

die Post

9 | 2017

Für unsere Mitarbeitenden

www.post.ch/online-zeitung

P.P.
3030 Bern
Post CH AG



*Warum neue Trends eine
Chance bedeuten*

Schwerpunkt – Seite 10

*Der Lieferroboter ist
in Zürich unterwegs*

Aktuell – Seite 7

Ursi Gehrig

**Sie bringt die
Post hoch zur
Sewenhütte**

Reportage – Seite 22

DIE POST 



Trends und Tempo

Die hohen Besucherzahlen des Unspunnenfests haben es gezeigt: Die Schweizer mögen Traditionen. Eine liebgewonnene Tradition ist hierzulande das Wandern. Mit ihrem Wanderengagement animiert die Post ihre Mitarbeitenden, sich zu bewegen und die Natur zu geniessen. Es muss nicht immer die grosse Bergtour sein. Wenn man als Wanderziel eine SAC-Hütte hat, gibt es einige, die man in weniger als zwei Stunden erreicht. Wie die Sewenhütte im Kanton Uri, die wir für Sie besucht haben. Erfahren Sie in unserer Reportage auf Seite 22, wie Briefe und Pakete ihren Weg auf über 2000 Meter über Meer finden.

Die Post ist ein traditionsreiches Unternehmen, geht aber auch mit der Zeit. Trends wie die Digitalisierung und die Individualisierung und das damit verbundene Tempo sind eine gesellschaftliche Realität. Darauf stellt sich die Post ein. Sie ist dort, wo die Kunden sind, und bietet Produkte und Dienstleistungen an, die die Kundschaft wünscht. Mit Innovationen wie dem Lieferroboter (Seite 7) spürt die Post neue Trends auf. In unserem Schwerpunkt ab Seite 10 erfahren Sie, welche Auswirkungen der Wandel der Gesellschaft auf die Post hat und wie sie die Brücke schlägt zwischen Tradition und Zukunft.

Sandra Gonseth

Sandra Gonseth, Redaktorin



Personal

25 Pöstler aus dem Tessin

Silvano Vezzoli erzählt, wie er seine grosse Liebe bei der Post gefunden hat.

Schwerpunkt

10 Gesellschaftlicher Wandel

Erfahren Sie in unserem Schwerpunkt, welchen Einfluss der gesellschaftliche Wandel auf die Post hat und weshalb neue Trends auch eine Chance sind.

Dialog

16 Paketmarkt der Zukunft

E-Commerce boomt, das Paketvolumen wächst. Marc Hasler, Leiter Produkte- und Marktentwicklung PL, über neue Dienstleistungen, Zustellmittel und Trends.

Strategie

18 Netzentwicklung

Was steckt hinter der neuen Strategie von PostNetz? Thomas Baur, Leiter PostNetz, erklärt, was die vier Stossrichtungen für die Mitarbeitenden bedeuten.



Leute

20 Carolyn Lansdell

Die PostAuto-Mitarbeiterin zeigt als Tandempilotin in Interlaken den Touristen, was sonst nur Adler sehen.



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

Mit Strom durch Interlaken

Ab Herbst fährt in Interlaken erstmals ein Elektropostauto im Linienbetrieb. PostAuto will damit Erfahrungen für künftige Einsatzgebiete sammeln.

Text: Sandra Gonseth



Ab Herbst setzt PostAuto in Interlaken erstmals einen Elektrobus im Linienbetrieb ein.

Nach dem Unspunnenfest ist es im Berneroberränder Touristenort Interlaken wieder etwas ruhiger geworden. Ruhig fährt auch der strombetriebene Bus von PostAuto, der erstmals im Linienbetrieb zum Einsatz kommt. Leise und mit umweltfreundlichem

Elektromotor wird er während einer dreijährigen Testphase durch die Region kurven. «Wir wollen Erfahrungen sammeln und prüfen, ob Elektrobusse für den Einsatz bei PostAuto geeignet sind», erklärt Silvio Gely, Leiter Produktion PostAuto. Im Fokus stehen dabei sowohl das Fahrverhalten auf topografisch abwechslungsreicher Strecke als auch die Reichweite der Batterie. Für den Testbetrieb hat PostAuto den zwölf Meter langen Maxibus der niederländischen Firma EBUSCO gemietet.

Zukunft mit grünem Strom

Doch weshalb haben sich Elektrobusse bei PostAuto noch nicht durchgesetzt? Vor allem das beschränkte Angebot sowie Mehrkosten seien die Hauptgründe für den Testbetrieb, erklärt Silvio Gely. «Die Hersteller werden in den nächsten Jahren aber technologisch noch einiges optimieren, und wir haben schon bald ein breiteres Angebot.» Bis dahin setzt PostAuto weiterhin auf Dieselbusse oder Diesel-Hybridbusse. «Ich gehe aber davon aus, dass in zehn Jahren mehr als die Hälfte der PostAuto-Flotte ohne fossilen Treibstoff unterwegs sein wird», ist Silvio Gely überzeugt. Wie in Saas-Fee, wo PostAuto seit letztem Winter zwei Elektrobusse als Shuttle für Skifahrer betreibt. ■

Innovatorin des Monats

Postsendungen mit persönlicher Note

Seit Kurzem können Geschäftskunden der Post ihren Sendungen eine ganz besondere persönliche Note verleihen. Möglich machen es die Handschriftenroboter des Start-ups Wunderpen aus Berlin. Im Rahmen des Pilotprojekts testet die Post bis Ende 2017 die Nachfrage nach der Dienstleistung. Zugleich wird auch die Annahme überprüft, wonach Handgeschriebenes beim Empfänger eine stärkere Wirkung erzielt als gedruckter Text.

Beschreiben lassen sich von Postkarten bis zum Format A4 alle Grössen. Die Roboter haben einerseits Standardschriften im Repertoire. Andererseits können sie auch persönliche Handschriften erlernen, beispielsweise solche von Führungskräften. Die Schrift wird nicht etwa aufgedruckt, sondern die Maschine führt tatsächlich einen Stift übers Papier. Vom Kugelschreiber bis zum Filzstift kann der Roboter die unterschiedlichsten Schreibgeräte nutzen – sogar eine Füllfeder.

Laut Projektleiterin Sandra Lasarczik von PMG61 sind die sieben Roboter bereits gut ausgelastet; ein regelrechter Ansturm sei vor Weihnachten zu erwarten. Bei Interesse gibt sie gerne Auskunft zu freien Kapazitäten und Preisen. ■



[zum Film](#)



«Die Ziele sind ehrgeizig, aber durchaus realistisch»

Die Beschaffungsorganisation der Post (BOP) soll effizienter und wirtschaftlicher werden. Axel Butterweck, Programmleiter, über die ehrgeizigen Ziele des Projekts BOP2020.

Interview: Sandra Gonseth / Foto: Béatrice Devènes



Axel Butterweck, Programmleiter Beschaffungsorganisation der Post

Weshalb wird die Beschaffungsorganisation der Post neugestaltet?

Es werden vor allem zwei Ziele verfolgt: Zum einen wollen wir die in die Jahre gekommene IT-Beschaffungssysteme durch eine neue moderne Plattform ersetzen. Zum anderen sollen durch optimierte Beschaffungsmethoden und -prozesse grössere Einsparungen erreicht werden. Dies natürlich auf der Basis rechtlicher und kommerzieller Konditionen, damit die konzernweite Kosten- und Leistungstransparenz sichergestellt wird.

Wie ehrgeizig sind diese Ziele?

Die Ziele sind insgesamt als ehrgeizig, aber durchaus als realistisch zu bezeichnen. Vergleiche mit anderen Firmen haben uns aber klar aufgezeigt, dass sie erreichbar sind.

Das Projekt befindet sich in der Umsetzungsphase und soll Ende 2018 abgeschlossen werden. Was läuft zurzeit?

Nachdem wir bereits verschiedene Beschaf-

fungsmethoden und -prozesse im Sommer geschult haben, sind wir nun dabei, die bis zu 18 Jahren alten IT-Beschaffungssysteme durch neue Systeme – unter anderem mit einer Cloudlösung – abzulösen. Der grosse Vorteil wird sein, dass wir unsere Informationen nicht mehr in neun verschiedenen IT-Systemen suchen müssen, sondern alle mit demselben System arbeiten werden, und somit die Transparenz der Daten sichergestellt wird.

Hat dies auch Auswirkungen auf die Organisation?

Die bisherige zentrale-hybride Beschaffungsorganisation wird durch drei Cluster-Manager für die Bereiche Fahrzeuge/Transporte/Instandhaltung, Immobilien und ICT/Dienstleistungen/Produkte ergänzt. Somit kann das spezifisch notwendige Beschaffungs-Know-How noch stärker gebündelt werden. Ansonsten bleiben die bestehenden Beschaffungsorganisationen unverändert. Für unsere Ansprechpartner wird sich somit im Grossen

und Ganzen nicht viel ändern, nur, dass wir verstärkt Produkte und Dienstleistungen via Kataloge bearbeiten wollen.

Und was bedeutet dies für die Mitarbeitenden?

Das Projekt hat vor allem Auswirkungen auf die Arbeit der Mitarbeitenden in den verschiedenen Beschaffungsorganisationen. Erstens werden sie eine neue IT-Beschaffungswelt bearbeiten dürfen, zweitens haben sie die Aufgabe, die neuen Methoden (strategisches Warengruppenmanagement, crossfunktionale Teams usw.) in den Arbeitsalltag zu integrieren. Dies bedeutet eine grosse Veränderung, die von uns allen vollen Einsatz verlangt. ■

Das Beschaffungswesen der Post (BOP)

Das Beschaffungswesen (BOP) ist für das gesamte Beschaffungsvolumen der Post verantwortlich. BOP besteht aus dem zentralen Corporate Procurement (ehemals Konzerneinkauf KEK) und den dezentralen Beschaffungsorganisationen (BO). Für die Beschaffung für Güter und Dienstleistungen werden beispielsweise auch ökologische Aspekte, Risiken und/oder Innovationspotenziale miteinbezogen. Die Grundlage für die Einkaufspolitik der Post bildet das Bundesgesetz und die Verordnung über das öffentliche Beschaffungswesen (BöB/VöB).

Was sagt die Bevölkerung zu Bussen, die selber fahren?

Die selbstfahrenden Postautos rollen seit Juni 2016 durch Sion. Eine Studie zeigt: Die neuen Verkehrsmittel kommen bei der Bevölkerung gut an.

Text: Urs Bloch



Wer mit einem SmartShuttle gefahren ist, hat in der Regel eine positive Einstellung zu selbstfahrenden Bussen.

Seit dem Projektstart im Juni 2016 sind Tausende mit den vollautomatisierten Postautos in Sion gefahren. Nun wollte PostAuto wissen, ob die Bevölkerung überhaupt Gefallen findet an den SmartShuttles oder an selbstfahrenden Bussen

im Allgemeinen. Die Akzeptanz- und Wirkungsstudien des Marktforschungsunternehmens GIM Suisse AG und der Fachhochschule Westschweiz Wallis liefern nun Antworten.

Schweizer generell positiv eingestellt

51 Prozent aller rund 400 Befragten haben gar keine oder nur leichte Bedenken, wenn selbstfahrende Busse eingesetzt werden. In Sion, wo die automatisierten Busse Alltag sind, macht diese Gruppe 62 Prozent aus. 49 Prozent (Sion: 38 Prozent) haben mässige oder grosse Bedenken, in einen selbstfahrenden Bus einzusteigen. In China, Indien, Japan und den USA ist der Anteil jener, die grosse Bedenken haben, wesentlich höher.

Die Ergebnisse bestätigen, was PostAuto bereits beobachtet hatte: Menschen, die schon einmal mit den SmartShuttles gefahren sind,

sind gegenüber selbstfahrenden Bussen positiver eingestellt. Sie äussern auch Ideen, um das Angebot auszubauen. Zum Beispiel mit höheren Geschwindigkeiten, längeren Strecken oder als Shuttle auf Spital- und Firmengeländen. Generell steht die Schweizer Bevölkerung selbstfahrenden Bussen positiv gegenüber.

Die HES-SO Wallis führte in Sion eine Beobachtungsstudie zum Verhalten anderer Verkehrsteilnehmer im Umfeld der SmartShuttles durch. Demnach fügen sich die selbstfahrenden Postautos sehr gut in die städtische Verkehrslandschaft ein und lösen kaum negative Reaktionen aus. Eine der Herausforderungen bleibt noch die Kommunikation zwischen den Shuttles und den anderen Verkehrsteilnehmern, damit die Verkehrsflüsse optimiert und trotzdem harmonisch gestaltet werden können. ■

Kunden die Post näherbringen

Die verschiedenen Zugangspunkte und die praktischen Services der Post stehen im Fokus der aktuellen schweizweiten Privatkundenkampagne – und laden zur Nutzung ein.

Text: Björn Buri

ERLEDIGEN SIE IHRE POST GLEICH IN IHREM QUARTIERLADEN

Mehr zu den über 900 Postagenturen in Quartierläden, Bäckereien und Apotheken erfahren Sie auf meinepost.ch

DIE POST

Zwischen Ende August und November wird eine Privatkundenkampagne auf nationaler Ebene geführt, um den Bekanntheitsgrad der verschiedenen Zugangspunkte und Services zusätzlich zu steigern. Die Kampagne spiegelt das Post-Erlebnis «Meine Post setzt alles in Bewegung, um mein Leben einfacher zu machen – wann, wo und wie es mir passt» wider. Hierzu werden fünf ausgewählte Services vorgestellt: der My Post 24-Automat, die Filiale mit Partner, die Dienstleistung pick@home, die Online-dienste sowie die Bareinzahlung am Domizil. Neben Plakaten und Bildschirmen im öffentlichen Raum verhilft ein umfangreiches crossmediales Massnahmenpaket den Botschaften zu einer breiten Sichtbarkeit. ■



Weiterführende Informationen finden Sie auf meinepost.ch, im Newsletter, den Sie unter www.post.ch/newsletter abonnieren können, oder in der Beilage, die Sie in der Mitte der Zeitung finden.

Neuer Star auf Zürichs Strassen

Seit Anfang September testet die Post erneut den Einsatz von Lieferrobotern auf der letzten Meile, diesmal im Herzen von Zürich. Ein kleiner Schritt für die Logistik, aber ein grosser Schritt für die Innovation.

Text: Mathias Forny / Foto: Alessandro Della Bella

Unter den gespannten Blicken von fast einem Dutzend Journalisten und Fotografen trat ein Lieferroboter am 29. August seine erste Zustelltour im Herzen Zürichs an. Nach den technischen Versuchen in Bern und Solothurn werden nun während sechs Wochen mehrere dieser selbstfahrenden Transportboxen für das Warenhaus Jelmoli im Einsatz stehen: Kunden des Onlineshops können sich Bestellungen mittels Roboter zustellen lassen. Ein Domizil in der grössten Stadt der Schweiz ist dazu nicht erforderlich – vielmehr lässt sich der Zustellort auf einer Karte flexibel definieren. Der mobile Stadtnomade kann sich so beispielsweise sein Picknick auf die Parkbank oder das neue Hemd direkt ins Büro liefern lassen.

Seine Feuertaufe bestand der sechsrädrige Knirps mit Bravour: Trotz dicht bevölkerter Gehsteige und komplexer Strassenquerungen gelangte er bemerkenswert rasch zum Zustellort. Für die Sicherheit sorgen beim Lieferroboter Sensoren, Kameras, ein GPS und sogar Radare. Ganz ohne den Menschen geht es allerdings (noch) nicht: Während der Tests wird das futuristisch anmutende Gefährt von einer Fachperson begleitet. Neben der Überwachung der Fahrt hält diese auch die Reaktionen von Passanten fest. Und diese Reaktionen können durchaus kritisch ausfallen. Eine oft gestellte Frage: Weshalb beschäftigt sich gerade die Post mit solchen Projekten? Claudia Pletscher, Leiterin Entwicklung und Innovation, weiss warum: «Die Post muss sich damit auseinandersetzen, wie die Welt in zehn Jahren aussehen wird. Es ist wichtig für uns, dass wir neue Technologien mit Kunden am Markt testen, weiterentwickeln und diese in unsere Prozesse integrieren.»

Noch bevor der Roboter die letzten Meter der letzten Meile zurückgelegt hat, vibriert das Smartphone des Empfängers: Eine SMS benachrichtigt ihn über das Eintreffen seiner Sendung. Über den mitgelieferten Link wird das Transportfach entriegelt und die Bestellung kann entnommen werden. Nach getaner Arbeit macht der Roboter ringsum kehrt und tritt leise surrend seine Heimreise an. Und manch ein Betrachter fragt sich: Sieht so der Pöstler der Zukunft aus? «Die Post stellt täglich 18 Millionen Sendungen zu – da sind unsere Zusteller in Sachen Effizienz unschlagbar. Der Lieferroboter kann irgendwann eine sinnvolle Ergänzung darstellen», zeigt sich Claudia Pletscher überzeugt. ■



QR-Code scannen und Interview von Claudia Pletscher zum Lieferroboter lesen



Winterferien in der Schweiz



**15 %
Rabatt**

15 % Rabatt für alle Mitarbeitenden und Pensionierten der Post auf alle Reka-Ferienwohnungen in der Schweiz. Jetzt buchen: **reka.ch/post** oder **+41 31 329 66 99**

powered by Personalfonds Post

PERSONALFONDS POST
FONDS DU PERSONNEL POSTE
FONDO DEL PERSONALE POSTA

reka

Kurz notiert



1

1 Zahl des Monats

Die Post hat im ersten Semester 2017 einen Konzerngewinn von 394 Millionen Franken erwirtschaftet (Vorjahr: 313 Millionen Franken). Das Betriebsergebnis (EBIT) stieg auf 547 Millionen Franken, das ist ein Plus von 164 Millionen Franken. Der grösste Teil davon, rund 155 Millionen Franken, ist auf das verbesserte Ergebnis im Finanzdienstleistungsmarkt zurückzuführen. Zusätzlich haben Effizienzmassnahmen, der Umbau des Postnetzes und die fortlaufende Anpassung der Dienstleistungen an das veränderte Kundenverhalten zum guten Ergebnis beigetragen.



2

2 Den Grossen über die Schulter blicken

Einen Blick in die Zukunft werfen. Das können Schülerinnen und Schüler der 5. bis 7. Klasse auch dieses Jahr wieder am «Nationalen Zukunftstag». Dieser findet am 9. November 2017 im EspacePost statt. Die Kinder erhalten an diesem Tag einen Einblick in die verschiedenen Berufe der Post und erleben ganz nah den Arbeitsalltag und das Arbeitsumfeld ihrer Eltern oder Bezugspersonen.

3 Praxis-Tipps für den Geschäftsalltag

Die Post hat ihre Online-Plattform «DirectPoint» komplett überarbeitet und neu gestaltet. Geschäftskunden finden spannende und relevante Inhalte sowie Tipps und Checklisten rund um die Themen Management, Marketing, Kommunikation und Dialogmarketing. Abgerundet wird das Angebot nebst der Website durch einen Newsletter sowie ein gedrucktes Magazin. DirectPoint entdecken:



www.post.ch/directpoint
www.post.ch/directpoint-newsletter
www.post.ch/directpoint-magazin

4



4 Marco Reber neu an Spitze

Der neue Geschäftsleiter von Post Company Cars AG heisst Marco Reber (44). Er trat seine Stelle am 1. September als Nachfolger von Bruno Fankhauser an, der Post Company Cars AG seit dem Frühjahr 2017 ad interim geleitet hatte und weiterhin als Leiter Operations und Mitglied der Geschäftsleitung erhalten bleibt. Marco Reber war von 2011 bis 2016 CEO der Business Fleet Management AG, einer Tochtergesellschaft für Mobilität der Swisscom.

5 Nominiert für den Real Estate Award 2017

Mit Service on Demand – der digitalen Innovation für ergebnisorientiertes Facility Management – ist Post Immobilien für den Real Estate Award 2017 in der Kategorie «Bewirtschaftung» nominiert. Der Award wird am 24. Oktober im Rahmen der Real Estate Night vergeben. Welches Projekt gewinnt, bestimmt eine Online-Abstimmung, die noch bis 15. Oktober läuft.



www.realestateaward.ch
www.post.ch/service-on-demand

Sportlich in den Herbst



Auftanken über Mittag 12.15 – 12.45 Uhr, Basel 2

Nimm über Mittag eine kurze Auszeit vom Arbeitsalltag und fülle deinen Energiespeicher. Die Entspannungstrainerin Valéria Vögtli bietet ihren Arbeitskolleginnen und -kollegen ab diesem Herbst dieses Angebot an. Nachahmer sind herzlich willkommen, ihr Angebot auf postactivity.ch auszusprechen.



Lausanne Marathon 21. – 22. Oktober 2017, Lausanne

Laufen, den Genfersee zur einen Seite, zur anderen die Weinberge, Schiffe, Charlie Chaplin Statue, die Alpen und vieles mehr. Die olympische Stadt und eine traumhafte Landschaft erwarten dich!

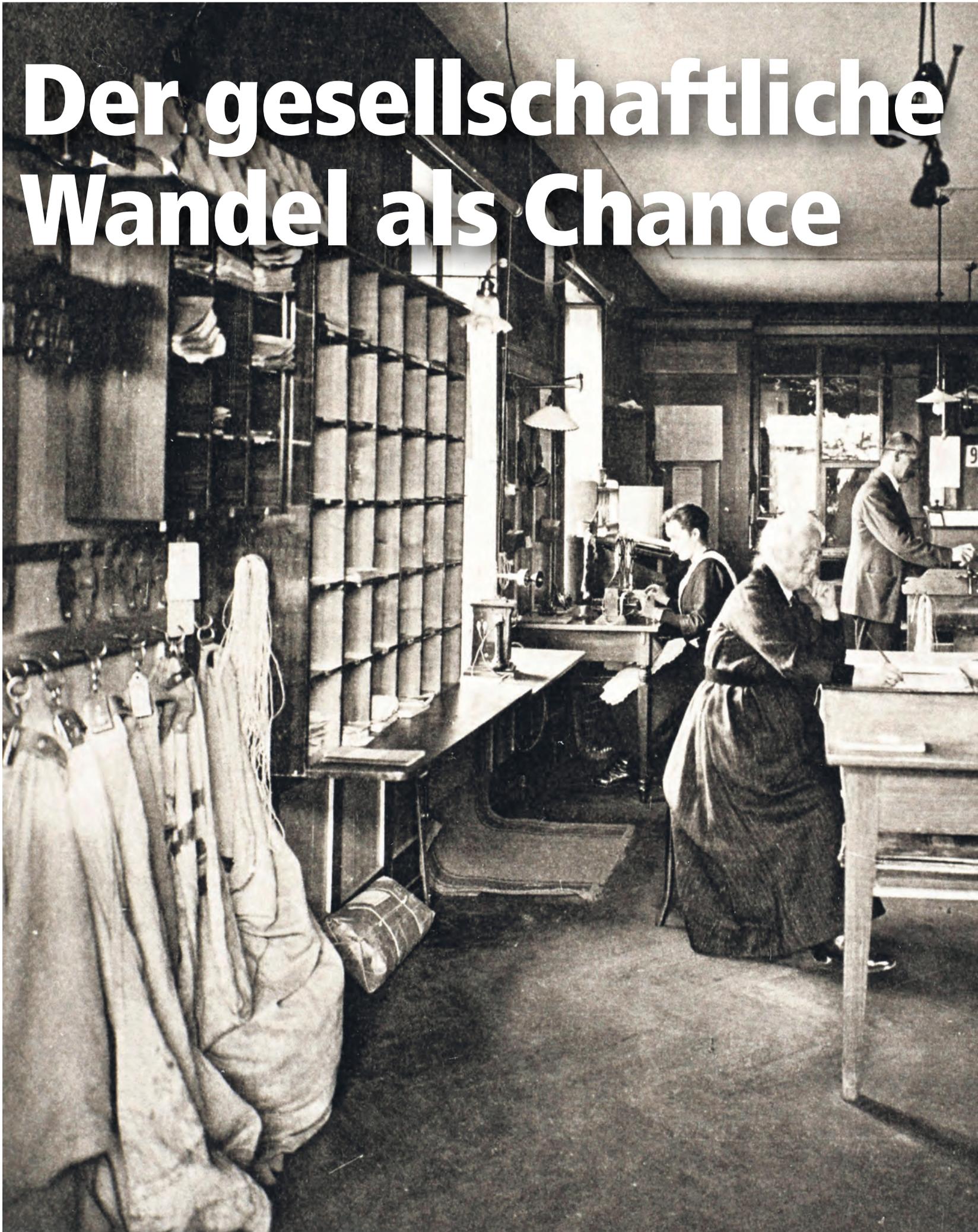


Agenda

DAS ZELT - Chapiteau PostFinance
 13.10.–24.10.2017,
 Aarau, Schachen
www.daszelt.ch

OLMA, St. Gallen
 12.10.–22.10.2017
www.olma-messen.ch

Der gesellschaftliche Wandel als Chance





Postbüro Hombrechtikon 1918

Noch nie hat sich die Welt so rasant verändert. Mit der Digitalisierung schaffen Wirtschaft und Gesellschaft Innovationen, entwickeln neue Modelle und erfinden sich damit immer wieder neu. Auch die Post ist gefordert.

Texte: Sandra Gonseth / Fotos: MfK Bern, Annette Boutellier, Michela Locatelli / Illustration: Christina Messerli, Fanny Güdel

Wie sagt man doch so schön: Die Kinder sind das Abbild unserer Gesellschaft. Das erlebt auch die Berner Pädagogin Barbara Baer täglich hautnah mit: «Die Schüler sind heute offener, kritischer und denken mehr mit.» Durch die Digitalisierung seien sie zwar ständig abgelenkt und oft wenig ausdauernd, dafür aber ideenreich, interessiert und würden auf Neues sehr flexibel reagieren. Auf der anderen Seite steht die ältere Generation, die sich mit dem digitalen Wandel und der globalisierten Arbeitswelt eher schwer tut. «In der Tat», sagt der Zürcher Soziologieprofessor François Höpflinger, «bietet der Wandel vor allem für junge, gut ausgebildete und mobile Menschen neue Chancen.»

Veränderungen sind nicht aufzuhalten

Doch was ist der gesellschaftliche Wandel überhaupt? «Es geht einerseits um Veränderungen der demografischen, wirtschaftlichen und sozialen Lebensverhältnisse», erklärt François Höpflinger. So sei die Bevölkerung heute im Vergleich zu 1970 älter, besser ausgebildet und profitiert auch im Rentenalter von einer längeren gesunden Lebenserwartung. Andererseits bedeute der Wandel auch veränderte Werthaltungen, z. B. das Sicherheitsempfinden, das in einer unsicheren Gesellschaft zunehme, oder die verstärkte Bedeutung der Individualisierung. Letztere schlägt sich auch im Kaufverhalten nieder: Der Kunde will Produkte, die seinen individuellen Bedürfnissen entsprechen.

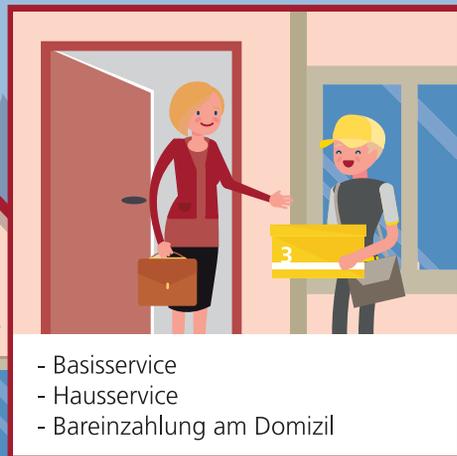
Fast alle Branchen und Berufe betroffen

«Unsere Kunden werden immer mobiler und anspruchsvoller», beschreibt Dieter Bambauer, Leiter PostLogistics, das Kundenprofil. «Wird etwas online bestellt, soll es bereits am nächsten Tag zu Hause ausgepackt werden können.» Dass sich dieser Trend fortsetzen wird, ist auch François Höpflinger überzeugt: «Schon heute werden vermehrt digitale Angebote genutzt, und die Bevölkerung tätigt ihre Einkäufe, Post- oder Bankgeschäfte in überregionalen Zentren.»

Fortsetzung auf Seite 12

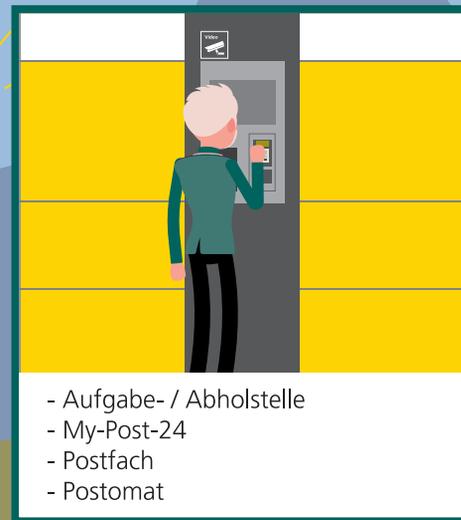
DIE ZUGANGSPUNKTE DER POST

Zu Hause



- Basisservice
- Hauservice
- Bareinzahlung am Domizil

Unterwegs



- Aufgabe- / Abholstelle
- My-Post-24
- Postfach
- Postomat



- Filiale
- PostFinance-Filiale



Fortsetzung Seite 11

Vom veränderten Kundenverhalten seien zwar praktisch alle Branchen und Berufe betroffen, besonders gefordert würden aber Dienstleistungsunternehmen, die sowohl junge als auch ältere Kunden betreuen. Denn dort gebe es grosse Generationenunterschiede bei den Bedürfnissen (siehe auch Interview auf Seite 15).

Die Post erlebt den grössten Umbruch

Genau zwischen diesen Generationenunterschieden muss die Post als traditionsreiches Unternehmen eine Brücke schlagen. «Die Post hat sich im Verlauf der Geschichte stets den Veränderungen und neuen Technologien angepasst», sagt Bernhard Häuselmann, Projektleiter Strategie Post. «Sobald das erste Auto fuhr, war der Postsack schon drin», schmunzelt er. Mit der Digitalisierung erlebe die Post nun wahrscheinlich den grössten Umbruch in ihrer Geschichte. «Wir beschäftigen uns zurzeit intensiv mit Wachstums- und Entwicklungsthemen, suchen Trends, schauen, ob sie sich für die Post flächendeckend umsetzen lassen», erklärt Bernhard Häuselmann. Denn: Die Post müsse sich dort aufstellen, wo die Kunden sind. Ein Beispiel ist der Umbau des Postnetzes, das Stück für Stück an die neuen Kundenbedürfnisse angepasst wird (siehe

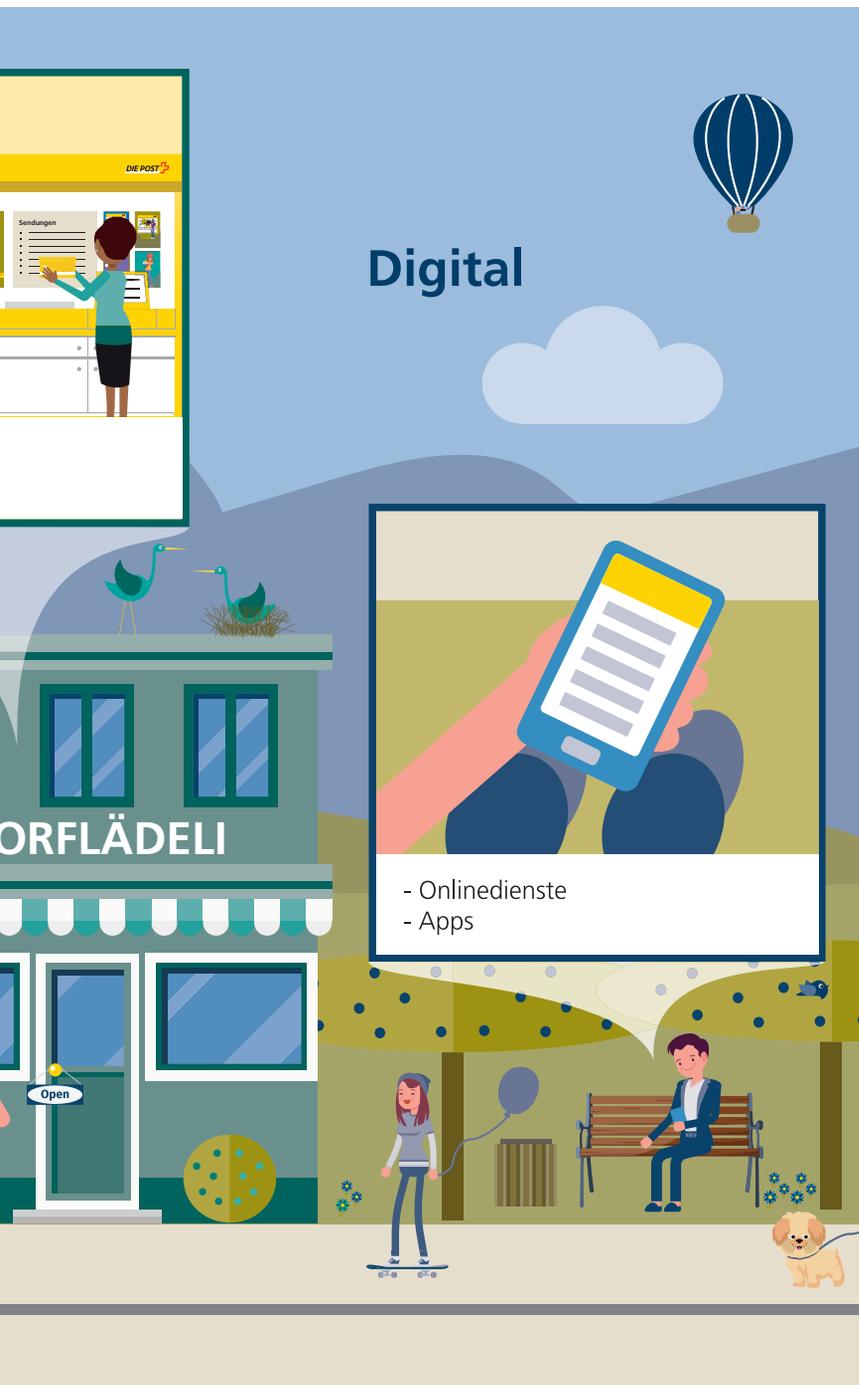
«Die Post hat sich im Verlauf der Geschichte stets den Veränderungen und neuen Technologien angepasst.»

Bernhard Häuselmann, Projektleiter Strategie Post

Grafik). Die Post testet aber auch Innovationen wie die autonomen Busse oder die Lieferroboter auf ihre Praxistauglichkeit, um herauszufinden, mit welchen neuen Technologien die Kunden noch besser bedient werden können.

Weitere Treiber für Veränderungen

Die Treiber für Veränderungen bei der Post sind neben gesellschaftlichen und technologischen aber auch rechtlich-politische. «Teils sind der Post



Postmitarbeitende als Kunden



Nicole Marchon Besson (43), Projektleiterin CEM PostMail
 Wohnt mit ihrer Familie (zwei Kinder) in Bern, Arbeitsweg mit E-Bike, tätigt ihre Einkäufe im Quartier.

«Meine Gewohnheiten haben sich insofern verändert, als dass ich meine Bedürfnisse schnell befriedigt haben möchte. Wenn ich online bestelle, will ich das Paket so rasch wie möglich erhalten. Kommt es nicht schnell genug, wechsele ich lieber zu einem anderen Anbieter. Ich nutze vor allem die Dienstleistung «Meine Sendungen», weil ich nicht auf die Öffnungszeiten einer Poststelle angewiesen sein möchte. Es ist praktisch, sich eingeschriebene Briefe nochmals senden zu lassen, oder dass der Pöstler die Pakete direkt im geschützten Gartenhäuschen platziert. Auf eine Poststelle gehe ich eigentlich nur noch, um Briefmarken zu kaufen. Für mich als Postkundin ist es wichtig, dass ich die Wahl habe, ob ich eine Dienstleistung digital oder physisch beanspruchen möchte. Und ich finde es gut, dass die Post mit ihren Innovationen mit der Gesellschaft Schritt hält.» ■

die Hände gebunden», betont Bernhard Häuselmann. Wie im Bankensektor, wo die Post bis dato nicht über eine Banklizenz verfügt. Auch der Wirtschaftsdachverband economiesuisse appellierte kürzlich an die Politik, nicht mit voreiligen Regulierungen die für die Transformation nötigen Freiräume zu beschneiden.

Neue Studie von economiesuisse

Die neue Studie des Verbands zeigt, dass die Schweiz auch dank ihrem hervorragenden Berufsbildungssystem grundsätzlich gut aufgestellt ist, den digitalen Wandel zu meistern. «Es hängt jetzt wesentlich davon ab, ob es gelingt, die mit der Digitalisierung verbundenen Herausforderungen positiv, offen und mit viel Selbstvertrauen anzugehen», erklärt Rudolf Minsch, Chefökonom von economiesuisse. Denn niemand kann heute mit Bestimmtheit sagen, wohin uns die gegenwärtigen Entwicklungen in fünf, zehn oder zwanzig Jahren bringen werden. ■



Diane Cattin (23), Paketbotin Distributionsbasis Boudry
Wohnt mit ihrem Freund im Val-de-Ruz im Neuenburger Jura,
Arbeitsweg mit Auto, tätigt die Einkäufe übers Internet, geht
aber auch in lokale Geschäfte.

«Da der Wandel nicht mehr aufzuhalten ist, bleibt uns nichts anderes übrig, als uns anzupassen. Praktisch finde ich die Sendungsverfolgung von Paketen, weil man immer weiss, wo sich das Paket aktuell befindet. Da sich ansonsten meine Gewohnheiten als Kundin nicht gross verändert haben, ist für mich sehr wichtig, dass es in unserem Dorf weiterhin eine Filiale gibt. Die Filialen nehmen nicht nur eine soziale Aufgabe wahr, sondern viele Leute wie ich sind auch darauf angewiesen. Ich finde es grundsätzlich gut, wenn die Post neue Produkte auf den Markt bringt, aber immer unter dem Vorbehalt, dass die erforderliche Mehrarbeit nicht in weniger Arbeitszeit erledigt werden muss.» ■



Michel Rolli (27), Kundenberater PostFinance-Filiale Biel
Wohnt mit zwei langjährigen Kollegen in einer WG in Bern,
Arbeitsweg mit öV, tätigt seine Einkäufe am Hauptbahnhof
Bern oder am Wochenende im Quartier.

«Die Digitalisierung empfinde ich überhaupt nicht als negativ, sondern als Chance. Wichtig ist, dass mir Dienstleistungen das Leben leichter machen. Deshalb bevorzuge ich Produkte, die individuell auf den Kunden zugeschnitten sind. Privat nutze ich vor allem die My Post 24-Automaten, die SMS-Briefmarken sowie die PostFinance APP, das mobile E-Trading und PostFinance Benefit. Ich finde es gut, dass die Post offen ist für Veränderungen, die Digitalisierung nicht vernachlässigt und immer wieder neue Dienstleistungen anbietet. Wichtig ist mir als Postkunde, dass ich nach wie vor zu meinen genutzten Dienstleistungen Zugang habe und wenn dies nicht mehr möglich ist, ein guter Ersatz vorhanden ist.» ■



Pietro Cattaneo (56), Leiter PostNetz Region Tessin und Moesano
Lebt mit seiner Frau in Meride, hat zwei erwachsene Kinder
und zwei Enkelkinder, arbeitet im Homeoffice, kauft im regio-
nalen Einkaufszentrum ein, bestellt Non-Food-Artikel gerne
auch online.

«Die Digitalisierung erleichtert mir den Alltag enorm. Als zum Beispiel meine Kinder im Ausland studierten, konnte ich mich über Applikationen mit ihnen austauschen und mit E-Finance sogar ihre Konten verwalten. Natürlich schüren die neuen Technologien und die damit verbundene unsachgemässe Benutzung von Geräten auch Ängste. Beruflich und privat nutze ich fast alle digitalen Services der Post. Am meisten die Post-App, Postcard Creator und E-Post Office sowie die Apps von PostFinance oder TWINT. Dank der neuen Technologien kann ich mich über das Homeoffice direkt mit meinen Mitarbeitenden austauschen. Ich finde es sehr positiv, dass die Post ganz vorne mit dabei ist, was Innovationen und neue Produkte angeht.» ■

«Neue Entwicklungen stossen zuerst oft auf Skepsis»

François Höpflinger (69), emeritierter Soziologieprofessor an der Uni Zürich, erklärt, für wen der gesellschaftliche Wandel neue Chancen bringt und wer vom Tempo eher überfordert ist.

Interview: Sandra Gonseth / Foto: Keystone

«Von den veränderten Kundenbedürfnissen sind grundsätzlich fast alle Branchen und Berufe betroffen.»

François Höpflinger



Weshalb reagieren wir auf neue Trends oft mit Vorbehalten?

Das Neue ist unbekannt, mit dem Alten ist man vertraut. Deshalb stossen neue Entwicklungen zuerst oft auf Skepsis. Allerdings hat sich das Verhältnis Neu–Alt in unserer Gesellschaft grundlegend verändert: Früher musste man belegen, wieso es das Neue braucht, heute muss man begründen, wieso man nichts ändern soll.

Wer kann denn am besten mit dem Wandel umgehen?

Allgemein bietet Wandel neue Chancen für jüngere Menschen: Eine globalisierte internationale Arbeitswelt erhöht beispielsweise die Karriereoptionen junger gut ausgebildeter und mobiler Menschen, wogegen sich ältere Arbeitskräfte ohne Weiterbildung davon bedroht fühlen. Dasselbe gilt für den digitalen Wandel. Hier werden vor allem ältere Menschen ausgeschlossen, die nicht offen für Neues sind.

In welchen Branchen sieht man den Wandel am deutlichsten?

Von den veränderten Kundenbedürfnissen sind grundsätzlich fast alle Branchen und Berufe betroffen. Selbst klassisch handwerkliche Berufe müssen sich mit anspruchsvollen und oft gut informierten Kunden auseinandersetzen. Beson-

ders herausgefordert sind Dienstleistungsunternehmen, die sowohl junge wie ältere Kunden aufweisen – weil grosse Generationenunterschiede in den Bedürfnissen vorliegen.

In Filialen mit Partner kann man gleich den Wocheneinkauf erledigen. Entspricht dies dem gesellschaftlichen Trend?

Der Trend – verstärkt durch E-Geschäfte – geht in Richtung einer ständigen Verfügbarkeit (auch abends und am Wochenende). Gleichzeitig zeigt sich ein Trend weg von Spezialgeschäften hin zu polyvalenten Orten, wo man komfortabel unterschiedliche Geschäfte bzw. Einkäufe erledigen kann.

Sagen Sie deshalb auch, dass Dorfläden oder eine Poststelle im Dorf für junge Familien nicht mehr stark von Bedeutung sind?

Junge Familien – vor allem, wenn Mutter und Vater erwerbstätig sind – sind mobiler und weniger stark auf lokale Angebote ausgerichtet. Wer wie junge Eltern zeitlich stark belastet ist, nutzt eher digitale Angebote und überregionale Einkaufs- und Poststellen.

Alle sprechen vom Wandel. Aber wer setzt eigentlich die Trends?

Einige Entwicklungen ergeben sich ohne Steue-

rung, beispielsweise die demografische Alterung. Andere Trends – etwa im Kreativ- und Kulturbereich – werden von globalen Marketing- und Modefirmen beeinflusst. Neue gesellschaftliche Trends – wie etwa der aktuelle Trend zur Share-Economy, also dem Teilen von gemeinsamen Ressourcen – entstehen in urbanen Gebieten, wo sich junge Menschen aus verschiedenen Kulturen und Fachbereichen vernetzen. Soziologisch interessant ist die Feststellung, dass jeder Trend früher oder später auch zu einem Gegen-trend führt. So hat die Globalisierung in der Schweiz zum Gegenteil der Aufwertung lokaler Traditionen beigetragen.

Und welche Veränderungen haben Sie am meisten geprägt?

Beruflich war die Entwicklung des Computers und später des Internets zentral, weil damit vieles einfacher und besser vernetzbar wurde. Persönlich haben mich das Erwachsenwerden meiner zwei Kinder und die Geburt meiner vier Enkelkinder stark geprägt. ■

«Unsere Mitarbeiter tragen massgeblich

Mehr Flexibilität und Komfort beim Empfang von Sendungen dank neuer Zusatzdienstleistungen? Marc Hasler, Leiter Paketmarkt und neue Zustellmittel.

Interview: Lea Freiburghaus / Foto: Yoshiko Kusano / Illustration: Dennis Oswald, Branders

Reaktionen

Andreas Moser, PM

Mir genügen die heute verfügbaren Zugangspunkte. Insbesondere die My Post 24-Automaten schaffen mir persönlich echten Mehrwert, weil ich an keine Zeitfenster gebunden bin und diese Möglichkeit erst noch keine Extrakosten verursacht.

Peter Burch, PN

Grundsätzlich habe ich einen Mehrwert, wenn ich das Zustellfenster selbst bestimmen kann. Ob ich diesen Mehrwert haben möchte, das ist dann auch eine Frage des Preises. Grundsätzlich wünscht man sich ja das Bestellte immer so schnell wie möglich nach Hause. Sollte die Differenz zwischen dem «normalen» Paket und dem «Zeitfenster-Paket» bei der Zustellung mehrere Tage betragen (wie A- und B-Post) plus den Mehrpreis, so müsste ich dies nochmals genauer prüfen.

Giuseppe Marcucci, PN

Ich glaube, dass es mit My Post 24, PickPost, den Zugangspunkten von PN und der Zustellung durch die Briefträger bereits genügend Möglichkeiten gibt, um seine Pakete zu erhalten. Lösungen zu erfinden, die kein Kundenbedürfnis befriedigen, lohnt sich meiner Meinung nach nicht. Insbesondere, da die Kunden tagsüber arbeiten und am Abend ihren Hobbys nachgehen möchten, anstatt an ein Zustellzeitfenster gebunden zu sein.

Markus Kohli, K

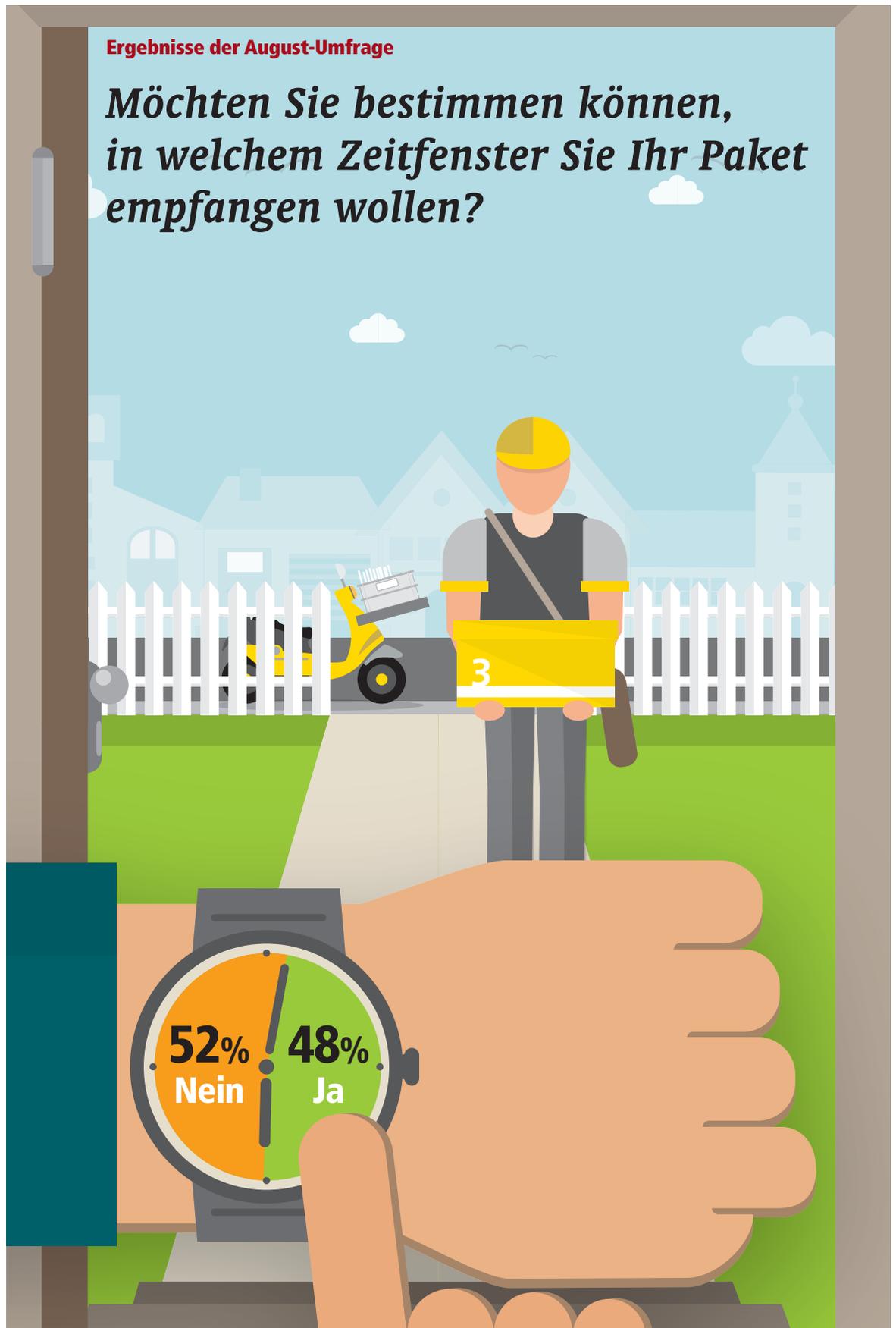
Vielleicht sollte man den Ansatz von anderen Logistikern prüfen, die den Kunden von vornherein auf circa eine Stunde genau sagen können, wann etwas geliefert wird. Das wäre eine deutliche Verbesserung für die Kunden, statt kostenpflichtig ein Zeitfenster von fast einem halben Tag buchen zu können. Da sehe ich keinen grossen Mehrwert.



Mehr Reaktionen online:
www.post.ch/personal-zeitung > Archiv

Ergebnisse der August-Umfrage

Möchten Sie bestimmen können, in welchem Zeitfenster Sie Ihr Paket empfangen wollen?



zu positiven Kundenerlebnissen bei»

Produkte- und Marktentwicklung PostLogistics, über das sich verändernde Kundenverhalten, den wachsenden

Knapp die Hälfte der Pöstler, die an der Umfrage teilgenommen haben, möchte bestimmen, in welchem Zeitfenster sie Pakete bekommen. Erstaunt Sie dieses Ergebnis?

Nein. Der Wert ist erfreulich und zeigt, dass das neue Angebot begehrt ist. Sicher werden wir damit nicht alle Kunden erreichen – schliesslich haben sie unterschiedliche Bedürfnisse. Wir bieten viele Empfängerdienstleistungen an. Manche bevorzugen die Sendungssteuerung über den Onlinedienst «Meine Sendungen» und andere nutzen lieber unseren My Post 24-Automaten, der rund um die Uhr, sieben Tage die Woche verfügbar ist.

Wie gefragt sind andere Zusatzleistungen, die die Post anbietet – beispielsweise die Samstag-, die Sonntags- oder die Abendzustellung?

Die Post hat diese Zusatzleistungen sowie den Onlinedienst «Meine Sendungen» in den letzten Jahren eingeführt, um den Kunden mehr Flexibilität und Komfort beim Empfang und Versand ihrer Sendungen zu bieten. Die Samstag- und die Abendzustellung haben sich etabliert und zeigen erfreuliche Wachstumsraten. Die Sonntagszustellung befindet sich noch in der Anlaufphase und wird von einigen Grosskunden stark getrieben.

E-Commerce boomt, das Paketvolumen wächst.

Wie wird sich der Markt in Zukunft entwickeln?

Im Jahr 2016 wuchs das Marktvolumen des E-Commerce um 8,3 Prozent auf 7,8 Milliarden Franken. Wir gehen davon aus, dass das Wachstum anhält. Die Digitalisierung des Handels wird weiter voranschreiten. Das Wachstum wird sich bei gleichzeitiger Ausweitung in neue Bereiche intensivieren.

Immer rascher, immer flexibler soll die Zustellung sein. Wird sich das Kundenverhalten entlang dieser Dimensionen weiterentwickeln?

Der Schweizer E-Commerce-Stimmungsbarometer 2016 bestätigt, dass die Kunden eine schnelle Lieferung erwarten – in der Schweiz vorzugsweise bereits am Tag nach der Bestellung. Diese Aussage wird auch durch die Entwicklung unserer Priority-Paket-Mengen belegt. Ferner wird die



Marc Hasler, Leiter Produkte- und Marktentwicklung PL

Gleichtagszustellung vermehrt nachgefragt werden. Auch städtische Instant-Delivery-Modelle mit Lieferungen innerhalb von 90 Minuten gewinnen an Bedeutung. Zudem möchten Onlinekunden zwischen verschiedenen Versandoptionen – zum Beispiel Wahl eines alternativen Lieferorts, Zustellung zu einer Randzeit oder Ankündigung der Zustellung per SMS – auswählen können. Und dies ist noch nicht das Ende der Entwicklung: Die Empfängerkunden verlangen nach noch mehr Flexibilität in der Sendungssteuerung und Individualität beim Empfang bis hin zur Zustellung auf Basis von GPS-Lokalisierung.

In Zürich wird gerade der Lieferroboter der zweiten Generation getestet. Wie geht es danach weiter?

Wir testen derzeit mit dem Warenhaus Jelmoli, wie Lieferroboter in eine bestehende Logistikkette eingebunden werden können. Unser Ziel ist es, in unterschiedlichsten Bereichen unsere Erfahrungen zu sammeln – von der Essenslieferung über den Versand von medizinischen Produkten bis hin zur Gleichtagszustellung von Spezialsendungen. Das Potenzial von Lieferrobotern sehen wir darin, kleine Sendungen flexibel, schnell und günstig in einer lokalen Umgebung zu befördern.

Wie steht es um die Zustellung mit Drohnen?

In der Drohnenlogistik übernimmt die Post welt-

weit eine Pionierrolle. In Lugano sollen Lieferdrohnen ab dem Jahr 2018 Blutproben fix zwischen zwei Spitälern transportieren. Ein entsprechender Testbetrieb hierfür läuft bereits. Drohnen werden in der Logistik eine zunehmende Rolle spielen – vor allem beim Transport hochprioritärer und/oder hochwertiger Sendungen. Die Drohne wird aber auch langfristig die Zustellkapazität unserer über 1900 Zustellfahrzeuge nicht ersetzen können.

Wie sieht die Paketzustellung in zehn Jahren aus – und welches sind die Folgen für unsere Mitarbeitenden?

Ich sehe fünf Trends, die den Paketmarkt entscheidend beeinflussen werden: Erstens wird der Onlinehandel – und damit die Paketmenge – weiter wachsen. Zweitens nimmt die Konkurrenz und damit auch der Margendruck weiter zu. Drittens werden neue Technologien unsere Tätigkeiten verändern. Viertens werden die Kunden immer anspruchsvoller und wünschen verstärkt individualisierte Angebote. Und fünftens wird uns die steigende Urbanisierung und die Überalterung vor neue Herausforderungen stellen. Was heisst das für unsere Mitarbeitenden? Wir werden weiter in einem Wachstumsmarkt tätig sein, der hart umkämpft ist und trotz neuer Zustellmittel nicht ohne unsere zuverlässigen und freundlichen Mitarbeitenden auskommt. Im Gegenteil: Unsere Mitarbeitenden sind es, die massgeblich zu positiven Kundenerlebnissen beitragen, die letztendlich matchentscheidend sind. ■



<https://e-commerce.post.ch>

Frage des Monats

Würden Sie der Post Ihre medizinischen Daten anvertrauen?



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

oder schriftlich an: Die Schweizerische Post AG, Redaktion
«Die Post» (K12), Wankdorfallee 4, 3030 Bern

«Wir sind das Gesicht der Post»

Mit der neuen Strategie 2017–2020 will sich der Konzernbereich PostNetz auf die eigenen Stärken konzentrieren und dem Postnetz den Wert geben, den es verdient. Was steckt dahinter? Wohin geht die Reise? Thomas Baur, Leiter PostNetz, gibt Auskunft.

Interview: Gabriel Ehrbar, Vera Trachsel / Foto: Monika Flückiger



Thomas Baur, Leiter PostNetz

Im Juni informierten Sie die Kaderleute von PN über die neue Strategie. Wie waren die Reaktionen?

Die Reaktionen waren durchwegs positiv. Das hat mich etwas überrascht, denn es waren ja nicht nur «Good News». Am meisten gefreut hat mich, dass danach eine richtige Aufbruchsstimmung zu spüren war. Die Leute sehen, wohin unsere Reise geht, welche Rolle sie selbst und PN innerhalb des Konzerns einnehmen, welche Möglichkeiten die digitalen Medien uns bieten und dass wir in unsere Mitarbeitenden investieren. Gut angekommen ist auch unser neues Führungsmodell, das mehr Verantwortung und Kompetenzen in der Fläche bringt.

Die Strategie beinhaltet vier Stossrichtungen mit verschiedenen Massnahmen. Worauf legen Sie den kurzfristigen Fokus?

Einerseits müssen wir bei der Netzentwicklung am Ball bleiben. Ein weiteres wichtiges Thema ist das Projekt «Filiale der Zukunft». Damit meine ich nicht nur die Umgestaltung unserer Filialen. Viel wichtiger ist mir, was wir als «digital fit» bezeichnen. Konkret: Wir müssen unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Schulungen und einer optimierten Infrastruktur in Bezug auf die Beratung unserer digitalen Produkte fit machen.

Was wird für die Mitarbeitenden von PN in den kommenden Monaten am stärksten spürbar sein?

Mir ist wichtig, dass unsere Mitarbeitenden spüren, dass eine andere Führungsphilosophie herrscht. Besonderen Wert wird auf die bereits erwähnte Stärkung der Fläche durch mehr Verantwortung und Kompetenzen gelegt.

Eine Strategie kann nur erfolgreich umgesetzt werden, wenn sie von den Mitarbeitenden getragen wird. Was unternehmen Sie, um die Mitarbeitenden für die Strategie zu gewinnen?

Eine Strategie auf Papier nützt wenig. Sie muss gelebt werden und nachvollziehbar sein. Wir müssen den Mitarbeitenden die Strategie und die Gründe dafür immer wieder erklären. Warum sind Veränderungen nötig? Warum wird diese und jene Anpassung vorgenommen? Nur, wenn die Mitarbeitenden die Strategie verstanden haben, tragen sie diese mit. Elementar ist zudem, dass wir immer wieder den Bezug zum Arbeitsalltag herstellen. Nur so wird die Strategie für jeden Einzelnen relevant. Und: Auf die gemachten Versprechungen müssen bald erste Taten folgen. Die Mitarbeitenden müssen spüren, dass es vorwärts geht.

Welche Chancen bieten sich für die anderen Konzernbereiche durch die neue Strategie von PN?

Bei der Post gibt es gerade im digitalen Bereich sehr viele gute Produkte und Ideen. Und praktisch immer stehen der Konzern und die Bereiche vor derselben grossen Herausforderung: Wie erreichen wir mit diesen Produkten ein breites Publikum? Hier könnte das PostNetz mit Blick auf die Marktdurchdringung eine ganz wichtige Rolle übernehmen.

Eine letzte Frage: Was bedeutet das Postnetz für Sie?

Wir sind – zusammen mit Zustellerinnen und Zustellern – das Gesicht der Post und öffnen unseren Kundinnen und Kunden das Tor zur gelben Welt. ■



Die vier Stossrichtungen der neuen Strategie

Mehr Gelb

Mit unseren Angeboten vereinfachen wir den Alltag unserer Kundinnen und Kunden.

Mit 100 auf 100

Mit 100 Prozent Einsatz wollen wir unser finanzielles Resultat um 100 Millionen Franken verbessern.

Mehr begeisterte Kunden

Mit Angeboten, die zu unseren Kunden passen, schaffen wir positive Kundenerlebnisse.

Mein Zuständigkeitsbereich – mein Unternehmen

Wir alle übernehmen Verantwortung, nutzen unsere Stärken und handeln unternehmerisch.



Mehr Infos zur Strategie PN im Intranet: www.post.ch/strategiepn
Jetzt mitdiskutieren im TommyBlog (nur Mitarbeitende mit Intranetzugang): www.einfach-nah.ch > TommyBlog

Postorama 2017

Möchten Sie wissen, welche neuen Produkte die Post lanciert? Möchten Sie Susanne Ruoff eine Frage stellen? Dann ist das Postorama, das jeweils von 19 bis 22 Uhr stattfindet, genau das Richtige für Sie!

- 25. Oktober in Schlieren

Anmelden unter: www.post.ch/postorama

IMS erschliesst neue Ertragsquellen

Günstige Preise für die Post und neue Ideen für den Drittmarkt, um den Gewinn zu steigern: Dies sind die Ziele der Post Immobilien Management und Services AG (IMS) in den nächsten Jahren. Wie sollen sie erreicht werden?

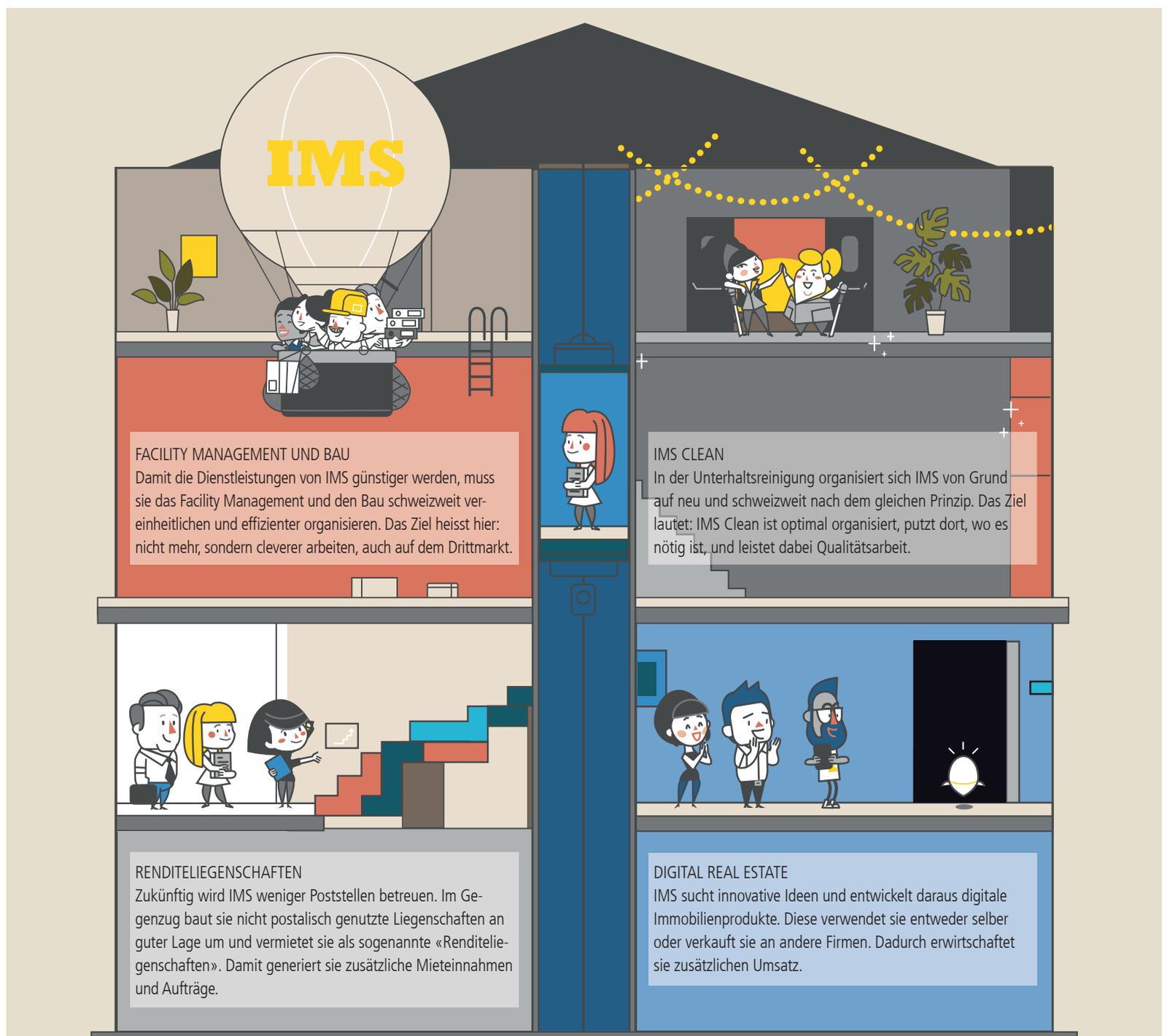
Text: Claudia Iraoui / Illustration: Pixelfarm

Die gesellschaftlichen Veränderungen und die Digitalisierung haben direkte und indirekte Auswirkungen auf alle Bereiche der Post. Als Immobilien-Dienstleisterin, die den gesamten Lebenszyklus eines Gebäudes abdeckt, bildet Post Immobilien Management und Services AG (IMS) hier keine Ausnahme. «IMS verfolgt hauptsächlich zwei Ziele: Einerseits den Bereichen der Post bedürfnisgerechte Flächen zu Marktpreisen zur Verfügung zu stellen. Andererseits durch die Entwicklung des

nicht postalisch genutzten Liegenschaftsbestands langfristig Mieterträge von Dritten zu generieren», erklärt Stefan Dürig, Geschäftsleiter IMS. Der Umbau des Postnetzes hat weitreichende Folgen für den Bereich: Die Poststellen werden in neue Formate umgewandelt, wodurch IMS Aufträge und Umsatz verliert. Gleichzeitig verlangt die Post, dass die Dienstleistungen günstiger werden – sowohl beim Facility Management als auch bei der Reinigung. Wie also neue Einnahmequellen

erschliessen und gleichzeitig die Kosten pro Quadratmeter senken? Antworten auf diese Frage gibt die neue Strategie von IMS, die auch in unserer Grafik und im Intranetvideo erklärt wird. ■

 **QR-Code scannen
und IMS-Strategiefilm
ansehen**



Pilotin im Mekka des Tandemfliegens

Als Tandempilotin zeigt Carolyn Lansdell Touristen in Interlaken, was sonst nur Adler sehen. Mit dem Postauto fährt sie ihre Passagiere auf einer der schwierigsten Bergstrecken sicher ans Ziel.

Text: Ruth Hafen / Fotos: Monika Flückiger



Auf dem Landeanflug auf der Höhenmatte Interlaken mit Blick zur Jungfrau.

Sie weiss, was es heisst, die Welt aus der Vogelperspektive zu betrachten. Wenn sie mit ihrem Gleitschirm die Thermik ausnutzt und am Himmel kreist wie ein Vogel, gehört das für sie zum Besten auf der Welt. Fliegen ist ihre Leidenschaft – und ihr Beruf. Als zweites Standbein hat sie seit dreieinhalb Jahren das Postauto. Aber auch hier geht es in die Höhe, wenn sie mit ihrem Kleinbus die Bergstrecke von Wilderswil nach Saxeten hochfährt. Es ist eine schwierige Strecke, einspurig, voller enger Kurven. Aber für Carolyn Lansdell gerade richtig. Natürlich könnte sie auf die Schrecksekunden verzichten, wenn ihr plötzlich in der Mitte der Strasse ein paar Velofahrer im Renn-tempo entgegenkommen. Aber sie weiss, dass sie ihre Arbeit ruhig angehen kann. Sie hat keinen grossen Fahrplandruck. Wenn sie die Staumeldungen aus Bern und Luzern hört, geniesst sie ihre Arbeit umso mehr.

Saxeten sei ein ganz besonderer Ort, findet die 51-jährige gebürtige Baslerin, die vor 16 Jahren in diese Gegend gezogen ist. «Saxeten liegt so nah an Klein Dubai, wie ich Interlaken gerne nenne. So nah und doch so abgeschieden. Dieser Kontrast gefällt mir.» Als Postauto-Fahrerin ist Lansdell in einem 30-Prozent-Pensum tätig, sonst arbeitet sie in Interlaken, dem «Mekka des Tandemfliegens», als Gleitschirm-Tandempilotin.

Die Welt entdeckt mit dem Gleitschirmzirkus

Mittlerweile kann Lansdell auf eine fast 30-jährige Karriere im Gleitschirmfliegen zurückblicken. Nachdem sie den Sport 1988 entdeckt hatte – nach Stationen im Turmspringen, Trampolinspringen und in der Skiakrobatik –, gab es bald nichts anderes mehr für sie. Ab 1994 war sie sieben Jahre in der Schweizer

Persönlich

Carolyn Lansdell (51)

Seit dreieinhalb Jahren bei PostAuto

Ausbildung zur kaufmännischen Angestellten

Patenterte Snowboardlehrerin SSBS und zertifizierte

Tandempilotin SHV und USHPA

2. Gesamtrang Paragliding-Weltcup 1999

Wohnt mit Tochter Robyn (16) in Matten bei Interlaken

Wenn sie nicht in ihrem Garten ist, verbringt sie ihre

Zeit am liebsten auf dem Wasser mit Stand-up-Paddling

und im Winter mit Snowboarden

Liga und reiste zu Wettkämpfen um die ganze Welt. Dieses «Zirkusleben», sagt Lansdell, habe ihr sehr gut gefallen. Im Streckenflug bekomme man eine Aufgabe gestellt, bei der man gewisse Wendepunkte anfliegen müsse; wer das am schnellsten erledigt, habe gewonnen. Eine Art Postenlauf in der Luft, mit Abenteuergarantie. «Wenn du die Thermik falsch einschätzt und irgendwo im Juhee landest, musst du schauen, wie du wieder zurück in die Zivilisation kommst. In China, wo auf dem Land niemand Englisch spricht und die Karten auf Chinesisch angeschrieben sind, ist das eine Herausforderung. In dieser Zeit habe ich gelernt, dass die Leute überall auf der Welt extrem hilfsbereit sind.»

Viel Flugerfahrung und psychologisches Fingerspitzengefühl

Nach der Geburt ihrer Tochter Robyn 2001 hat sie sich auf die Arbeit als Tandempilotin konzentriert und fliegt heute oft mit Frauen aus dem arabischen Raum, denn dort werden «Lady Pilots» verlangt. Einige ihrer Kundinnen machen nur den Ehemännern zuliebe einen Tandemflug. Paart sich dann Unsportlichkeit mit Ängstlichkeit, braucht Carolyn Lansdell neben ihrer Flugerfahrung viel psychologisches Fingerspitzengefühl. Denn der Flugbetrieb muss reibungslos klappen, es herrscht Zeitdruck: zum Startplatz hinauffahren, Einweisung machen, starten, hinausfliegen, Fotos machen, hinunterspiralen, Fotos überspielen und den Kunden abgeben. Next, please! Vielleicht ist gerade darum die Bergstrecke nach Saxeten hinauf so ein guter Ausgleich für all den Trubel unten im Tal. ■

«Die Leute sind überall auf der Welt extrem hilfsbereit.»





Zusteller Werner Fedier wird in Isenthal schon sehlichst erwartet.



Nur wenige Meter trennen Ursi noch von der Hütte.



Post für die Sewenhütte

SAC-Hütten sind im Sommer und Frühherbst für viele ein beliebtes Wanderziel. Wir wollten wissen, wie die Postzustellung auf SAC-Hütten abläuft, und stiegen dafür zur Urner Sewenhütte hinauf.

Text: Lea Freiburghaus / Fotos: Monika Flückiger

Der Rucksack ist gepackt, die Trekkingschuhe sind geschnürt. Jetzt fehlt nur noch die Post! Und schon kommt Zusteller Werner Fedier die schmale Strasse nach Isenthal hoch, biegt um die Ecke und nähert sich dem Haus, vor dem Ursi Gehrig, Hüttenwartin der Sewenhütte, wartet. Gehrigs Privatadresse ist gleichzeitig die Postadresse der SAC-Hütte, die sie und ihr Mann jeweils von Anfang Juni bis Oktober bewarten. «Die Post für die Hütte besteht zum grössten Teil aus Rechnungen», meint Ursi, «ab und zu sind aber auch Briefe oder Postkarten von ehemaligen Gästen mit dabei.» Noch ein kurzer Schwatz mit dem Postboten und

schon macht sich Ursi auf den Weg nach Altdorf. Nach einem Abstecher beim Gemüsegrosshändler – ihr Rucksack legt noch einmal zehn Kilogramm an Gewicht zu – geht es über Erstfeld und Wassen flott weiter in Richtung Sustenpass. Kurz vor der Passhöhe, beim Parkplatz Goretzmettlenbach, stellt Ursi ihr Auto ab. Von jetzt an ist sie zu Fuss unterwegs.

Strenger Hüttenalltag

500 Höhenmeter, erst durch den Wald, dann durch Heidestauden bis auf 2150 Meter über Meer. «Mit einem leichten Rucksack schaffe ich die Strecke in



Nach dem steilen Aufstieg sortiert Ursi die Post für die Hütte. Meist sind es Rechnungen, ab und an ist aber auch eine Karte von ehemaligen Gästen mit dabei.



Ihren Weg ins Tal finden Postkartengrüsse beim nächsten Heimurlaub der Hüttenwartin oder per Helikopter.



Wanderer können am Kiosk in der Hütte eine Karte kaufen und sie auch gleich frankieren lassen.

50 Minuten», meint die sportliche 53-Jährige. An diesem Tag braucht sie etwas länger. Oben angekommen, zieht Ursi als Erstes die Schuhe aus und begrüsst ihren Mann Walti in der Küche, wo es schon fein nach Mittagessen riecht. Danach schaut sie draussen auf der Steinbank die Post für die Hütte durch. Viel Zeit zum Verschnaufen bleibt ihr nicht. «Während der Saison gibt es immer viel zu tun, Zwölfstundentage sind da keine Seltenheit», erzählt die frühere Lehrerin und Mutter von drei Kindern. Kochen, Backen, Putzen, Waschen und vieles mehr. «Am liebsten kümmere ich mich um meine Gäste, halte einen Schwatz mit ihnen oder tische ihnen etwas Feines auf.» In der Küche wechseln sich Walti und Ursi ab – er ist der Bäcker, sie führt Regie am Herd, wenn die Hütte vollbesetzt ist und 62 hungrige Gäste aufs Abendessen warten.

Schönes Wetter, gute Saison

Dank des schönen Wetters war Vollbesetzung in den letzten Wochen keine Seltenheit. «Wir haben

bis jetzt eine super Saison», meint Ursi. Gut möglich, dass die Hütte bis Ende Oktober gegen 3000 Übernachtungen verbuchen kann. «Wir sind Pächter und führen die Hütte auf eigene Rechnung», erklärt sie. Aus diesem Grund versuchen Ursi und Walti, die Ausgaben möglichst gering zu halten. Güterlieferungen mit dem Helikopter – auch ein Weg, wie die Post aus dem Tal zur Hütte kommt – organisieren sie, wenn möglich, zusammen mit anderen Hütten aus der Region.

Postkarten für Daheimgebliebene

Um ihre Hütte möglichst attraktiv zu machen, verwöhnen sie die Berggänger mit feinen Menüs und selbstgebackenen Kuchen. Für Familien mit Kindern lädt ein Spielplatz zum Verweilen ein, ein Zwergenweg soll sowohl Klein als auch Gross den Aufstieg erleichtern. Unterwegs findet man im Herbst Heidelbeeren und Steinpilze. Und im Frühling entdeckte Ursi im Schnee sogar die Spur eines Bären. Im Juni kommen regelmässig Steinböcke zu Besuch, und während der Sommermonate wim-

melt es nur so von Schmetterlingen. Erbaut wurde die Hütte 1974, nachdem eine grosse Lawine ihre Vorgängerin zu Tal gerissen hatte. 2006 wurde sie renoviert und rundum erneuert. Ursi und ihr Mann Walti führen die Sewenhütte seit zehn Jahren, zusammen mit ihren drei Töchtern Lea, Katrin und Anina, die gerne und oft mithelfen.

Ländlermusik aus der Küche sorgt für gute Stimmung. Draussen auf der Terrasse sitzen ein paar Wanderer, die gerade gegessen haben. Beim Kiosk kann man Postkarten kaufen und frankieren lassen. Nur der Briefkasten fehlt ... Dafür, dass die Kartengrüsse aus der Sewenhütte trotzdem ihren Weg ins Tal, zur Post und schliesslich zum Empfänger finden, sorgt Hüttenwartin Ursi beim nächsten Heimurlaub. ■



www.sewenhuette.ch



WANDERERLEBNISSE FÜR BERGFÜHRER UND LASTESEL

Abwechslungsreiche Wanderideen
für Familien – mit der Post:
post.ch/wandern

Broschüre «Wander-
erlebnisse für Familien»
jetzt in Ihrer Poststelle

DIE POST 

Hauptpartnerin der



Schweizer Wanderwege
Suisse Rando
Sentieri Svizzeri
Sendas Svizras



Herausgeberin

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

Redaktion

Claudia Iraoui (Leiterin Redaktion),
Lea Freiburghaus, Sandra Gonseth,
Simone Hubacher, Catherine Riva,
Sara Baraldi

Mitwirkende

Urs Bloch, Annette Boutellier, Björn Buri,
Alessandro Della Bella, Béatrice Dévènes,
Gabriel Ehrbar, Monika Flückiger, Mathias
Forny, Fanny Güdel, Ruth Hafen, Keystone,
Yoshiko Kusano, Michela Locatelli, Christina
Messerli, MfK Bern, Pixelfarm, Vera Trachsel,
Darrin Vanselow, François Wavre

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

Monika Flückiger

Auflage

Deutsche Ausgabe 53 300 Ex.
Französische Ausgabe 16 500 Ex.
Italienische Ausgabe 5 200 Ex.
Total 75 000 Ex.

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



RECYCLED
Papier aus
Recyclingmaterial
FSC® C005019



«Um ein Haar ...»

Der 80-jährige Silvano Vezzoli spricht über die Liebe, öffentliche Ämter und den Tag, an dem er dem Tod ins Auge geblickt hat.

Interview: Claudia Iraoui / Foto: François Wavre

Stimmt es, dass Sie Ihre grosse Liebe dank der Post gefunden haben?

Ja, so ist es. Ich lernte meine Frau Franca kennen, als ich 1961 Posthalter in Rodi-Fiesso wurde. Auch sie arbeitete in einer Poststelle. Zuerst trafen wir uns hauptsächlich bei den Versammlungen der Posthalter und an den Wochenenden. 1964 heirateten wir, und dieses Jahr können wir zusammen mit unseren drei Kindern und acht Enkelkindern unseren 53. Hochzeitstag feiern.

An welches Ereignis aus Ihrer Postlaufbahn werden Sie sich immer erinnern?

Ich war 42 Jahre bei der Post und werde den Tag im Jahr 1964 nie vergessen, an dem ich fast ums Leben gekommen wäre: Wie es damals üblich war, stand ich am Bahnhof Rodi mit meinem Postwagen auf den Gleisen, um die Post auszuladen. Der Bahnhofvorsteher vergass, mir die Durchfahrt eines Zugs zu melden. Ich konnte in letzter Sekunde wegspringen, aber der Zug fuhr in den Postwagen und schleifte ihn 100 Meter mit. Da hatte ich dem Tod ins Auge geblickt.

Sie waren 28 Jahre lang Gemeindepräsident von Prato Leventina ...

Ohne die Unterstützung meiner Frau, die mich bei Abwesenheiten in der Post vertrat, hätte ich meine Arbeit als Posthalter und das Amt des Gemeindepräsidenten nicht unter einen Hut bringen können. Für beides war viel Engagement nötig! Zudem brauchte ich als Posthalter das Einverständnis der Kreispostdirektion Bellinzona, um für ein öffentliches Amt zu kandidieren. Ich beantragte diese Bewilligung sieben Mal.

Wie sieht Ihr Leben heute aus?

Ich liess mich mit 62 pensionieren, ohne in ein Loch zu fallen, weil ich meine Zeit weiterhin der Familie und verschiedenen Vereinen widmete: Ich war lange Zeit Präsident der Stiftung «Dazio Grande» und bin Mitglied der «Associazione Ticinese terza età» (Seniorenverein Tessin), bei der ich während 16 Jahren Kassier war. ■

Treue zur Post**50 Jahre****PostMail**

Hochreutener Beda, Rorschach

45 Jahre**PostMail**

Adami Pietro, Maggia
Ballerini Michele, Cadenazzo
Flück Anton, Sissach
Häfliger Othmar, Luzern
Lurà Gianmario, Cadenazzo
Maretti Renzo, Cadenazzo
Portmann Ulrich, Wollerau

PostNetz

Cavanna Claudio, Camorino
Heimgartner Markus, Brugg AG

PostFinance

Kirchhofer Priska, Münchenstein

40 Jahre**PostMail**

Baumann Susanna, Zürich
Berger Martin, Buchs SG
Compostella Martin, Ennenda
Desplands-Messerli Eveline,
Genève
Fischer Martin, Lenzburg
Grandi Vinicio, Locarno

PostNetz

Caderas Marie-Louise, Zürich
Grunder Margaretha, Langnau i. E.
Janz-Freiburghaus Nelly, Brugg BE
Niffeler-Gutfleisch Rita, Luzern
Schneider Anna Rosa, Hasle-Rüegsau
Wüthrich Patrik, Meinier

PostFinance

Brandon-Giddey Fabienne, Bulle
Hänni Therese, Bern

PostAuto

Isenschmid Andreas, Urnäsch

Wir gratulieren**100 Jahre**

Gigon Willy, Luzern (15.10.)

95 Jahre

Heusser Willy, Maur (07.10.)
Simonet Luzius, Mompé Medel
(25.10.)

90 Jahre

Fehr Ruth, Olten (01.10.)
Glauser Toni, Trubschachen (30.10.)
Grütter Verena, Derendingen (03.10.)
Hugi Grulli Virginia, Gümligen
(09.10.)
Kammer Georg, Naters (09.10.)

Melchior Andreas, Chur (24.10.)
Mérillat Otto, Spanien (14.10.)
Naegele Edwin, Zürich (31.10.)
Ottiger Josef, Kriens (07.10.)
Savioni Carmela, Sta. Maria in
Calanca (30.10.)
Torche Amedee, Châbles FR (23.10.)
Trafelet Franz, Zollikofen (22.10.)
Utz Andreas, Bern (22.10.)
Willi Bernhard, Zug (03.10.)

85 Jahre

Ackermann Othmar, Mümliswil
(10.10.)
Albanesi Huguette, Frankreich
(10.10.)
Amstein Marie-Louise,
Romainmôtier (24.10.)
Amstutz Gerold, Steinerberg
(20.10.)
Betschart Elisabeth, Steinen
(04.10.)
Betschart Franz, Seewen (25.10.)
Bolliger Margrit, Bern (14.10.)
Bosshard Benjamin, Weisslingen
(15.10.)
Bovigny Yvonne, Vaulruz (01.10.)
Braissant Simone, Avully (12.10.)
Bühlmann Rudolf, Rothenburg
(16.10.)
Casella Piero, Roveredo GR (09.10.)
Dietrich Rosa, Gampelen (10.10.)
Eichenberger Max, Beinwil am See
(05.10.)
Fernandez Antonio, ES (02.10.)
Flühmann Alexandre, Neuchâtel
(03.10.)
Garnier Elisabeth, Giebenach
(28.10.)

Genre Claudine, Yverdon-les-Bains
(09.10.)
Hermann Josef, Risch (14.10.)
Jaquemet Elisabeth, Corcelles-près-
Payerne (27.10.)
Kaspar Ernst, Aarburg (14.10.)
Kohler Johann, Zollikofen (23.10.)
Kropf Alfred, Samstagern (31.10.)
Loye Maurice, Sierre (14.10.)
Mosimann Christian, Fislisbach
(25.10.)
Panzera Vito, Genève (26.10.)
Portmann Peter, Münchenbuchsee
(16.10.)
Regard Robert, Saillon (14.10.)
Schlegel-Ammann Maria Anna,
Küttigen (09.10.)
Waldebühl Josef Jakob, Wohlen AG
(02.10.)
Weishaupt Alois, Degen (29.10.)
Winzeler Irene, Barzheim (21.10.)

80 Jahre

Bischof Maria, St. Gallen (21.10.)
Blättler Gottfried, Knonau (28.10.)
Bouza Heronides, Spanien (04.10.)
Brüngger Hansruedi, Wermatswil
(09.10.)
Brunschweiler Edwin, Chur (31.10.)
Bürgy Rosmarie, Tafers (19.10.)
Burri Helga, Fahrweid (24.10.)
Coste Michel, Le Mont-sur-
Lausanne (27.10.)
Dorigo-Gygax Heidi, Basel (24.10.)
Dreier Francis, Delémont (28.10.)
Druey Yvonne, Bern (25.10.)
Ducry Pierre, Biel/Bienne (29.10.)
Eckerlein Elsa Klara, Winterthur
(21.10.)

Ruhestand**Finanzen**

Weber Esther, Basel

Informationstechnologie

Dummermuth Christian, Zollikofen

PostAuto

Aschwanden Josef, Luzern
Isenschmid Andreas, Urnäsch
Nydegger Hansjörg, Endingen
Nyffeler Rolf, Endingen
Rey-Mermet Dominique, Sion
von Allmen Andreas, Chur

Personal

Dierberg Jutta, St. Gallen

Post Immobilien Management und Services

Blaser-Geser Luzia, Bütschwil
Da Silva Carneiro Joaquim, Genève
Gonzales-Abreu Carmen, Wädenswil
Reichlin Gerda, Schwyz
Schnider-Meyer Susanna, Zuchwil

PostFinance

Biancuzzi-Feigenwinter Anna
Maria, Kriens
Julmy Sonja, Bern

PostLogistics

Braillard Jean-Pierre, Genève
Dufresne Régis, Daillens
Lopez Fernando, Daillens
Renggli Albert, Rothenburg
Valentin Andrea, Landquart
Voyame Pierre-Maurice Raymond,
Delémont
Walker Eduard, Rothenburg

PostMail

Aissa Abdessatar, Teufen AR
Anders Margarita, Zürich
Bänziger-Würzer Marlies, St. Gallen
Blaser-Geser Luzia, Bütschwil
Bolay-Pesenti Laura, Lausanne
Diethelm Martha, Rapperswil SG
Eisenhut Alfred, Heiden
Engler Heinrich, Buchs SG
Gahler Kurt, St. Gallen

Galli Fabrizio, Locarno
Gantenbein Kurt, Gossau SG
Grämiger Silvia, Sirnach
Gubelmann Albert, Schmerikon
Kalbermatten Michel, Sion
Karassoulas Konstantinos, Zürich
Kaufmann-Raboud Jeanine, Savigny
Mathis Adolf, Buochs
Mathys-Chiesa Ortensia, Zürich
Nicolier François, Lausanne
Nogheredo-Bordoni Bruna, Li Curt
Oegerli Martin, Hägendorf
Oggier Cornelia, Susten
Olivotto-Widmer Patrizia, Arbedo
Oswald Urs, Schlieren
Perrier Marie Claude, Evolène
Rinsoz Bernard, Palézieux
Sahli Hans Ulrich, Kirchlindach
Sahli-Anderegg Erika, Kirchlindach
Schinz Nadine, Fétigny
Schmassmann Walter, Wettingen
Schreier-Wolfensberger Irene,
Mühledorf SO
Schüepf Rudolf, Wohlen b. Bern
Stoop Peter, Bern

Veya Thierry, La Chaux-de-Fonds
Widmer Hansjörg, Frauenfeld
Zarri Fabio, Caslano
Zürcher Hans, Trubschachen
Zwicky Charles, Vevey

PostNetz

Achermann-Arnold Maria, Cham
Aemisegger Sylvia, Kollbrunn
Arni Roland, Burgdorf
Bärtschi Ursula, Horgen
Blaser-Liechti Dora, Burgdorf
Brenna-Toscanelli Mariangela,
Muzzano
Fuchs Veronika, Matten b. Interlaken
Gerber Hans, Birmenstorf AG
Gerber-Künzi Theresia, Birmenstorf AG
Götte Suzanne, Zumikon
Greiner-Schlauri Margarita,
Erlenbach ZH
Haldemann-Zürcher Therese, Bern
Koller-Oechslin Philomena,
Emmenbrücke
Maeder Philippe, Malleray-Bévila
Meichtry-Schmid Veronika, Visp

Egli Anna, Sursee (30.10.)
 Ferrari Mario, Le Mont-sur-Lausanne (02.10.)
 Fisch Johann, Münchenstein (28.10.)
 Frey Theodor, Dietikon (19.10.)
 Fridrich Anton, Nidau (25.10.)
 Häfliger Georg, Nuglar (18.10.)
 Holdener Julius, Luzern (01.10.)
 Holdener Roswitha, Glarus (28.10.)
 Hug Maria, St. Gallen (01.10.)
 Jacquier-Cervilla Roger, Genève (09.10.)
 Jaggi Roland, Genève (08.10.)
 Karrer Willi, Birsfelden (16.10.)
 Knorr Willi, Sarnen (11.10.)
 Künzle Karl, Heiden (27.10.)
 Lässer Walter, Walterswil SO (23.10.)
 Lüthi Helene, Seftigen (04.10.)
 Mauron Marie-Louise, Lausanne (21.10.)
 Mei Ludmilla, Delémont (30.10.)
 Merz-Rohrer Hugo, Gossau ZH (31.10.)
 Mock Ernst, Necker (23.10.)
 Morach-Bernasconi Wendolin, Unterefelden (28.10.)
 Müller Walter, Aegerten (08.10.)
 Pellaton Henri, La Châtagne (22.10.)
 Poltera-Cotti Barbara, Rona (27.10.)
 Prevost Oscar, Sent (05.10.)
 Rütsche Albert, St. Gallen (19.10.)
 Schläpfer Yvonne, Gümligen (10.10.)
 Schneider Huguette, Tavannes (19.10.)
 Schrofer Balthasar, Trimmis (11.10.)
 Siegenthaler-Küenzi Paul, Thierachern (10.10.)
 Spengler Herbert, Thayngen (09.10.)

Staubli Rita, Oberlunkhofen (15.10.)
 Steiner Helga, Suhr (10.10.)
 Uebelhart Francis, Biel/Bienne (27.10.)
 Werner Ruth, Esslingen (31.10.)
 Zbinden Rosa, Bern (08.10.)

75 Jahre

Amrhein Josef, Kaisten (28.10.)
 Andres Bernhard, Zeneggen (16.10.)
 Angermann-Eggenschwiler Susanne, Langendorf (04.10.)
 Annen Serge, Basel (26.10.)
 Auf der Maur Karl Meinrad, Ibach (04.10.)
 Barmettler Werner, Ebikon (20.10.)
 Bohler Ernst, Frutigen (11.10.)
 Bruder Georg, Klosters (30.10.)
 Chassot André, Cugy FR (18.10.)
 Copt Elisabeth, Martigny (06.10.)
 Crivelli Fausto, Besazio (13.10.)
 Debrunner Georg, Aesch BL (11.10.)
 Dudan Esther, Boudry (09.10.)
 Ebinger Guido, Mühlethal (20.10.)
 Eggimann Jakob, Aarwangen (29.10.)
 Fahrni Samuel, Worben (29.10.)
 Felder Hans, Sempach (17.10.)
 Gaberell Charles, Savosa (04.10.)
 Gasser Benno, Birsfelden (02.10.)
 Gebhardt Alice, Eggersriet (07.10.)
 Giger Paul, Waldkirch (25.10.)
 Grossmann Hans-Peter, Willisau (21.10.)
 Grünenwald Robert, Flendruz (27.10.)
 Guillet Eric, Genève (11.10.)
 Häslar Peter, Därligen (23.10.)
 Hildebrand-Hofer Renate, Seon (04.10.)
 Infanger Herbert, Oberwil b. Zug (12.10.)
 Isenring Bernhard, Wolfertswil (07.10.)
 Juon Fida, Gadenstätt (11.10.)
 Käch Fritz, Birsfelden (06.10.)
 Käser Alfred, Madetswil (17.10.)
 Käsli Anton, Stansstad (02.10.)
 Kaufmann Willy, Matzendorf (10.10.)
 Kessler Willy, Wängi (10.10.)
 Kunz Eduard, Elfingen (08.10.)
 Lanter Ludwig, Waldkirch (15.10.)
 Liaudat Denis, Duillier (24.10.)
 Lienhard Fritz, Erlinsbach (20.10.)
 Meier Max, Winterthur (25.10.)
 Meile Albert, Dussnang (14.10.)
 Minoli Andrea, Bellinzona (15.10.)
 Mona Rolf, Bern (31.10.)
 Müller-Stucki Julia, Ecublens VD (25.10.)
 Nobs-Kopp Anna, Täuffelen (21.10.)
 Oertle Vincenz, Teufen (08.10.)
 Poltera Elmar, Genève (29.10.)
 Rabuffetti Franco, Morbio Inferiore (05.10.)
 Rüfli Rudolf, Arch (21.10.)
 Ruspini Francesco, Astano (19.10.)
 Sandany Elena, Bern (24.10.)
 Savic Ratimir, Zürich (15.10.)
 Schmutz Francis, Cully (01.10.)
 Schuler Othmar, Arth (25.10.)
 Sciboz Lucienne, Grolley (30.10.)
 Simone-Stettler Katharina, Möhlin (08.10.)
 Stalder Emil, Schüpfheim (13.10.)
 Talarico Luigi, Italien (19.10.)
 Tinguely-Clerc Evelyne, Villars-sur-Glâne (15.10.)

Tokar Ludovit, Murten (01.10.)
 Tschärner Renata, Chur (23.10.)
 Vogel Franz, Wolhusen (07.10.)
 Weilenmann Max, Zürich (03.10.)
 Wirth Daniel, Genève (03.10.)
 Wirz Ernst, Birmensdorf ZH (03.10.)
 Zimmermann Anton, Ennetbürgen (18.10.)
 Zingg Paul, Abtwil SG (24.10.)
 Zürcher Ulrich, Eggwil (11.10.)

Wir suchen Sie!

Feiern Sie nächstes Jahr den 75., 80., 85., 90., 95. oder 100. Geburtstag? Werden Sie nächstes Jahr pensioniert oder haben Sie ein Dienstjubiläum (40 Jahre, 45 Jahre)? Und hätten Sie Lust, wie Silvano Vezzoli (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 K12, Redaktion, Wankdorfallee 4, 3030 Bern

Wir trauern

Aktive

PostFinance

Thomann Sandro, Bern, geb. 1980

Pensionierte

Badertscher Ernst, Niederurnen (1933)
 Bless Karl, Märstetten (1927)
 Dazio Luciano, Peccia (1936)
 Dettinger Adolf, Watt (1930)
 Diserens Marcel, Epalinges (1934)
 Eberli Arnold, Benken ZH (1925)
 Fleury Jean-Marie, Porrentruy (1935)
 Flury Josef, Chur (1928)
 Fontaine Georges, Genève (1931)
 Guisolan Marcel, Thônex (1942)
 Hässig Emil, Romanshorn (1924)
 Haueter Werner, Münsingen (1927)
 Hofer Edwin, Rothrist (1931)
 Hofer Fritz, Erstfeld (1937)
 Knaus Ernst, Basel (1946)
 Kunz Erich, Flums (1946)
 Loeffel Yvan, Curttilles (1940)

Mischler Walter, Winterthur (1940)
 Nappiot Jean-Paul, Saignelégier (1946)
 Pralong Marcel, Sion (1931)
 Reichmuth-Kistler Gertrud, Lachen SZ (1929)
 Remy Michel, Charmey (Gruyère) (1939)
 Rime Michel, Fribourg (1942)
 Rodia Gennaro, Niederwangen b. Bern (1943)
 Rutishauser Paul, Seuzach (1931)
 Sala Fausto, Novazzano (1938)
 Schürch Ursula, Roggwil BE (1937)
 Schwendener Karl, Grabs (1944)
 Sterchi Margrit, Bern (1936)
 Thöny Joos, S-chanf (1933)
 Trachsel Adelheid, Bern (1933)
 Tribolet Erhardt, St. Moritz (1922)
 Tricic Hanka, Zürich (1942)
 Tschaggelar Hans-Rudolf, Worb (1940)
 Uldry Ginette, Nyon (1932)
 Vachoud Andre, Genève (1928)

Vitali Flavio, Bellinzona (1954)
 Wagner Paul, Münchenstein (1932)
 Weber Ernst, Lanzenneunforn (1930)
 Wuillemin Eliane, Fleurier (1936)
 Zäch Ernst, Remetschwil (1941)

Mentha Susanna, Bülach
 Monney Mariette, Vuisternens-Romont
 Plüss Morach Anna Barbara, Fulenbach
 Porta Mirco, Contone
 Ricciardi Christa, Zürich
 Schaufelberger Brigitte, Winterthur
 Spinazze-Elia Rita, Zürich
 Stocker Marcel, Eschenbach LU
 von Allmen-Schaffner Silvia, Oey

Swiss Post Solutions

Fitze Walter, Schaffhausen

SwissSign

Zumbühl Doris, Kriens

8/11

Die grössten Post-Talente



Christine Will (44) aus Koppigen, stellvertretende Leiterin BZR Bern

Christine Will startete ihre Karriere bei der Post als Quereinsteigerin. Zuvor arbeitete die ausgebildete Hauswirtschaftslehrerin während acht Jahren bei der Migros Aare. Noch während einer Weiterbildung zur Führungsfachfrau wechselte sie 2008 zur Post und wurde stv. Leiterin in der BZR Lyss. 2015 schlug ihr der Leiter der BZR Ostermundigen eine Jobrotation vor, Christine Will nahm sofort an. Statt dem geplanten einen blieb sie zwei Jahre. Und als die BZR Ostermundigen auf Januar 2017 mit der BZR Bern zusammengelegt wurde, bewarb sie sich um die Stelle als stv. Leiterin der neuen BZR Bern – und erhielt den Job. Die Herausforderung, die bestehenden BZR zu einer neuen zusammenzuführen, reizte sie. Die 44-Jährige mag es, Dinge zu entwickeln und voranzutreiben. Und die Post gibt ihr den dafür nötigen Handlungsspielraum. Christine Will hat die Post in ihrer knapp zehnjährigen Karriere als moderne und wertschätzende Arbeitgeberin erfahren. Ausdruck dafür ist unter anderem das Talentmanagement, das der gelbe Riese anbietet. Eines Tages eine BZR zu leiten, würde ihr gefallen. Neugierig und offen, wie sie ist, kann es aber auch ein anderer Posten sein. Um den Kopf zu lüften und in Bewegung zu bleiben, ist Christine Will unter anderem als Turnerin aktiv – sowohl in ihrem Verein als auch im Schweizerischen Turnverband als Ressortchefin Gymnastik./LF ■