



Die elektronische Briefplattform

Ulrich Hurni, Mitglied der Konzernleitung
Leiter PostMail

DIE POST 

Vielfältige Kommunikationsmöglichkeiten

Trotz Smartphone und E-Mail:
Der Brief behauptet sich.



Seite 2

Sehr geehrte Damen und Herren

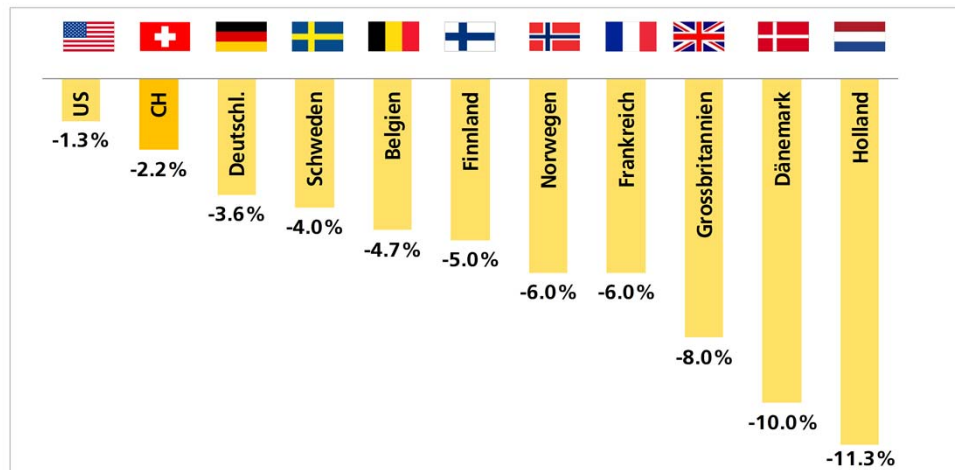
Auch ich begrüße Sie als Leiter PostMail herzlich zur Medienkonferenz.

Die **gesellschaftlichen und technischen Veränderungen**, die uns ins 21. Jahrhundert geführt haben, sind gewaltig. Unsere Möglichkeiten, zu kommunizieren, haben sich vervielfältigt. Noch nie wurde so viel kommuniziert wie heute. Wir telefonieren ortsunabhängig, mailen, posten, simsens, chatten, tweeten, ...

Inmitten dieser Möglichkeiten **behauptet sich der physische Kanal**: In der Schweiz werden jährlich nach wie vor über 2 Milliarden Briefe verschickt. Dazu kommen knapp 2 Milliarden Werbesendungen und über eine Milliarde Zeitungen. Der Brief wirkt.

Mengenentwicklung Internationaler Vergleich

Entwicklung im Vergleich zum Vorjahressemester



Seite 3

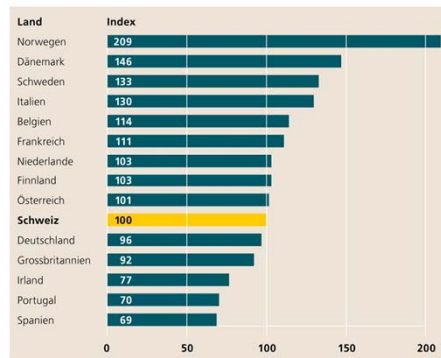
Aber der **Wettbewerb im Kommunikationsmarkt** ist gross. Seit Jahren ist die Menge adressierter Briefe auf hohem Niveau leicht rückläufig. Nicht vergleichbar mit Mengenrückgängen in anderen europäischen Ländern. Aber doch ein Rückgang von rund 2 Prozent jährlich.

Nur mit **effizienten Prozessen und hoher Qualität** können wir Produkte und Dienstleistungen zu einem überzeugenden Preis-Leistungs-Verhältnis anbieten.

Wie die Post international abschneidet

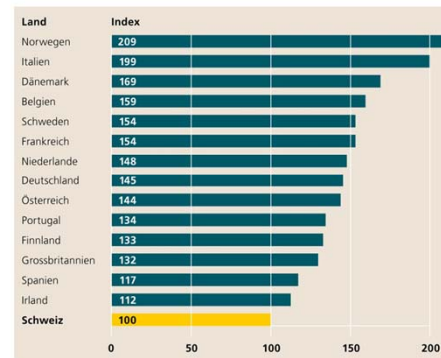
Bei den Briefen unter den Preisgünstigsten

Schweizerischer Briefpostindex 2013



Berücksichtigt werden Briefe bis 1 Kilogramm, ohne höherwertige Sendungen und Zusatzleistungen; Listenpreise für Einzelsendungen (wechsellkursbereinigt).
Stand: 1. November 2012.

Schweizerischer Briefpostindex kaufkraftbereinigt 2013



Berücksichtigt werden Briefe bis 1 Kilogramm, ohne höherwertige Sendungen und Zusatzleistungen; Listenpreise für Einzelsendungen.
Stand: Preise per 1. November 2012; Kaufkraftparitäten OECD 2011 (Stand: 14. November 2012).

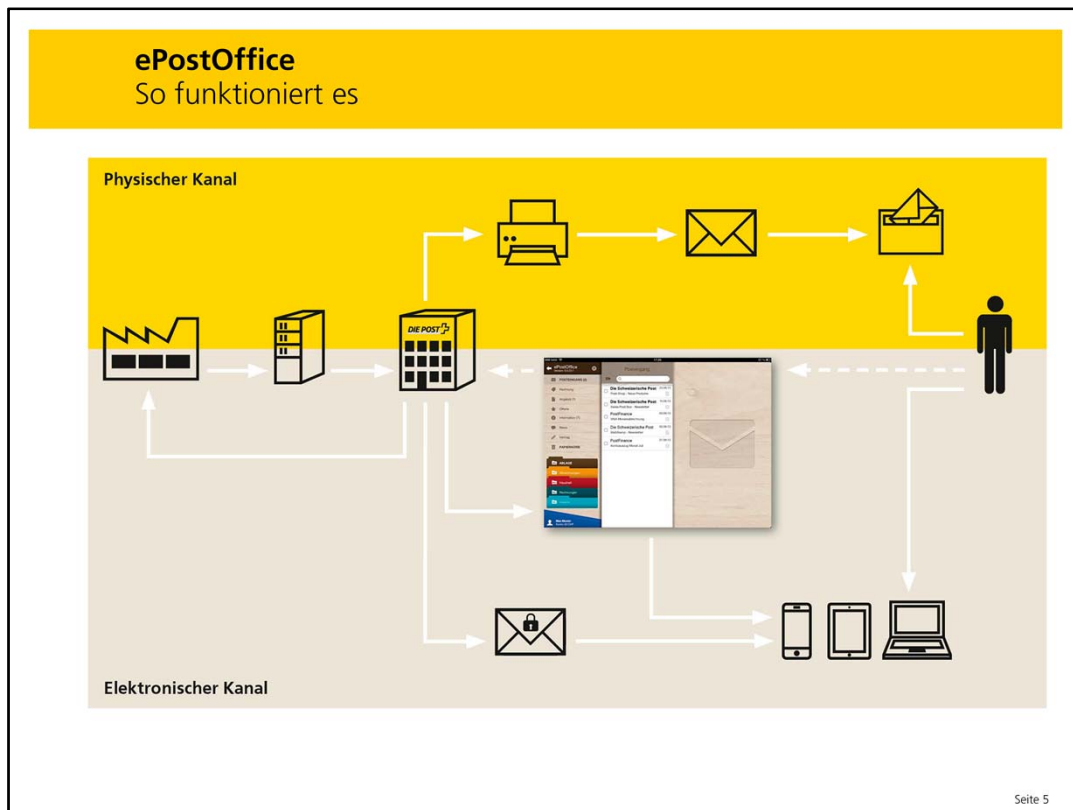
Seite 4

Ich bin stolz, dass die **Briefpost** auch im digitalen Zeitalter eine **tragende Säule der Post** ist, bei vergleichsweise günstigen Konditionen.

PostMail trägt heute wesentlich zum guten Betriebsergebnis des Konzerns bei. Neue Kommunikationstechnologien sind ein Grund unseres Mengenrückgangs. Gleichzeitig eröffnen gerade sie uns Chancen.

Entlang unserer Wertschöpfungskette bieten sich **neue Dienstleistungen** an, die veränderte Kundenbedürfnisse optimal berücksichtigen. Neue Dienstleistungen, die die physische und elektronische Welt gewinnbringend verbinden. Und ganz wichtig: **Der Kunde soll einen Nutzen davon tragen.**

Ich freue mich, Ihnen eine dieser neuen, nutzbringenden Dienstleistungen vorzustellen: **ePostOffice.**



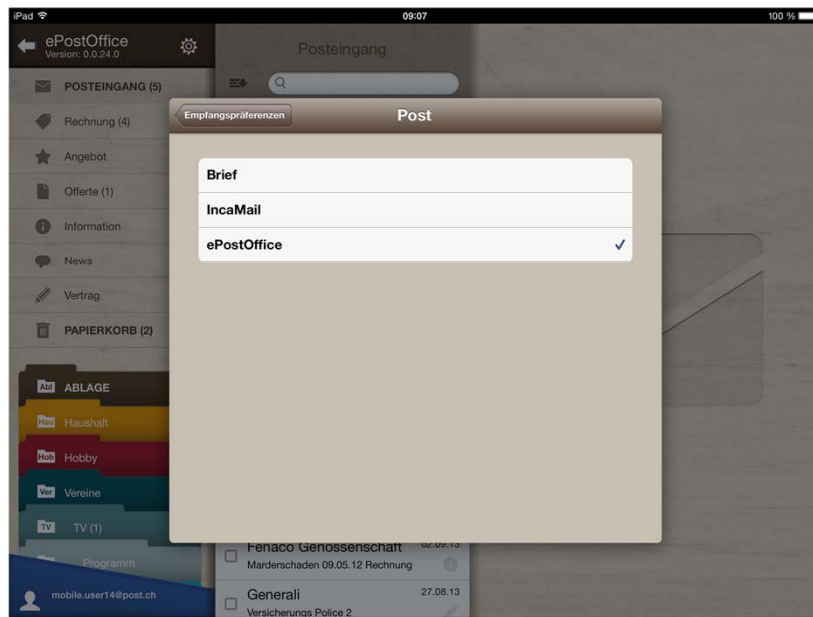
ePostOffice ist eine **elektronische Plattform**, die es dem Absender einer Sendung ermöglicht, diese der Post ganz einfach nur noch in elektronischer Form zu übergeben.

Der Empfänger kann dann wählen, ob er die Information physisch (also ausgedruckt und per Post in den Briefkasten zugestellt) oder elektronisch erhalten möchte. **Die Post erledigt den Rest** und kümmert sich um die korrekte Zustellungsform.

Auf der ePostOffice-Plattform kann der Empfänger seine **elektronischen Sendungen auch direkt bearbeiten und archivieren** – über sein Smartphone oder vom iPad aus. Die ersten Tests von ePostOffice starten diesen November mit einem postinternen Pilotversuch.

ePostOffice

Wie möchte ich meine Post erhalten?



Seite 6

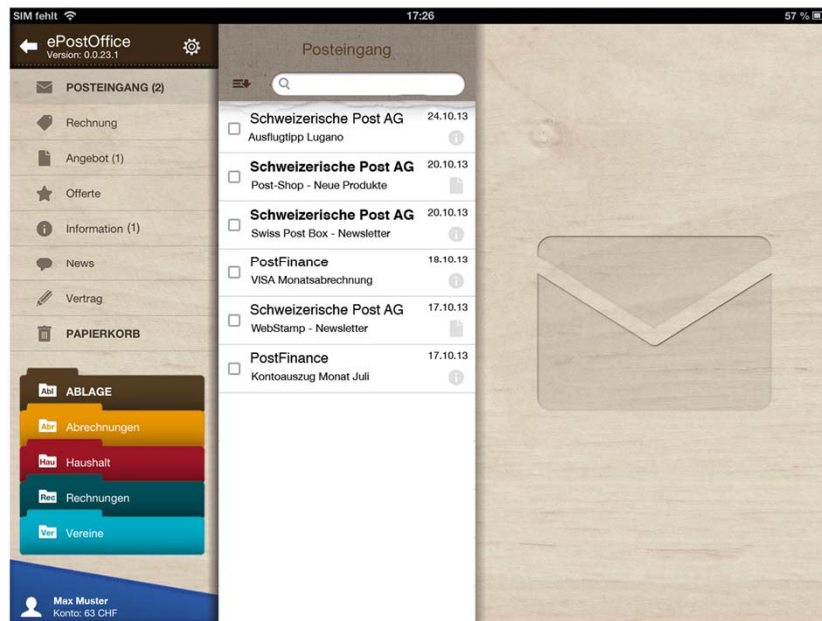
Der Empfänger greift entweder **via Computer oder iPad** auf die Plattform zu. Mit Login Post, dem einheitlichen Login für alle Postdienste, kommt der Nutzer direkt auf die Plattform.

Der Empfänger wählt, wie er seine Post erhalten möchte. Physisch in den Briefkasten oder elektronisch auf die Plattform bzw. via IncaMail an die eigene E-Mail-Adresse.

Die **Empfangspräferenzen** kann der Empfänger pro Absenderkunde eingeben. So erhält er bspw. die Post von seiner Bank physisch und die Post von seiner Krankenkasse elektronisch. Zukünftig kann der Empfänger seine Präferenzen auch **pro Dokumentenkategorie verfeinern** – Offerten, Verträge, Rechnungen usw. treffen über den gewünschten Zustellkanal ein.

ePostOffice

Einstieg in die Plattform



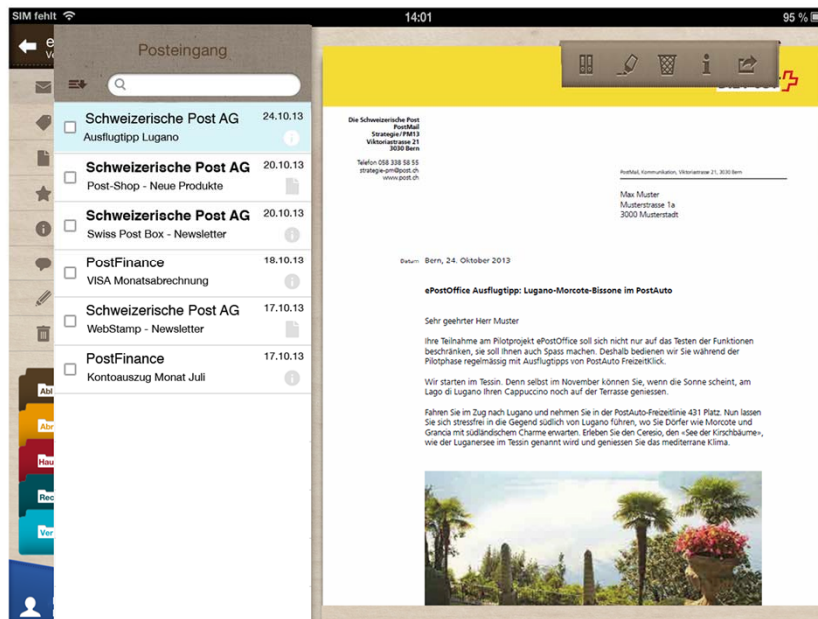
Seite 7

Hier gelangt er zur **Übersicht über seine eingegangenen Sendungen**. Der Posteingang ist bewusst einfach aufgebaut und lehnt sich an die Struktur gängiger Mailplattformen an.

Über **Such- und Filterfunktionen** kann er schnell auf gesuchte Dokumente zugreifen. Der Empfänger hat zudem die Möglichkeit, eine **eigene Archivierungsstruktur** anzulegen.

ePostOffice

Klassische Zustellung möglich



Seite 8

Und für all diejenigen, die gewisse Sendungen nach wie vor physisch erhalten wollen, **erledigen wir den Druck und die Zustellung.**

Es ist geplant, die Plattform nach und nach **mit zusätzlichen Funktionalitäten** auszustatten.

- Antworten und Weiterleiten elektronischer Sendungen
- Rechnungen direkt über die Plattform bezahlen
- Elektronisch unterschreiben

Im Anschluss an die Medienkonferenz können Sie selber testen, wie ePostOffice funktioniert. Projektmitarbeitende zeigen Ihnen die Plattform gerne auf iPads.

«Wir wollen unsere Kundinnen und Kunden im digitalen Zeitalter mit physischen, hybriden und digitalen Kommunikationskanälen überzeugen.»

Das **postalische Geschäft**, die Logistik von physischen Briefen, Zeitungen und Werbesendungen, wird auch in Zukunft ein tragender Pfeiler der Post bleiben. Das Kerngeschäft werden wir aber zunehmend **durch hybride Lösungen ergänzen und stützen**.

Wir wollen unsere Kundinnen und Kunden auch in Zukunft als **kompetente Kommunikationsdienstleisterin** überzeugen. So wie bei der physischen Post. Und auch im digitalen Zeitalter, mit intelligenten hybriden Kommunikationskanälen. **ePostOffice** soll ein solcher Kanal sein.

Seit Jahren entwickelt die Post elektronische und hybride Lösungen ergänzend zum Kerngeschäft. ePostOffice ist eine **Erweiterung von vielen Dienstleistungen**, die bereits erfolgreich im Markt etabliert sind. Einige dieser Beispiele stellt Ihnen nun Frank Marthaler, Leiter Swiss Post Solutions, vor.



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

DIE POST 