

DAS MAGAZIN FÜR
UNSERE GESCHÄFTSKUNDEN

KONKRET

APRIL 2017

Adieu Fixkosten – hallo Abhängigkeit?

Mit weniger Aufwand die
gleiche Qualität erreichen

Mit neuen Lösungen treff-
sicher und effizient werden

Mit Zusatzservices die
Betriebskosten entlasten

DIE POST 

Gelb bewegt.



Liebe Leserin, lieber Leser

Kunden erwarten immer individuellere und auf sie zugeschnittene Dienstleistungen – wenn möglich für immer weniger Geld. Sie als Unternehmer zwingt dies zur permanenten Verbesserung des Preis-Leistungs-Verhältnisses. Sie müssen laufend prüfen, wie sich Ihre Abläufe optimieren lassen und wo Sie Ihre Leistungen besser mit einem Partner erbringen, um die Kosten zu senken.

Als Post stellen wir uns diesen Herausforderungen genauso. Wir investieren in die kontinuierliche Optimierung unserer Leistungen und in die digitale Transformation. Und wir senken unsere Kosten. Beispielsweise durch die effizienteren Elektrodreiräder in der Briefzustellung.

Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre.

Ruedi Henke
Leiter Briefzustellung Zürich-Aargau-Zug

In diesem Magazin

Weitere Themen

Wie funktioniert's 8
Kolumne Nicole Althaus 14
Wettbewerb 14



Fixkosten durch Outsourcing senken: Logistikleiter Ueli Hänni, ADLATUS-Experte Hanspeter von Ah und Sabrina Borrelli von der Post diskutieren, ob und wo dadurch Abhängigkeiten entstehen.

Sie fragen, der Experte antwortet

Die spannendste Leserfrage zum Thema «Private und die Post zwischen Partnerschaft und Wettbewerb» der letzten Ausgabe:

Stefano Felts, Zofingen:

Als traditionelles KMU sind wir treuer Postkunde. Leider entwickelt sich die Post in unserer Branche zum Konkurrenten. Wieso nimmt die Post nicht mehr Rücksicht auf Ihre Kunden und bietet z.B. Gegengeschäfte an, um die Situation zu entschärfen?

Regulierungsexperte Christian Jaag:

Die Post ist wie jedes Unternehmen an guten Beziehungen zu ihren Kunden und Lieferanten interessiert. Ihr Spielraum für «Gegengeschäfte» ist aber beschränkt: Im Rahmen der Grundversorgung muss sie ihre Preise nach einheitlichen Grundsätzen festlegen und darf besonders gute Partner nicht bevorzugen. Gewisse grosse Aufträge muss die Post sogar ausschreiben.



Direkt ins Auto geliefert

LeShop.ch, Volvo und die Post heben den Komfort beim Onlineshopping auf eine neue Stufe: Die bei LeShop.ch bestellten Waren werden direkt in den Kofferraum des parkierten Autos geliefert. Volvo gewährt – mit einem eigens dafür entwickelten digitalen Schlüssel – dem Paketboten der Post temporären Zugang zum Kofferraum. «In-car Delivery» ermöglicht so flexible Lieferzeiten und -orte, vermeidet fehlgeschlagene Zustellungen und macht Onlineshopping seit dem 1. März in Zürich, Bern, Genf und Lausanne noch bequemer.

► post.ch/kofferraum



9 Vom Fach

Mehrwertdienste setzen bei einem Logistik-Outsourcing zusätzliches Effizienzpotenzial frei.



Business konkret **10**

Gleiche Qualität bei weniger Aufwand: Das erreicht Zollikon (ZH) durch die Auslagerung der internen Post.

Neue Lösungen, mit denen Sie Ihren Werbe franken treffsicherer investieren sowie Versand und Logistik effizienter machen.



12 Angebote

Newsticker

Wann, wo und wie es Ihr Kunde will

Privatkunden können seit Februar den Empfang ihrer Pakete individuell steuern. Damit unterstützt die Post auch den Kundenservice von Onlinehändlern. ► post.ch/empfang-steuern

Gratis Mailing Check-up und Messe-Ticket

An der Dialog-Marketing-Messe und der Swiss eBusiness Expo vom 5. bis 6. April in Zürich überprüft die Post Ihren Werbebrief kostenlos. Gratisticket jetzt anfordern: ► dialog-marketing-messe.ch/post

Post Company Cars AG nimmt Fahrt auf

Mobility Solutions hat einen neuen Marktauftritt und heisst jetzt Post Company Cars AG. Die Flottenmanagerin der Schweiz baut zudem ihr Angebot mit neuen Services aus. ► post.ch/companycars

Klimaneutral werben

Sie profitieren vom Image des «pro clima»-Labels auf Ihren klimaneutral zugestellten Sendungen und die Post trägt die Kosten für die CO₂-Kompensation – das gilt seit Anfang Jahr neu auch für die unadressierten Werbesendungen der PromoPost. Bereits seit 2012 versendet die Post alle adressierten Briefe innerhalb der Schweiz ohne Aufpreis klimaneutral und investiert in Klimaschutzprojekte mit höchsten Standards im In- und Ausland.

► post.ch/klimaneutral

Adieu Fixkosten – hallo Abhängigkeit?

von Daniel Meierhans

Den Lieferservice auszulagern, kann die Kosten senken. Ob und wo dadurch Abhängigkeiten entstehen, diskutieren Ueli Hänni, Logistikleiter des Büromaterialgrosshändlers Ecomedia/Papedis, Hanspeter von Ah, unabhängiger Berater und Sabrina Borrelli, Spezialistin für Kundenlösungen bei der Post.



Herr Hänni, aus welchen Gründen hat Ecomedia/Papedis im letzten Frühjahr ihren Lieferservice an die Post ausgelagert?

Ueli Hänni: Ausschlaggebend waren Kostenüberlegungen. Zum einen waren unsere Fahrzeuge häufig schlecht ausgelastet. Zum anderen haben sich Ecomedia und Papedis 2015 zusammengeschlossen, weshalb wir die Lieferungen neu aus zwei Logistikzentren konsolidieren mussten. Dafür wäre ein 24-Stunden-Betrieb notwendig geworden. Kommt dazu, dass sich die Märkte zurzeit sehr schnell verändern. Das hat den

wirtschaftlichen Betrieb unserer kleinen Fahrzeugflotte zusätzlich erschwert.

Frau Borrelli, ist Ecomedia/Papedis nach Ihrer Erfahrung ein typischer Outsourcing-Interessent?

Sabrina Borrelli: Ein Zusammenschluss wie bei Ecomedia/Papedis oder die Schliessung einer Geschäftseinheit sind typische Auslöser, und meistens stehen dahinter auch die Kosten. Man will sie senken oder «*variabilisieren*», um flexibler auf Kundenbedürfnisse oder Marktveränderungen reagieren zu können. Ein anderer

Treiber sind neue gesetzliche Vorschriften. Wir können diese direkt in die Prozesse integrieren, sodass sich die Kunden nicht mehr darum kümmern müssen. Andere Kunden wollen sich auf ihre Kernkompetenzen fokussieren oder über uns Spezial-Know-how sourcen.

Hanspeter von Ah: Bei den Fixkosten stecken KMU in einer Zwickmühle. Zum einen wollen sie ihre grosse Flexibilität im Auftragswesen erhalten, und zum anderen müssen sie sich überlegen, ob sie es sich noch leisten können, alles selber zu machen.



Moderator

Daniel Meierhans

Der promovierte Biochemiker hat sich als Journalist auf die Schnittstelle zwischen Technologie und Business spezialisiert.



Sabrina Borrelli

Als Teamleiterin bearbeitet die Wirtschaftsingenieurin bei der Post grössere Kundenprojekte. Dabei begleitet ihr Team die Firmen von der Erarbeitung unterschiedlicher Konzeptvarianten über die Kalkulation bis hin zur Inbetriebnahme der Lösung.



Ueli Hänni

Als Logistikleiter des Druckerzubehör- und Büromaterialgrosshändlers Ecomedia ist der erfahrene Fachmann für den im Mai 2015 beschlossenen Zusammenschluss von Ecomedia mit der Papedis AG zuständig. Diese ist aus der Papeteristen-Einkaufsgenossenschaft PEG hervorgegangen.



Hanspeter von Ah

Bevor sich der Betriebsökonom dem Netzwerk von erfahrenen Führungs- und Fachkräften ADLATUS anschloss, war er in diversen mittelgrossen Unternehmen aktiv. Seine Spezialgebiete sind Prozessoptimierungen, Organisation und Unternehmensführung.



Haben Sie Fragen zum Thema Outsourcing?

Unser unabhängiger Experte Hanspeter von Ah beantwortet Ihre Fragen vom 23. März bis 14. April 2017 online. Die spannendsten Beiträge lesen Sie in der nächsten «Konkret».

► post.ch/konkret-experte

Das Dilemma berührt das Selbstverständnis vieler Schweizer Firmen. Ist die Unabhängigkeit wirklich so wichtig?

HvA: Ich habe das Gefühl, dass dieses Argument häufig überschätzt wird. Die entstehende Abhängigkeit ist meist wesentlich kleiner als erwartet. Zudem wird die Organisation durch eine klare Arbeitsteilung ja auch entlastet. Jüngere Unternehmer sind in dieser Beziehung meist offener, neue Prozessmodelle zu prüfen.

UH: Aus Sicht unserer Kunden haben wir durch die Auslagerung im ersten Moment sicher an Unabhängigkeit verloren. Das persönliche Element fällt weg, wenn wir nicht mehr direkt liefern. Für uns sehe ich aber keinen grossen Verlust. Wir arbeiten schon länger mit Partnern zusammen. Niemand macht heute noch alles selber.

Zur Abhängigkeit gehört auch die Anpassung an Standardabläufe der Post. Geht dadurch die Differenzierung verloren?

UH: Bei uns passt tatsächlich nicht alles in die Standardservices der Post. Einzelne Artikel sind zu gross, zu schwer oder zu diffizil für die Transporter der Post. Zudem haben wir Grosskunden, in deren interne Prozesse wir uns genau integrieren müssen. Da ist Flexibilität gefragt. Wir haben uns beispielsweise entschieden, für die unverzichtbaren Spezialfälle weiter-

hin einen minimalen eigenen Lieferservice zu betreiben.

SB: Unsere Anpassungsfähigkeit ist je nach Transportnetzwerk unterschiedlich. Dabei gilt: Je höher automatisiert die Prozesse sind, umso standardisierter sind sie bezüglich Format, Gewicht und Lieferbedingungen. Das Spektrum reicht vom «*Paketnetzwerk*», bei dem alles in die gleiche Sortiertechnologie passen muss, bis zur Möglichkeit, Kunden über ein vollständig individuelles Transportkonzept zu bedienen. Auf der anderen Seite der Gleichung steht der Preis, der mit dem Automatisierungsgrad sinkt.

Sind Anpassungen an Standards auch eine Ursache für Opposition bei Mitarbeitenden und Kunden?

HvA: Die Mitarbeitenden können sie als Rückschritt empfinden. Das ist ein typisches Phänomen. Es braucht eine aktive Kommunikation intern wie auch extern, damit alle verstehen, dass Umstellungen nicht in erster Linie ihren eigenen Arbeitsplatz optimieren sollen, sondern den Kundenservice oder die Kostenstruktur. Hier ist das Management gefragt.

SB: Kommunikation ist in allen Aspekten eines Outsourcings zentral: ob zwischen den Partnern, im Unternehmen oder mit den Kunden. Die Erwartungshaltungen aller Beteiligten müssen transparent gemacht werden.

Nur so entsteht eine gemeinsame Grundlage, auf der funktionierende Lösungen aufgebaut werden können.

UH: Das kann ich nur unterschreiben. Der psychologische Teil – die Information und die Motivierung aller Betroffenen – hat bei mir in den letzten Monaten einen grossen Platz eingenommen. Wir mussten aber während der ersten Monate nach der Umstellung auch ausserordentlich grosse Anpassungen vornehmen, mit denen wir zunächst nicht gerechnet hatten. Wir hatten den Anteil unserer Kunden, die sich für den Über-Nacht-Lieferservice entscheiden, im Vorfeld massiv unterschätzt.

SB: Solche Fehleinschätzungen sind nicht aussergewöhnlich. Die Erfahrung zeigt, dass sich die Endkunden immer nur bis zu einem gewissen Grad so verhalten, wie man es erwartet. Verhalten sie sich anders, ist Flexibilität gefragt. Wir stellen in solchen Fällen Spezialisten zur Verfügung, welche das Unternehmen sehr eng begleiten, bis sich das Projekt eingespielt hat.

Wenn Sie eine erste Bilanz ziehen: Hat sich der Aufwand gelohnt?

UH: Genaue Zahlen haben wir noch nicht. Für mich ist allerdings die Kostentransparenz, die wir jetzt erreicht haben, fast noch wichtiger als die direkte Einsparung. Wir wissen jetzt genau, was warum welchen Aufwand generiert. Dadurch können wir gegenüber unseren Kunden viel besser argumentieren und für Extras einen fairen Preis einfordern.

HvA: Ausserdem dürfen die zusätzlichen Möglichkeiten nicht vergessen werden, die erst durch eine Auslagerung entstehen können.

UH: Das sehe ich genauso. Wir konnten zum Beispiel den Bestellschluss von 12 auf 17 Uhr verschieben. Zudem ist das Vertrauen in die Qualität des Über-Nacht-Lieferservices gestiegen. Dadurch hat sich unser «*Streckengeschäft*» verdoppelt, bei dem wir im Namen unserer Kunden deren Endkunden beliefern.

Wissen

Sechs Erfolgsfaktoren bei der Auslagerung

1. Mögliche Prozesse – inklusive Spezialfälle – definieren und deren Folgekosten vorgängig klären.
2. Ziele, Erwartungshaltungen und Entscheidungskriterien qualitativ und quantitativ bestimmen.
3. Projektorganisation mit Milestones, Verantwortlichkeiten und den notwendigen Anpassungen von betroffenen IT-Systemen festlegen.
4. Beidseitiges Partnermanagement mit Best- und Worst-Case-Szenarien sowie definierten Eskalationsabläufen aufbauen.
5. Interner Change-Prozess und aktive Kommunikation mit Kunden und Mitarbeitenden planen.
6. Für eine laufende Kostenkontrolle und eine stetige gemeinsame Weiterentwicklung der Partnerschaft sorgen.



«Die Erwartungshaltungen aller Beteiligten müssen transparent gemacht werden.»

*Sabrina Borrelli, Projektleiterin
Kundenprojekte der Schweizerischen Post*

«Die entstehende Abhängigkeit ist meist wesentlich kleiner als erwartet. Zudem wird die Organisation durch eine klare Arbeitsteilung ja auch entlastet.»

Hanspeter von Ah, Berater ADLATUS

«Wir wissen jetzt genau, was warum welchen Aufwand generiert.»

*Ueli Hänni,
Leiter Logistik Ecomedia/Papedis*

Glossar

- Variabilisierung
- Streckengeschäft
- Paketnetzwerk

► post.ch/glossar



Nutzen

Dienstleistungen auf der letzten Meile bieten KMU diese Vorteile:

- Infrastrukturen nutzen statt selber aufbauen oder erhalten
- Kundennähe aufbauen und Service verbessern
- Mehr Wirkung pro investiertem Franken
- Variabilisierung von Fixkosten
- Individuelle Lösungen nach Bedarf

► post.ch/individuelle-kundenloesungen



So kommen KMU näher zum Kunden von Claudia Bardola

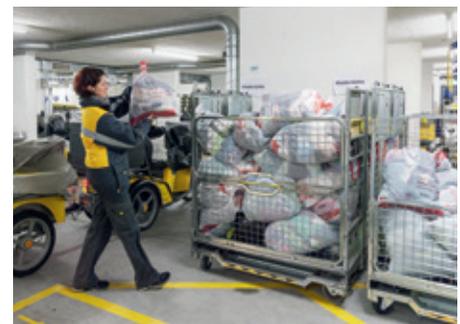
Kundennähe herzustellen ist aufwändig und teuer, in der hochdigitalisierten Gesellschaft aber immer wichtiger. Die Post ist fast täglich bei Ihren Kunden vor Ort und kann diese Nähe für Sie herstellen. Wie das funktioniert, zeigt ein Beispiel im Bereich Textilsammlung.

Als einziges Schweizer Unternehmen deckt die Post die letzte Meile zum Endkunden nahezu lückenlos ab: Die Postbotinnen und Postboten – auch Zustellmitarbeitende genannt – kommen an sechs Tagen der Woche bei praktisch allen Schweizer Haushalten und Firmenstandorten vorbei. Unternehmen können diese Tatsache jetzt auch für sich nutzen und Aufgaben auf dieser letzten Meile an die Post übergeben. Dadurch entfallen Investitionen in eine eigene Infrastruktur, und die Firmen können ihre Fixkosten massgeblich senken.

Wie das in der Praxis aussehen kann, veranschaulicht der Auftrag einer Schweizer Textilsammelorganisation: Die Kundinnen und Kunden deponieren ihre Altkleidersäcke neu bei ihrem Briefkasten. Die Zustellmitarbeitenden sammeln die Säcke dann auf ihrer täglichen Tour ein. Früher musste die Bevölkerung zu einem Container

im Ortszentrum fahren oder auf die seltenen Sammeltage warten. Jetzt ist für sie das Spenden von alten Kleidern viel angenehmer geworden – entsprechend positiv sind die Rückmeldungen. Genauso profitiert auch die Textilrecyclingorganisation. Für sie ist die Sammlung effizienter, ökonomischer und auch ökologischer geworden. Statt der herkömmlichen Stichtagssammlung mit einer aufwändigen eigenen Logistik werden die Altkleidersäcke heute von Zustellmitarbeitenden kommissioniert und in Postbehältern in ein Logistikzentrum der Post gebracht. Dort werden sie in den Containern der Organisation gesammelt. So konnte die Textilrecyclingorganisation ihre Prozesse gezielt automatisieren und ihre Fixkosten nachhaltig senken.

Solche und ähnliche Dienste entwickelt die Post in Zusammenarbeit mit den interessierten Unternehmen, wie Florian



Fertl, Leiter Letzte Meile & Business Solutions bei der Post, erklärt: «Im Wesentlichen gliedern sich die Services in die Themenfelder «Holen und Bringen» sowie «Informationserhebung». Bei Letzterem kann es etwa darum gehen, Gebiete auf ihre Rollstuhlgängigkeit hin zu prüfen.»

Gemäss Florian Fertl steigt die Nachfrage nach Diensten auf der letzten Meile: «So lesen unsere Zustellmitarbeitenden für lokale Energieversorger Stromzähler ab oder liefern Hofprodukte von Bauern in der Region aus.» In der Pipeline stecken noch weitere Projekte: So sind etwa ein Heimliefererservice für einen Detailhändler oder Netzmessungen für Mobilfunkanbieter geplant.

Mehrwertleistungen entlasten die Betriebskosten

von **Daniel Sarbach**, Leiter Lager/Lagerprozesse bei PostLogistics AG

Immer mehr Unternehmen lagern nicht nur Transport und Lager aus, sondern beziehen zusätzliche Mehrwertdienste (Value Added Services). Diese gehen weit über die Basis-Services hinaus und variabilisieren die betriebseigenen Fixkosten.



Logistik = Transport + Lagerung? So einfach ist die Formel längst nicht mehr. Vielmehr umfasst Logistik neben sämtlichen Prozessen des Warenflusses auch Handgriffe wie das Zusammenführen einzelner Komponenten, das Umverpacken oder das Vorbereiten der Ware für die einfache Handhabung beim Empfänger. Solche Tätigkeiten sind aufwändig, erfordern viel Know-how und sind besonders für KMU mit eingeschränkten Ressourcen eine Herausforderung.

Gemäss der aktuellen Logistikmarktstudie Schweiz des Branchenverbands GS1 und der Universität St. Gallen lagern immer mehr Unternehmen deshalb nicht nur den Transport oder das Lager aus, sondern beziehen ganze Pakete an Mehrwertdiensten – sogenannte Value Added Services (VAS). Die Spanne reicht dabei von A wie Auszeichnen von Waren bis Z wie Zusammenbauen von Geräten. Diese Dienste haben für die Unternehmen einen entscheidenden Vorteil: Bezahlt wird nur, was auch tatsächlich genutzt wird. Investitionen in eine eigene Infrastruktur, die unter Umständen nicht immer ausgelastet ist, entfallen, und auch Spitzen können auf diese Weise effizient abgefangen werden.

Crossdocking mit Mehrwert

Insbesondere beim Crossdocking, also dem Warenumschlag ohne Einlagerung, spielen VAS eine wichtige Rolle. Sie sorgen dafür, dass Unternehmen ihre Waren überhaupt

nicht mehr in die Hand nehmen müssen. So übernehmen moderne Logistikdienstleister wie die Post die Kontrolle, Qualitätsüberprüfung und Kommissionierung eintreffender Waren, packen sie um, führen sie mit Waren anderer Lieferanten zusammen und stellen sie für den Weitertransport bereit.

Daneben sind auch das Bilden von Sets oder Anpassungen an den Schweizer Markt möglich, wie etwa der Austausch von Bedienungsanleitungen, Garantien oder Steckern bei elektronischen Geräten.

Zusammenbauen und fixfertig liefern

Oftmals werden dabei gemeinsam mit dem Kunden auch Gesamtlösungen entwickelt. Wie weit das gehen kann, zeigt das Beispiel eines Schweizer Herstellers von Heiz- und Klimasystemen: Die Komponenten von Lieferanten aus aller Welt werden ins Post-Logistikzentrum Mägenwil geliefert, wo die Geräte von Post-Mitarbeitenden nach Kundenvorgabe zusammengesetzt und anschliessend fixfertig auf die Baustelle geliefert werden.

Solche Mehrwertdienste ermöglichen es den Unternehmen, sich stärker auf ihr Kerngeschäft zu konzentrieren. Sie können teure Eigenlösungen vermeiden, fixe in variable Kosten umwandeln und letztlich die Effizienz steigern.

Angebot

Wie Sie dank cleverer Mehrwertdienste die Supply Chain optimieren, Ihr Serviceniveau steigern, die Effizienz verbessern und Ihre Fixkosten nachhaltig senken, zeigt Ihnen gern Ihr persönlicher Kundenberater auf.

Weitere Informationen und Einführungsvideo:
 ▶ post.ch/crossdocking-vas



Gleiche Qualität bei weniger Aufwand

von Daniel Meierhans



Bei der Planung und Umsetzung der Auslagerung konnte sich der Leiter der Gemeinderatskanzlei, Namgyal Gangshontsang, auf das Praxis-Know-how des bisherigen Weibels Andreas Blättler (rechts) verlassen.

Die Gemeinde Zollikon (ZH) hat die Aufgaben rund um die interne Post ausgelagert. Das senkt ihren Administrationsaufwand und erfüllt gleichzeitig ihre Ansprüche an die Qualität. Der Service der Post lässt sich genau an die Bedürfnisse des Kunden anpassen.

Briefe und Pakete bringt man zur Post und nicht selber bis zum Empfänger. Das ist eine Selbstverständlichkeit. «Für uns endet der Postversand und -empfang aber nicht am Briefkasten», erklärt der Leiter der Gemeinderatskanzlei der Gemeinde Zollikon, Namgyal Gangshontsang: «Die Sendungen müssen morgens sortiert angeliefert und abends abgeholt, frankiert und auf die Kostenstellen gebucht werden.» Indem die Post auch diese Tätigkeiten übernimmt, wird das Senden und Empfangen zum durchgängigen End-to-End-Prozess.

Der Auslöser für die im Herbst 2016 erfolgte Auslagerung der internen Post der Gemeinde Zollikon war die absehbare Pensionierung des Gemeindevweibels. Gangshontsang wurde schnell klar, dass die Funktion des Weibels im digitalen Zeitalter nicht weitergeführt werden kann. Als Alternative plante er deshalb eine Aufteilung der bisher vom Weibel wahrgenommenen Aufgaben und evaluierte Auslagerungsmöglichkeiten.

Hohe Anforderungen an die Qualität

«Das Outsourcing der internen Post war eine naheliegende Option. Diese Tätigkeiten nehmen bei uns rund 50 Stellenprozente in Anspruch», erklärt Gangshontsang. Klar war für ihn aber auch, dass der Dienstleister dem bisherigen Qualitätsstandard gerecht werden musste. So stellt die Gemeinde beispielsweise ausserordentlich hohe Anforderungen an die Vertraulichkeit. Und auch die Zustellung an die internen Adressaten muss reibungslos klappen, denn bei Amtsgeschäften können selbst kurze Verzögerungen dazu führen, dass Fristen verpasst werden. Wichtig war Gangshontsang zudem, dass das Outsourcing nicht zu komplizierteren Abläufen in den Abteilungen führt.

Bei der Evaluation der Dienstleister kristallisierte sich die Post als einzige Anbieterin heraus, die alle Anforderungen erfüllen konnte.



Die Post im täglichen Kontakt mit der Gemeinde. Vorbereitete Sendungen zur Frankierung (rechts).

Produktiv und kostentransparent

Heute hat Zollikon alle Postprozesse ausgelagert: Morgens sortiert die Post die Sendungen auf die einzelnen Abteilungen der Gemeinde. So können die Sendungen anschliessend vor Ort ohne Verzögerung in Ablagefächer zugestellt werden. Abends holt die Post die Sendungen nicht nur ab, sondern frankiert sie und weist die Kosten den jeweiligen Kostenstellen innerhalb der Gemeinde zu. Abgerundet wird die Dienstleistung durch Kurierfahrten zwischen dem Spital Zollikoberg und dem Zivilstandsamt.

Überzeugt hat Gangshontsang nicht nur das Resultat, sondern auch die Art und Weise, wie die Ansprechpartner der Post die Umstellung gemeinsam mit der Gemeinde aufgegleist haben: «Die Gespräche waren von Beginn weg äusserst offen und produktiv.» Ein wichtiger Punkt war dabei die Kostentransparenz. Es war immer klar, welche Variante welchen Preis zur Folge hat.

Kanzlei und Abteilungen profitieren

Die Auslagerung hat laut Gangshontsang nicht nur seinen eigenen Organisationsaufwand gesenkt, indem etwa bei Ferien und anderen Ausfällen die Post für eine Stellvertretung sorgt. Die Mitarbeitenden in den Abteilungen profitieren genauso. Jede Abteilung erhält beispielsweise für ihre eingeschriebenen Sendungen eine elektronische Empfängerliste (PDF inklusive Sendungsnummer zwecks Tracking). Damit wissen die Mitarbeitenden jederzeit, wo sich eine Sendung befindet. Wesentlich bequemer erfolgen heute auch die kostentstellengerechten Abrechnungen mit einem an die spezifischen Bedürfnisse angepassten Buchungsbeleg. Der Weibel musste die Frankierungskosten noch in akribischer Handarbeit zuweisen.

Lösung

Möchten Sie bei der Bearbeitung Ihres Posteingangs und Postausgangs Zeit gewinnen und den Aufwand reduzieren? Die Post unterstützt Unternehmen dabei, die Posttätigkeiten zu vereinfachen und die Prozesse zu optimieren. Sie erarbeitet Konzepte zum gezielten Outsourcing von Postdienstleistungen. Ziel ist es, eine Lösung mit geringen Gesamtprozesskosten zu erarbeiten, die auf die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden zugeschnitten ist.

► [post.ch/individuelle-kundenloesungen](https://www.post.ch/individuelle-kundenloesungen)

Namgyal Gangshontsang, Leiter Gemeinderatskanzlei Zollikon

Seit knapp eineinhalb Jahren leitet der ausgebildete Übersetzer die Gemeinderatskanzlei von Zollikon. Dabei kommt ihm zugute, dass er als Gemeinderat von Oetwil am See auch die politische Seite einer Verwaltung kennt. Beruflich hat er seinen Erfahrungsrucksack im Finanz-, Beratungs- und Dienstleistungssektor gefüllt.

► www.zollikon.ch





Mehr Erfolg mit dem Werbemitteltest

Sie haben kreative Ideen für eine Direct-Marketing-Kampagne, sind sich aber unsicher, welches Werbemittel bei Ihrer Zielgruppe am besten ankommt? Dann hilft Ihnen der PromoPost-Werbemitteltest, genau das herauszufinden. Dabei stellen die Postboten verschiedene Varianten Ihres unadressierten Werbemittels in dem von Ihnen definierten Marktgebiet nach dem Zufallsprinzip zu. Auf diese Weise erhalten Sie aussagekräftige Resultate, können Ihre Mailingstrategie optimal anpassen und so den Erfolg Ihrer Kampagne sicherstellen.

Vorteile

- Einfaches und kostengünstiges Instrument, um verschiedene Werbemittel zu testen
- Hohe Validität dank zufälliger Zustellung der einzelnen Varianten

► post.ch/promopost

Bild: Post CH AG

Genau ins Schwarze treffen

Wie Sie beim Direct Marketing mit Ihren Botschaften grösste Erfolge erzielen, erfahren Sie in unseren Seminaren. Die Themen reichen vom Texten, dem Planen über den Verkauf bis hin zu E-Mail- und Social-Media-Kampagnen. Profitieren Sie jetzt vom Wissen und der Erfahrung unserer Referenten.

20 Prozent Rabatt für Kurzentschlossene

Leserinnen und Leser der «Konkret», die sich bis 13. April 2017 für ein Seminar anmelden, profitieren von 20 Prozent Rabatt. Dazu genügt es, in der Onlineanmeldung den Promotionscode «KONKRET17» anzugeben.

► post.ch/dm-seminare

Briefversand per Mausclick

Mit E-Post Print & Send übergeben Sie Ihre Briefe und Rechnungen mit einem Mausclick der Post. Sie übernimmt den Druck, das Verpacken und die Aufgabe Ihrer Sendungen.

► post.ch/printandsend

2 Tage schlemmen und träumen? Nehmen Sie jetzt am Wettbewerb teil!

Welche Kosten können Unternehmen mit einem Outsourcing markant senken?

- die Nebenkosten
 die Fixkosten

Teilnahmeschluss ist der 14. April 2017.



GAS/ECR/ICR

Nicht frankieren
 Ne pas affranchir
 Non affrancare

50405180
 000001



DIE POST

Post CH AG
 PostMail
 Servicecenter Direct Marketing
 Wankdorfallee 4
 3030 Bern



Optimale Temperatur

Mit ThermoCare Ambient bietet die Post neu eine passive Lösung für den temperaturgeführten Versand von Arzneimitteln im Paket- und Expresskanal. Eine spezielle Box sorgt dank zwei Wärmespeichern während des gesamten Transports für die richtige Temperatur im Bereich von 15 bis 25 Grad. Sender und Empfänger profitieren von schnellen Zustellzeiten und einem einfachen Handling – nach Erhalt der Box kann diese ohne Verzögerung befüllt werden.

► post.ch/thermocare-ambient



Ihre Ansprechperson bei der Post

Sie haben Fragen zu unseren Services oder Produkten? Gern ist Ihr persönlicher Kundenberater für Sie da.



Logistik ohne Nebenwirkungen

Unternehmen, die pharmazeutische Güter lagern und transportieren, profitieren jetzt von einer vollautomatisierten Logistikhaltung (Autostore) im Pharmalager Villmergen. Sowohl das Pharmalager als auch der Autostore sind vom Schweizerischen Heilmittelinstitut Swissmedic zertifiziert.

► post.ch/logistik-gesundheit

E-Commerce-Logistik live erleben

Wollten Sie schon immer wissen, wie die Abwicklung hinter den Kulissen erfolgt, wenn im Online-shop ein Kunde auf «Kaufen» klickt? Nehmen Sie an einer kostenlosen Besucherführung in Oftringen teil und erleben Sie YellowCube, die hochautomatisierte Logistik-Komplettlösung der Post für den Onlinehandel, live.

► post.ch/besucherfuehrung

Impressum

Herausgeberin: Post CH AG, Bern, konkret@post.ch, post.ch/konkret | Konzept/Redaktion: alert AG, Zürich | Gestaltung: illugraphic, Hagendorn | Druck: Stämpfli AG, Bern | Informationen zu den Autoren: post.ch/konkret | Erscheint dreimal jährlich. Änderungen und Abweichungen vorbehalten.

Bitte korrigieren Sie meine Adresse

Meine bisherigen Angaben:

Meine neuen Angaben:

Telefon: _____

E-Mail: _____

Den Geburtstagskuchen backt die Konditorei

Die meisten Menschen glauben ja, dass man sich als Mutter vorab in Geduld und Nächstenliebe übt. Das ist sicher nicht falsch. Aber das ökonomische Know-how, das man sich als Mutter aneignet, ist auch nicht zu unterschätzen. Dass Nachtarbeit unbedingt einen Honorarzuschlag verdient etwa, habe ich erst mit dem ersten Baby so richtig verstanden. Und die Vorzüge des «Outsourcings» habe ich auch erst als Mutter kennengelernt. Ja, ich habe mich im letzten Jahrzehnt zur Meisterin im Auslagern entwickelt. Nun ist eine Familie zwar kein KMU, aber das wirtschaftliche Prinzip des Outsourcings lässt sich an ihr wunderbar aufzeigen. Würde ich nicht konsequent Arbeiten auslagern, gäbe es zum Beispiel diese Kolumne nicht. Dann würde ich jetzt statt an Sätzen zu feilen, Hemden bügeln. Ich würde also einige Stunden in eine Arbeit investieren, für die ich weder die richtige Infrastruktur (mein Bügeleisen stammt aus dem letzten Jahrhundert) noch die nötigen Kompetenzen (und wie, bitte schön, bringe ich die Falten aus dem Ärmel?) mitbringe. Geschweige denn die Lust.

Jahrelang habe ich trotzdem alles selber gemacht. Ich habe gewaschen, geputzt, gebügelt und für die Kindergeburtstage Kuchen gebacken. Weil ich dachte, dass sich das für gute Mütter so gehört. Gottlob habe ich irgendwann gemerkt, dass nicht nur mehr Geld in der Familienkasse, sondern auch

mehr Zeit für die Kinder bleibt, wenn ich mich auf meine Kernkompetenzen konzentriere, statt das zu tun, was andere schneller und besser erledigen. Mein Image hat nicht gelitten. Im Gegenteil: Die Hemden können sich nun sehen lassen, den Kuchen kann man essen, und ich bin eine ausgeglichene Mutter, seit ich nur noch tue, was mir liegt. Selbstverständlich braucht man dafür einen Partner, der die individuellen Bedürfnisse seiner Kunden versteht: Die Konditorei meines Vertrauens hatte sofort begriffen, dass der Kuchen für den Kindergeburtstag aus Schokolade sein, nicht ganz perfekt aussehen und mit vielen bunten Smarties verziert werden muss, damit er als selbstgebacken durchgeht. Gute Kommunikation ist eben das A und O beim Auslagern.

Mehr über mich

Nicole Althaus ist Autorin, Kolumnistin und Mitglied der Chefredaktion der «NZZ am Sonntag». Sie schreibt über gesellschaftspolitische Themen und leitet die Magazine des Hauses, darunter das «Stilmagazin» oder das Magazin «Z».



Bild: Anne Gabriel-Jürgens

Wettbewerb

Schlemmen und träumen mit Blick auf den Zürichsee

Geniessen Sie einen Aufenthalt im Hotel Seedamm Plaza in Pfäffikon (SZ) und lassen Sie sich – vor einem erlebnisreichen Casinobesuch – mit einem 4-Gang-Gourmetmenu inklusive Weinbegleitung im Restaurant PUR verwöhnen. Beantworten Sie die Frage auf der Antwortkarte und gewinnen Sie:

- **1 Übernachtung für 2 Personen inklusive Frühstücksbuffet und 16-Punkte-Gault-Millau-Dinner mit erlesenen Weinen!**

Teilnahmebedingungen: Auf die Frage trifft nur eine Antwort zu. Aus den korrekten Einsendungen wird der Gewinner ausgelost und schriftlich benachrichtigt. Teilnahmeberechtigt sind alle Personen, ausgenommen die Mitarbeitenden der Post CH AG. Der Wettbewerbspreis ist nicht auf andere Personen übertragbar und wird nicht bar ausbezahlt. Über den Wettbewerb wird keine Korrespondenz geführt. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.



Gewinner «Konkret» 3/16
France Loisirs Suisse Sàrl,
Lausanne

Bilder: Hotel Seedamm Plaza



Post CH AG
3030 Bern

