (1926)
 Castro Pereira Domingos, Portugal
 (1954)

Navone Hedwig, Zürich (1921)
 Seger Eugen, Kriens (1936)
 Neff Erwin, Gonten (1928)
 Beaud Alfred, Zürich (1928)
 Ostermeier Heinrich, Niederurnen
 (1941)
 Bossart Hans, Basel (1928)
 Orlando-Favre Jolande, Grenchen
 (1952)
 Brozincevic Alice, Ottikon (1925)
 Leuenberger Hans, Grancia (1945)
 Infanger Margrit, Lommiswil
 (1933)
 Lott Max, Dietikon (1939)
 Stauffer Ernst, Muri b. Bern (1933)
 Högger Kurt, Herisau (1929)
 Wicht Pierre-Alain, Chêne-
 Bougeries (1950)
 Schär Walter, Zuben (1926)
 Weidmann Marie, Bern (1926)
 Vionnet André, Vernamiège (1929)
 Borgeaud Anne-Rose, Basel (1951)
 Bangerter Lotti, Bern (1926)
 Jung Walter, Oberwil BL (1927)

Seltmann Renate, Zürich (1933)
 Togni Adrien, Petit-Lancy (1936)
 Brunschwiler Josef, Zürich (1927)
 Weidmann Alfred, Steinmaur
 (1934)
 Zünti Walter, Luzern (1920)
 Hardmeier Helene, Zumikon (1921)
 Emmenegger Emilie, Luzern (1930)
 Heinemann Ernst, Bennwil (1927)

3/11

Die grössten Post-Talente



Audrey Abadie (28) wohnt in Zürich und ist Consultant für Global Solution Design bei SPS.

Audrey Abadie kam im April 2016 nach Zürich. Die junge Französin hatte bereits mehrere Jahre bei Swiss Post Solutions (SPS) in Paris gearbeitet und brachte fundiertes technisches Wissen und breite Erfahrung bezüglich internationaler Märkte mit. Ihre Karriere bei SPS hatte im Oktober 2012 in der Verkaufsberatung für Frankreich und die Benelux-Staaten begonnen. Schnell wurden ihr weitere Möglichkeiten angeboten, die sie jeweils beim Schopf packte. So wurde sie im Oktober 2013 Business Analyst für den weltweiten Bereich Production Services und im Juli 2015 Consultant für Global Solution Design. Als Jörg Vollmer die Leitung von Swiss Post Solutions übernahm, wurde ihr Bereich reorganisiert, und Audrey Abadie nahm ihre jetzige Stelle in Zürich an. Ihre Aufgaben sind sehr vielseitig, jeder Tag ist anders. Ihr in Englisch verfasstes Pflichtenheft besagt, dass sie Konzepte entwirft, anhand derer strategische Angebote oder solche aus dem Bereich der neuen Technologien, insbesondere der Robotik, entwickelt werden können. Sie berät den Verkauf bei ersten Kundenkontakten. Ihre Querschnittsfunktion, die alle Bereiche von SPS unterstützt, erfordert sowohl ihr Wissen als Wirtschaftsingenieurin aus ihrer Erstausbildung als auch ihre Fähigkeiten als Beraterin. Die sehr teamorientierte Arbeit entspricht Audrey Abadie. Sie geht gerne mit Freunden aus und liebt es, Zürich und die Schweiz zu erkunden. / AC ■