

Bern, 14. Mai 2020

Die «Post von morgen»: Rede von Roberto Cirillo, Konzernleiter

Sehr geehrte Medienschaffende

- Die Geschichte der Post ist eine Geschichte der Bewegung.
- Wirtschaft und Gesellschaft verändern sich rasant.
 1. ... die Digitalisierung schreitet weiter voran, neue Geschäftsmodelle ergeben sich.
 2. ... die Menschen möchten ihre Dienstleistungen einfacher, schneller und individueller erhalten.
 3. ... der Handel kennt zunehmend keine Grenzen mehr.
 4. ... die Gesellschaft verändert sich auch in der Zusammensetzung: Konzentration in Städten und eine alternde Bevölkerung.
- All dies darf weder auf Kosten der Menschen noch der Umwelt geschehen.
- Unsere traditionellen Geschäftsfelder werden sich noch stärker transformieren. Das stellt uns vor grosse Herausforderungen: Rückgänge auf der einen Seite, Boom auf der anderen.
- Wir wollen wachsen, nicht kleiner werden. Damit wir erfolgreich bleiben und den Service public für die Generation von morgen erbringen können, wollen wir Mittel erwirtschaften, die wir in unsere Weiterentwicklung investieren können, ohne Finanzierung durch den Steuerzahler.
- Die wichtigste und eigentliche Dividende der wirtschaftlichen Aktivitäten der Post ist der wertvolle Service public – für alle, überall in der Schweiz.
- ... und in Zukunft ein moderner Service public. Zum Beispiel durch ...
 1. ... mehr Dienstleistungen auf der letzten Meile, mit welchen die Menschen ihre Leben freier gestalten können, oder ...
 2. ... Güterlogistik, auch grenzüberschreitend, zur Sicherung der Warenströme für die Schweizer Wirtschaft, oder ...
 3. ... noch vertrauensbasierte Daten- und Kommunikations-Dienstleistungen, überall dort, wo das Briefgeheimnis ins digitale Zeitalter überführt werden sollte.
 4. Und nicht zuletzt, indem wir unsere Dienstleistungen vermehrt auch digital anbieten: überall, jederzeit.
- Die Menschen und Unternehmen sowie ihre Bedürfnisse verändern sich. Also müssen wir das auch tun.
- «Post von morgen» ist eine ambitionierte Weiterentwicklung. Die «Post von morgen» bringt eine Neuausrichtung und setzt auf traditionelle Stärken. Wir fokussieren uns auf jene Kompetenzen und Märkte, die aus unserer Sicht den grössten Nutzen für die Schweiz stiften.

- Lassen Sie mich mit den drei Bereichen beginnen, die wichtige Teile der Post sind, auf die ich aber heute nicht im Detail eingehen werde.
 - Unsere führende Position mit PostAuto in der Mobilität werden wir halten und weiter ausbauen, insbesondere auch in puncto Nachhaltigkeit. So spielen wir auch in Zukunft eine gestaltende Rolle im öffentlichen Verkehr.
 - Die Posttochter PostFinance spielt als Bank eine wichtige Rolle in der Grundversorgung im Schweizer Zahlungsverkehr. Sie soll eigenständig Kredite und Hypotheken vergeben können, ein entsprechender Entscheid obliegt dem Parlament. Mit ihrem schon sehr starken Kapitalengagement erwartet die Post von PostFinance auch in den kommenden Jahren einen nachhaltigen finanziellen Beitrag. PostFinance kommuniziert ihre Strategie zu einem späteren Zeitpunkt.
 - Schliesslich, das Geschäft von Swiss Post Solutions mit Business Process Outsourcing begleiten wir weiter und stellen sicher, dass es sich international optimal entwickeln kann.

- Und jetzt zu den Bereichen, die zentral für die Strategie «Post von morgen» sind: Netz, Logistik-Services und Kommunikations-Services.

- Ich beginne mit dem Netz. Dem Bereich, der grosse Aufmerksamkeit in der öffentlichen Diskussion überall in der Schweiz erfährt.

- Wir planen eine deutliche Kursänderung in der Entwicklung unseres Netzes. Wir öffnen unser Netz und stabilisieren die Anzahl unserer eigenen Filialen.

- Die Filialen und Zugangspunkte bleiben ein zentraler Pfeiler des Angebots der Post. Die Post-Dienstleistungen sind so in der ganzen Schweiz flächendeckend auch in Zukunft erreichbar. Ihre über 4700 Zugangspunkte entwickelt die Post weiter und baut sie aus. Wir haben bereits 100 Filialen der Zukunft eingeweiht, und wir werden weiter in dieses neue Format investieren.

- Die Post öffnet ihr Netz für Dienstleistungsunternehmen und Behörden.

- Das Netz soll dadurch in der kommenden Strategieperiode bei rund 800 eigenbetriebenen Filialen – der in der letzten Strategieperiode vorgegebenen Anzahl – stabilisiert werden.

- Mit dieser deutlichen Kursänderung beenden wir die in den vergangenen Jahren praktizierten Umwandlungen der eigenen Filialen.

- Die Partner, für die das Netz geöffnet wird, profitieren somit von der Beratungskompetenz der Post und der Möglichkeit, über das Post-Filialnetz ihren Kunden im digitalen Zeitalter einen physischen Kontakt von Mensch zu Mensch zu bieten.

- So wie auch wir Filialen mit Partnern betreiben, werden wir unsere Filialen für Shop-in-Shop-Lösungen öffnen.

- Durch diese Öffnung unseres Netzes schaffen wir für die Regionen Dienstleistungszentren und für die Schweiz echten Mehrwert.

- Soweit zum Netz.

- Wir sind traditionell ein Kommunikationsunternehmen. Wir transportieren seit über 170 Jahren Informationen in Form von Briefen. Diese Tradition wollen wir fortführen, indem wir unsere Kernkompetenz des sicheren, vertraulichen Transports von persönlichen und sensiblen Daten in die digitale Welt führen.

- Wir überführen das Briefgeheimnis in das digitale Zeitalter.
- Wir wollen zu einem Marktführer in der vertrauenswürdigen, digitalen Kommunikation werden, für und zwischen Bürgern, Unternehmen und Behörden.
- Dies tun wir mit den folgenden Schwerpunkten.
 1. Vertrauensbasierte Informations-Dienstleistungen. Dort transportieren wir Daten sicher, unveränderbar sowie nachvollziehbar und gewährleisten, dass ausschliesslich Absender und Empfänger berechtigt sind, die jeweiligen Informationen zu erhalten und zu versenden.
 2. Digitale Befähigung. Wir unterstützen KMU, aber auch Privatkunden, darin, sicher und einfach den Weg in die Digitalisierung zu gehen.
 3. Gesundheitsinformations-Services. Wir bauen unsere Rolle als Gesamtanbieterin im Gesundheitswesen und im Bereich E-Health weiter aus und erschliessen neue Geschäftsfelder.
 4. E-Government-Services. Wir bauen unsere Position als etablierte Anbieterin von sicheren und rechtskonformen digitalen Behördenleistungen aus und werden unsere zentrale Rolle für Behörden weiter stärken, um Abläufe durch Digitalisierung zu vereinfachen.
- Und jetzt zum Kernstück unseres heutigen Geschäfts: die Logistik.
- Die Kompetenzen von PostLogistics und PostMail werden im neuen Bereich Logistik-Services zusammengefasst – es entsteht ein Logistik-Powerhouse.
- Wir können damit noch besser auf die Bedürfnisse unserer Kundinnen und Kunden eingehen. Diese werden von sechs marktorientierten Geschäftseinheiten weiterentwickelt und vermarktet:
 1. Paket & Brief Schweiz. Dieser Bereich wird sich auf Wachstumsmöglichkeiten im E-Commerce und auf der letzten Meile konzentrieren.
 2. Paket & Brief international. Im grenzüberschreitenden und internationalen Verkehr für unsere Geschäftskunden, schon heute eine unserer Stärken, welche wir ausbauen möchten.
 3. Im Werbe- und Medienmarkt. Auch dies schon heute eine unserer Stärken, welche wir weiterentwickeln werden.
 4. In der Stückgut- und Güterlogistik. Für eine nachhaltige Anbindung der Schweizer Wirtschaft an internationale Warenströme.
 5. Mit Branchenlösungen, in denen wir die exakten Bedürfnisse einzelner Branchen abdecken und damit ihre Wettbewerbsfähigkeit steigern.
 6. Mit digitalen Logistikplattformen, die neue und optimierte Nutzungen der Logistikleistungen berücksichtigen und ermöglichen.
- Während die Geschäftseinheiten marktgerichtet die Wachstumsmöglichkeiten wahrnehmen, wollen wir unsere Stärken in der Produktion (Annahme, Sortierung, Zustellung) optimal koordinieren und einsetzen, um weiterhin die höchstqualitativen Dienstleistungen anbieten zu können.
- Dafür planen wir eine Zusammenführung im Bereich Sortierung und Zustellung von PostMail und PostLogistics.
- Ausserdem planen wir signifikante, aber optimierte Investitionen in den regionalen Ausbau und in die Erneuerung der Brief- und Paketlogistik, auf der Basis einer gemeinsamen Infrastruktur. So

nutzen wir Infrastrukturen besser und steigern gleichzeitig die Attraktivität und Zukunftsfähigkeit der Arbeitsplätze.

- Insgesamt werden wir über die nächsten 4 Jahre über 3 Mrd. CHF investieren.
- Dies wird uns erlauben, bis 2024 eine neue Wachstumsbasis zu schaffen. Wir reduzieren dadurch unsere Abhängigkeit von den Briefvolumina. Unser Schwerpunkt verlegt sich Richtung Paket- und Warenlogistik. So können wir nachhaltig unser Resultat stabilisieren und wieder wachsen. Damit stellen wir eine hochqualitative Grundversorgung sicher.
- Unsere Investitionen in Kommunikations-Services werden die Voraussetzungen schaffen, um ab 2025 breiter abgestützt unsere digitalen Dienstleistungen der Schweizer Bevölkerung, KMU und Behörden anzubieten.
- Die Investitionen werden aus den Erträgen der laufenden Geschäftstätigkeiten und aus den Reserven finanziert. Durch Re-Priorisierung und Vermeidung von anderen Investitionen sowie gezielte Devestitionen werden Mittel in Höhe von knapp einer Milliarde CHF freigesetzt. Falls nötig, können wir eine Erhöhung des Nettoverschuldungsgrades in Betracht ziehen.
- An dieser Stelle noch ein Wort zur Corona-Krise und ihren Auswirkungen. Zwar ist es zu früh, die Auswirkungen für dieses Jahr genau beziffern zu können. Aber wir können bereits jetzt sagen, dass sie wohl signifikant sein werden.
- Mittel- und längerfristige Auswirkungen werden wir erst nach der Krise beobachten können. Was aber schon klar ist, ist, dass die strategischen Stossrichtungen, welche vom Verwaltungsrat im Dezember ratifiziert wurden, auf Trends und Entwicklungen basieren, die von der Corona-Krise noch verstärkt wurden: Briefrückgang, Paket- und Waren-Transport-Boom, schnellere Digitalisierung. Wir sind umso mehr überzeugt, dass diese Transformation jetzt angestossen werden muss, und dass diese Strategie die Post für die Zukunft optimal aufstellt.
- Schliesslich ...: Die neue Strategie erfordert eine neue Struktur. Die Post setzt sich folglich aus ergebnisverantwortlichen Bereichen entlang der Stossrichtungen unserer Strategie zusammen und einer funktionalen Führung für die Managementbereiche.
- Die Post hat auch produktionsseitig über die letzten 30 Jahre regelmässig signifikante organisatorische Entwicklungen vorgenommen. Alle mit dem Ziel, für die Herausforderung der folgenden 10–15 Jahre vorbereitet zu sein. Die heutige Performance, die Qualität unserer Dienstleistungen, welche uns über Jahre zur besten Post der Welt gemacht haben, beruhen auf mutigen Transformationsschritten, wie REMA im Jahr 2002 und DISTRINOVA 2010.
- Wir sichern die Qualität der Grundversorgung für die nächsten 10 Jahre, indem wir uns verändern. Wir stellen uns intern neu auf, stärken die Zusammenarbeit zwischen PostMail und PostLogistics – somit nutzen wir unsere Ressourcen besser und steigern die Attraktivität und Zukunftsfähigkeit der Postberufe.
- Gerade und vor allem die bereichsübergreifende Zusammenarbeit zwischen den Kollegen im Brief- und Paketbereich ist der Schlüssel für das erfolgreiche Meistern der aktuellen Herausforderungen in der Corona-Krise.
- Lassen sie mich an dieser Stelle den Einsatz und die Leistung all unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in dieser Krise anerkennen und würdigen.
- Die Strategie «Post von morgen» bringt nicht nur organisatorische, sondern auch personelle Entwicklungen. Wir bringen zwei Bereiche zusammen und schaffen einen neuen. Die Leiter der

heutigen Bereiche PostMail, Ulrich Hurni, und PostLogistics, Dieter Bambauer, beide Mitglieder der Konzernleitung, werden noch vor Ende der neuen Strategieperiode pensioniert und übernehmen deswegen für die Strategieperiode 2021–24 keine Rolle in der Konzernleitung.

- Sie bringen aber ihre grossen Kompetenzen und Erfahrungen ein, um innerhalb der Logistik-Services zwei für den Erfolg der Strategie zentralen Einheiten zur Geburt zu verhelfen und sie in den ersten Jahren zu entwickeln.
- Dieter Bambauer wird den Ausbau der Einheit Güterlogistik vorantreiben, wo namhafte Investitionen geplant sind.
- Ueli Hurni bleibt Verwaltungsratspräsident von Asendia, unserem Joint Venture mit der französischen La Poste. Zudem wird er in der neuen Logistik-Services-Organisation den Betrieb (Operations) der Einheiten Paket & Brief national und international sowie den der Einheit Medien- & Werbemarkt zusammenführen.
- Wir setzen die neue Struktur für die Zukunft unserer Mitarbeitenden um. Die Transformation der Post soll den Mitarbeitenden in der Fläche nützen und unsere Leistungsfähigkeit für die Marktbedürfnisse der Zukunft sichern.
- Bei unserer Wachstumsstrategie kommt der Finanzierung eine zentrale Rolle zu. Ich möchte daher das Wort an unseren Leiter Finanzen, Alex Glanzmann, übergeben.

Schlusswort nach Rede von Alex Glanzmann

- Mit der Umsetzung der Strategie und der neuen Organisation bleibt die Post eine attraktive Arbeitgeberin.
- Mit der optimierten Auslastung der Infrastruktur werden Arbeitsplätze in allen Regionen gesichert. Berufe bei der Post gewinnen weiter an Attraktivität. Dies unterstützt die Bestrebungen der Post, die anstehende Pensionierungswelle der nächsten Jahre durch Neuanstellungen auszugleichen.
- Auch wenn es zu Änderungen bei den Prozessen in der Sortierung und Zustellung kommt, bleiben die Arbeitsplätze der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Zustellung, der Produktion und in den Filialen sicher.
- Es ist klar, dass sich Aufgaben und Funktionen im Kaderbereich verändern werden.
- Die mit «Post von morgen» fortgeführte Transformation des Konzerns erfordert den Aufbau zusätzlicher Kompetenzen und zielt auf Wachstum ab, nicht auf eine Reduktion der Anzahl der Stellen. Wie bei der Post üblich, werden organisatorische Veränderungen von den Sozialpartnern begleitet.
- Die Strategie ist nun entworfen. Jetzt geht es darum, sie sorgfältig in die Tat umzusetzen. Damit wir die beste Post der Welt bleiben und aus den Köpfen der Menschen nicht wegzudenken sind.
- Dadurch sichern wir die eigenwirtschaftliche, hochqualitative Grundversorgung für die nächsten 10 Jahre, leisten unseren Beitrag zur Wettbewerbsfähigkeit der Schweizer Wirtschaft, stärken unsere Volkswirtschaft und bringen weiterhin täglich die Schweiz zusammen.
- Das ist unser Anspruch an uns. Oder in einem Satz: Die Post ist der Motor einer modernen Schweiz.

Danke.