



20 23

**Wir entwickeln
heute den Service
public von morgen**

Jahresbericht
2023



Wir entwickeln heute den Service public von morgen

Kundenzentriert, vertrauenswürdig, engagiert



7279 Mio.

Franken beträgt der um 6,1 Prozent über dem Vorjahreswert liegende **Betriebsertrag**.



254 Mio.

Franken beträgt der gegenüber dem Vorjahr um 41 Millionen Franken gesunkene **Konzerngewinn**.



1647 Mio.

Briefe hat die Post in der Schweiz zugestellt. Das sind 5,6 Prozent weniger als im Vorjahr.



185 Mio.

Pakete hat die Post in der Schweiz zugestellt. Das sind 4,6 Prozent weniger als im Vorjahr.



104 Mrd.

Franken beträgt der um 0,5 Prozent tiefere durchschnittliche Bestand der **Kundenvermögen** bei **PostFinance**.



175 Mio.

Fahrgäste hat PostAuto befördert, 11,9 Prozent mehr als im Vorjahr.



76 Punkte

Die **Kundenzufriedenheit** liegt bei guten 76 Punkten (Skala 0–100).



62,4%

der **Fahrzeuge** in der **Zustellung** sind mit **alternativem Antrieb** unterwegs.

Vorwort	2
Wichtige Ereignisse	4
Verwaltungsrat und Konzernleitung	6
Geschäftsergebnis	8
Finanzielles Ergebnis	10
Nichtfinanzielle Ergebnisse	11
Strategie	12
Die Post von morgen	13
Im Gespräch mit Christian Levrat und Roberto Cirillo	14
Digitalisierung und Service public	18
Märkte	20
Logistik	22
Kommunikation	24
Netz	26
Mobilität	28
Finanzdienstleistungen	30
Mitarbeitende	32
Technologie und Innovation	36
Verantwortung	40
Kennzahlen im Fünfjahresvergleich	45

Dieser **Jahresbericht** wird durch einen separaten **Finanzbericht** (Lagebericht, Corporate Governance und Jahresabschluss), sowie den **nichtfinanziellen Bericht** ergänzt. Diese Dokumente sind in elektronischer Form auf der Onlineversion des Geschäftsberichts abrufbar.

→ geschaeftsbericht.post.ch

175 Jahre



**Die Post
als Motor der
modernen
Schweiz**



175
Jahre ans ann!

Die Post in Zahlen

7279 Mio.

Franken Betriebsertrag

254 Mio.

Franken Konzerngewinn

47 368

Mitarbeitende weltweit, davon 97 Prozent in der Schweiz

Mehr als

1,25 Mrd.

Franken bezahlte die Post dem Bund in den letzten zehn Jahren in Form von Dividenden.

Rund

48 Mio.

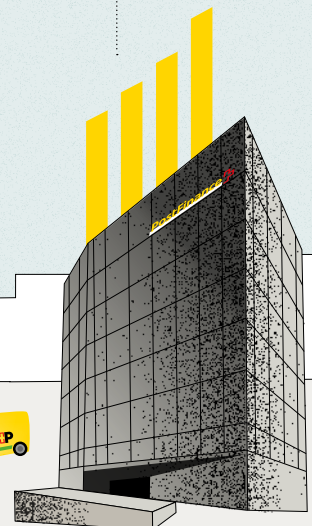
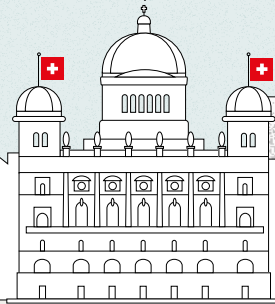
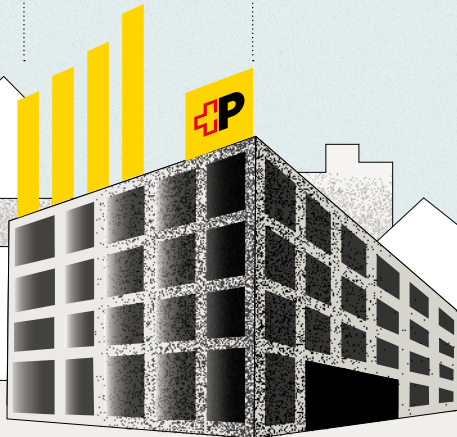
Franken entrichtete die Post an Gewinn- und Kapitalsteuern im Inland.

104 Mrd.

Franken Kundenvermögen (PostFinance)

3,877 Mio.

Kundenkonten (PostFinance)



ABC



1844

Lernende

22,5%

Frauen im Kader

85 Punkte

«Ich sehe den Sinn meiner Arbeit» (Skala 0–100)

Rund

46 000

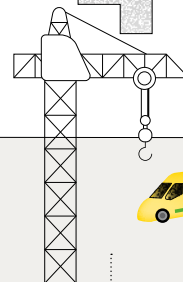
Personen arbeiten bei der Post in allen Kantonen und in 804 der 2136 Schweizer Gemeinden.



Über

1300

Mitarbeitende im Funktionsbereich Informatik/Technologie



605 Mio.

Franken Investitionen

12,4 GWh

Solarstrom pro Jahr



Für rund

2,7 Mrd.

Franken kauft die Post Waren und Dienstleistungen bei inländischen Zulieferern ein.

1,986 Mio.

Kundinnen und Kunden haben einen E-Finance-Zugang.

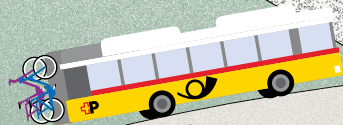


1898

Orte mit Hausservice

578

Gemeinden sind nur durch PostAuto ans Schweizer ÖV-Netz angeschlossen.



2317

Postautos, davon 72 mit Elektro- oder Diesel-Hybridantrieb

136 Mio.

Kilometer Jahresleistung (PostAuto)

P



821

Postmatten

175 Mio.

Fahrgäste (PostAuto)



2006

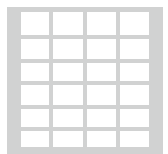
Filialen stehen den Kundinnen und Kunden in der Schweiz zur Verfügung. 769 werden durch eigenes Personal und 1237 durch Partner betrieben.

221

Geschäftskundenstellen

232 044

Postfächer



60%

der Auslandschweizerinnen und -schweizer, die an den nationalen Wahlen ihre Stimme abgegeben haben, taten dies elektronisch – über das E-Voting-System der Post.

2,3 Mio.

Sendungen wurden über die ePost-Kommunikationsplattform versendet.

100%

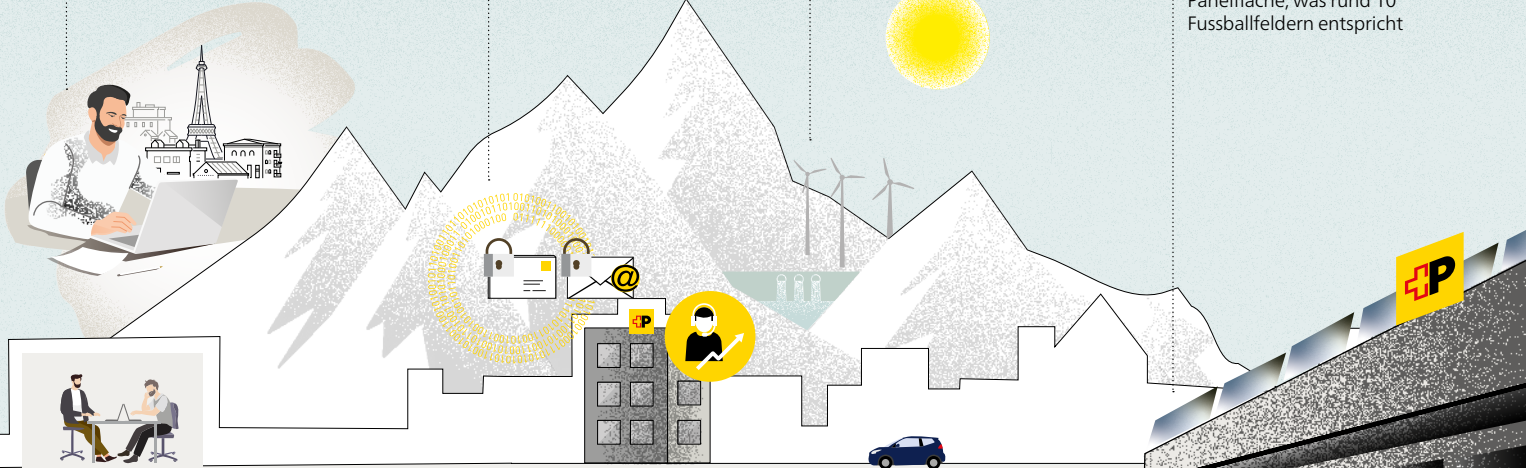
Strom aus erneuerbaren Quellen

37

Photovoltaikanlagen

77 700 m²

Panelfläche, was rund 10 Fussballfeldern entspricht



360

KMU vertrauen den Cybersecurity-Lösungen der Post.



Über

2 Mio.

Kundenanfragen bearbeitet das Contact Center jährlich, davon 300 000 via Chatbot.

Über

25 000

bewirtschaftete Fahrzeuge (Post und Geschäftskunden Dritte), davon mit über 7400 Fahrzeugen die grösste Elektroflotte der Schweiz (Post Company Cars)

59,6%

der eigenen Immobilienflächen werden mit erneuerbaren Energien beheizt.

5900

Geschäftskundinnen und -kunden sind für die ePost registriert.

4,18 Mio.

Nutzerinnen und Nutzer setzen auf die Login-Lösung SwissID.

100%

CO₂-kompensierte Sendungen

Rund

4 Mio.

Haushalte bedient die Post täglich.

185 Mio.

Pakete

14 199

Briefeinwürfe

275

My Post 24-Automaten

76 Punkte

Kundenzufriedenheit (Skala 0–100)

Bei

563

My Post Service-Stellen können Pakete flexibel abgeholt und versendet werden.

62,4%

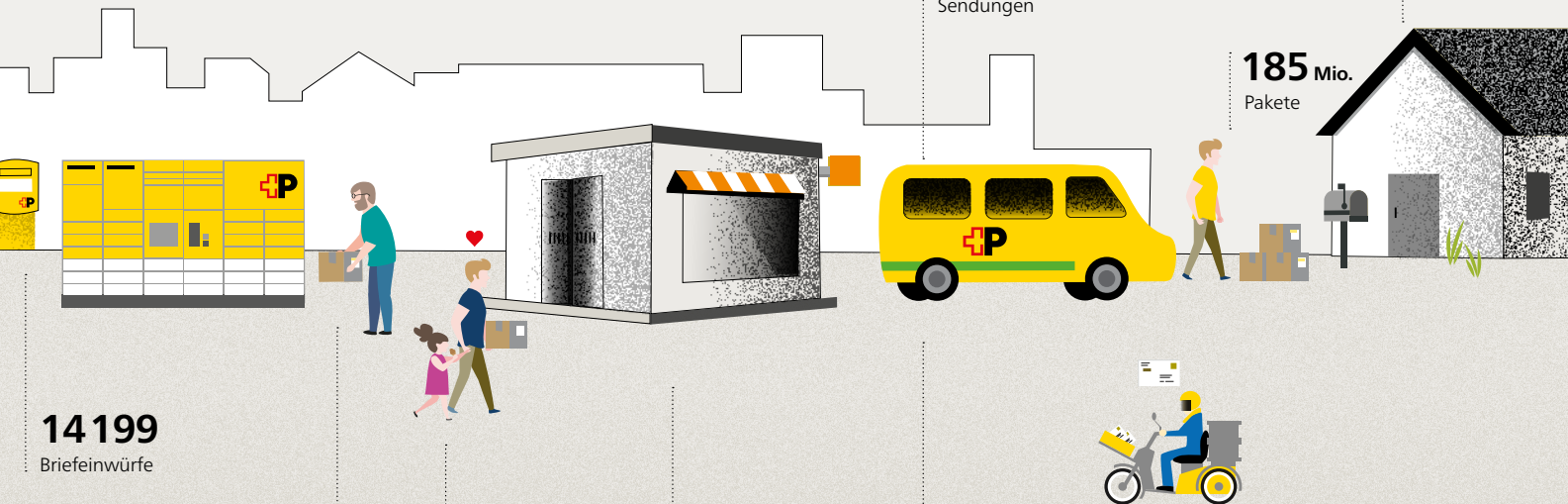
der Fahrzeuge in der Zustellung fahren mit alternativem Antrieb (6917 von insgesamt 11 069 Drei- und Vierradfahrzeugen sind elektrisch unterwegs.)

1647 Mio.

Briefe

1246 Mio.

unadressierte Sendungen



Vorwort

Christian Levrat
Verwaltungsratspräsident



Roberto Cirillo
Konzernleiter



**Die Post verändert sich, damit
sie die Bedürfnisse ihrer Kundinnen
und Kunden bestmöglich erfüllen
kann.**

Christian Levrat
Verwaltungsratspräsident

Sehr geehrte Damen und Herren

Wir blicken auf ein anspruchsvolles Jahr 2023 zurück. Es war geprägt von der Teuerung und der damit verbundenen gedrückten Konsumentenstimmung, den abnehmenden Brief- und Paketmengen sowie rückläufigen Schalterzahlungen. Gleichzeitig haben wir aber viel bewegt und die Basis für die Zukunft weiter gefestigt. Wir haben in allen Bereichen wichtige strategische Meilensteine erreicht. Die Post verändert sich, damit sie die Bedürfnisse ihrer Kundinnen und Kunden heute und in Zukunft bestmöglich erfüllen kann. Und dies mit weiterhin weltweit höchster Qualität in unseren Grundversorgungsprodukten – namentlich bei unseren Dienstleistungen rund um Brief und Paket sowie beim Zahlungsverkehr. Die Massnahmen aus der Strategie «Post von morgen» zeigen auch im finanziellen Ergebnis ihre Wirkung: Preis- und Effizienzmassnahmen, die gezielten Zukäufe und die Netzöffnungen wirken den abnehmenden Brief- und Paketmengen sowie den rückläufigen Schalterzahlungen entgegen. Allerdings können sie diese noch nicht vollständig kompensieren.

Mit Blick auf die anspruchsvollen Rahmenbedingungen liegt das finanzielle Resultat im Bereich der Erwartungen. Um langfristig erfolgreich zu bleiben, werden wir weiterhin dort ausbauen, wo neue Bedürfnisse entstehen, und unser Angebot dort anpassen oder optimieren, wo die Nachfrage sinkt. Es ist wichtig, dass wir uns weiterbewegen und den eingeschlagenen Weg konsequent weitergehen. Nur eine starke Post bringt unseren Kundinnen und Kunden einen Mehrwert und kann bestmögliche Dienstleistungen erbringen. Und genau das wollen wir. Einen relevanten Service public, finanziert aus eigenen Mitteln und ohne die Steuerzahlenden zu belasten. Nur so können wir sicherstellen, dass die Post auch in Zukunft für die Schweiz, ihre Bewohnerinnen und Bewohner sowie die hier ansässigen Unternehmen und Organisationen relevant bleibt.



Die Massnahmen aus der Strategie «Post von morgen» zeigen auch im finanziellen Ergebnis ihre Wirkung.

Roberto Cirillo
Konzernleiter

Christian Levrat
Verwaltungsratspräsident

Roberto Cirillo
Konzernleiter

Wichtige Ereignisse 2023

Im vergangenen Geschäftsjahr hat die Post in attraktive Marktsegmente und eine verbesserte Effizienz investiert, neue Lösungen für sich ändernde Kundenbedürfnisse entwickelt und Fortschritte im Bereich der Nachhaltigkeit erzielt. Ein Streiflicht auf bedeutende Meilensteine.

3.1.2023

Die Post stärkt die logistische Anbindung der Schweiz ans benachbarte Ausland und integriert die Transportunternehmen Gaiser und Nolden.

→ Seite 22

4.4.2023

Die Post investiert mit SpotMe in die sichere und vertrauliche Kommunikation für ihre Geschäftskunden.

→ Seite 24

5.4.2023

Bernerinnen und Berner können Post vom Kanton künftig im digitalen Briefkasten erhalten.

→ Seite 24



1.2.2023

Wichtiger Meilenstein für nachhaltige Logistik erreicht: Die Post stellt in Zürich und Bern nur noch elektrisch zu.

→ Seite 23

24.3.2023

In Pratteln BL eröffnet die Post ein neues regionales Paketzentrum.

→ Seite 22



20.4.2023

Die Post modernisiert und vereinfacht ihr Logo.

→ post.ch/neues-logo

7.6.2023

In Wallisellen sortiert die Post neu Pakete – und dies mit modernster Roboter-Technik.

→ Seite 22





21.6.2023

In 72 Filialen gibt es neu Angebote der Versicherungsgesellschaft AXA.

→ Seite 26

22.6.2023

Gütesiegel erhalten: Die Science Based Targets initiative (SBTi) hat das Klimaziel der Post validiert.

→ Seite 41



3.7.2023

Die Post verstärkt ihr Netzwerk mit der Wirtschaftsregion Frankreich: Sie übernimmt den bisherigen Logistikpartner Portmann aus dem Elsass.

→ Seite 22

24.7.2023

Klimaziel Netto-Null bis 2040: Mit Waldbewirtschaftung aktiv CO₂-Restemissionen aus der Atmosphäre entfernen.

→ Seite 42

6.7.2023

Im Einvernehmen mit dem Preisüberwacher erhöht die Post per 1. Januar 2024 ihre Preise.

→ Seite 17

4.7.2023

Ihre eigenen Cybersecurity-Kompetenzen ergänzt die Post mit dem Know-how der terreActive AG.

→ Seite 39



3.8.2023

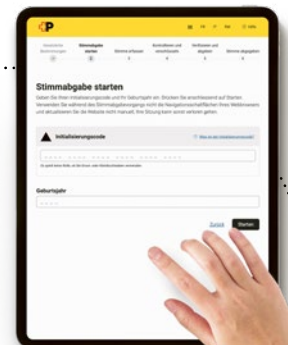
PostAuto und SBB wollen am Bahnhof Gelterkinden das Laden von E-Postautos mit Bahnstrom testen. Die Pilotanlage geht 2025 in Betrieb.

→ Seite 29

16.8.2023

Nach der Weiterentwicklung und dem erfolgreichen Hacker-Test: Das E-Voting-System der Post kommt im Herbst 2023 zum ersten Mal bei Wahlen zum Einsatz.

→ Seite 25



28.9.2023

Die Post digitalisiert den gelben Briefeinwurf für KMU.

→ post.ch/epost-smartsend

25.9.2023

Ab sofort sortieren Mitarbeitende im Briefzentrum Härkingen auch Pakete.

→ Seite 22

16.8.2023

PostFinance beteiligt sich am B2B-Hypothekenmarktplatz Credit Exchange AG (CredEx). CredEx führt die digitale Hypothekenvermittlungsplattform Valuu weiter.

→ Seite 30



Verwaltungsrat

per 31. Dezember 2023

Christian Levrat
Verwaltungsratspräsident
seit 2021



Bernadette Koch
Verwaltungsrätin seit 2018



Thomas Bucher
Verwaltungsrat seit 2019



Denise Koopmans
Verwaltungsrätin seit 2019



Antonia Wanner
Verwaltungsrätin seit 2023



Dirk Reich
Verwaltungsrat seit 2021

Maria Teresa Vacalli
Verwaltungsrätin seit 2022



Roger Schoch
Generalsekretär

Ronny Kaufmann
Verwaltungsrat (Personalvertreter)
seit 2018

Corrado Pardini
Verwaltungsrat (Personalvertreter)
seit 2020

Konzernleitung

per 31. Dezember 2023

Hansruedi König*
CEO PostFinance AG seit 2012

Thomas Baur
Leiter PostNetz seit 2016,
Stv. des Konzernleiters

Christian Plüss
Leiter Mobilitäts-Services
seit 2018

Wolfgang Eger
Leiter Informatik/
Technologie seit 2022



Johannes Cramer
Leiter Logistik-Services
seit 2021

Nicole Burth
Leiterin Kommunikations-Services
seit 2021

Roberto Cirillo
Konzernleiter
seit 2019

Alex Glanzmann
Leiter Finanzen
seit 2016, Stv. des
Konzernleiters

Valérie Schelker
Leiterin Personal
seit 2017

Geschäftsergebnis

Das Geschäftsjahr 2023 war geprägt von Teuerung und einer gedrückten Konsumentenstimmung. Das Betriebsergebnis (EBIT) liegt mit 323 Millionen Franken um 35 Millionen Franken unter jenem des Vorjahres und entspricht mit Blick auf die anspruchsvollen Rahmenbedingungen den Erwartungen. Die Massnahmen aus der Strategie «Post von morgen» zeigen in ihrem dritten Jahr ihre Wirkung und festigen die Basis für die Zukunft: Preis- und Effizienzmassnahmen, die gezielten Zukäufe und die Netzöffnung wirken den abnehmenden Brief- und Paketmengen sowie den stark rückläufigen Schalterzahlungen entgegen. Um langfristig erfolgreich zu bleiben, wird sich die Post weiter entlang den Bedürfnissen der Kundinnen und Kunden bewegen und ihre Dienstleistungen weiterentwickeln.

7279 Mio.

Franken
Betriebsertrag

323 Mio.

Franken
Betriebsergebnis (EBIT)

254 Mio.

Franken
Konzerngewinn

76 Punkte

Kundenzufriedenheit
(Skala 0–100)

175 Mio.

Fahrgäste
(PostAuto)

1647 Mio.

Briefe

185 Mio.

Pakete

104 Mrd.

Franken Ø Monat
Kundenvermögen
(PostFinance)

Interview



Im Gespräch mit Alex Glanzmann
Leiter Finanzen, Mitglied der Konzernleitung

«Trotz starkem Gegenwind haben wir viel bewegt.»

Finanzchef Alex Glanzmann beantwortet Fragen zum Ergebnis 2023, zu den Herausforderungen und zur Rolle von Effizienz- und Preissmassnahmen bei der Strategieumsetzung. Er erklärt, wie die Post investiert und weshalb die Kundinnen und Kunden der Post künftig zwei Briefkästen haben werden.

Alex Glanzmann, wie ordnen Sie das Ergebnis 2023 ein?

Weniger Briefe, weniger Pakete und die Folgen der Teuerung waren im vergangenen Jahr die wichtigsten Einflussfaktoren. Mit einem Betriebsergebnis von 323 Millionen Franken und einem Gewinn von 254 Millionen liegen die finanziellen Ergebnisse 2023 im Bereich unserer Erwartungen. Der Betriebsertrag stieg vor allem durch zinsbedingt höhere Erträge bei PostFinance um 420 Millionen Franken auf 7279 Millionen Franken. Die zusätzlichen Erträge aus strategischen Zukäufen kompensierten die rückläufigen Erträge infolge tieferer Mengen im Kerngeschäft nur teilweise. Die Eigenkapitaldecke der Post ist solide. Trotz starkem Gegenwind haben wir mit unserer Strategie viel bewegt und die Basis für die Zukunft gestärkt.

Haben Sie mit so vielen Herausforderungen gerechnet?

Ja, das zeichnete sich schon zum Jahresbeginn ab. Die anhaltend gedrückte Konsumentenstimmung hatte zur Folge, dass weniger Waren bestellt und dadurch 4,6 Prozent weniger Pakete verschickt wurden. Die Briefmengen sanken gleichzeitig um 5,6 Prozent. Dennoch trägt das Briefgeschäft weiter massgeblich zum Ergebnis bei. Beim Zahlungsverkehr am Schalter hat sich der Mengenrückgang mit –18,4 Prozent weiter verstärkt. Deshalb transformieren wir unser Geschäftsmodell und richten es konsequent auf die veränderten Kundenbedürfnisse aus.

Welche Rolle spielen Effizienz- und Preissmassnahmen bei der Umsetzung der Strategie?

Mehr Effizienz und höhere Preise sind wichtige Hebel unserer Strategie. Wir setzen zuerst bei den eigenen Kosten an, zum Beispiel bei den Büroflächen, den IT-Systemen oder bei der Verwaltung des Konzerns. Im aktuell sehr herausfordernden Umfeld durften wir im Einverständnis mit dem Preisüberwacher verschiedene Brief- und Paketpreise anheben. Ich habe grosses Verständnis dafür, dass Preiserhöhungen für die Menschen und Unternehmen eine zusätzliche Belastung sind. Allerdings erwirtschaftet die Post rund 88 Prozent ihrer Einnahmen im freien Markt. Wir gehen den Weg der Effizienz- und Preissmassnahmen, um wettbewerbsfähig zu bleiben und unseren Kundinnen und Kunden auch künftig den bestmöglichen Service bieten zu können.

Widerspiegelt das Ergebnis die Strategieumsetzung?

Wir sind etwas weniger schnell vorangekommen als geplant. Bremsend wirkten die Teuerung und die volatile, angespannte Wirtschaftslage. Zudem prüfen wir jede Akquisition sorgfältig: Es gibt nicht beliebig viele Unternehmen und potenzielle Partner, die zur Post und ihrer Strategie passen. Im Bereich der digitalen Services für Behörden oder für das Gesundheitswesen ist das politische und regulatorische Umfeld zudem anspruchsvoll.

Behält die Post bei ihren Investitionen die Kundinnen und Kunden im Blick?

Wir tätigen jede einzelne Investition mit Blick auf die Kundenbedürfnisse. 2023 waren es 605 Millionen Franken, die der Bevölkerung und der Wirtschaft der Schweiz zugutekommen. Mit rund vier Fünfteln der Investitionen haben wir unsere eigene Infrastruktur erneuert und erweitert – unter anderem haben wir unsere Fahrzeugflotte elektrifiziert. Rund einen Fünftel haben wir in die digitalen Angebote investiert.

Wie sehen Sie die Zukunft der Post?

Wir bauen unsere Leistungen aus, wo die Bedürfnisse der Menschen wachsen. Und wir verzichten auf Leistungen oder passen sie an, wo der Bedarf schwindet oder sich ändert. Die gelben Briefkästen bleiben, das kann ich versichern. Unsere Kundinnen und Kunden werden künftig sogar zwei Briefkästen haben – einen vor ihrer Haustüre und einen auf ihrem Smartphone in der Tasche. Wir sind dabei, das physische und digitale Kerngeschäft von morgen aufzubauen, und zwar bis 2030 und darüber hinaus. Den eingeschlagenen Weg gehen wir konsequent weiter. Denn die Post kann langfristig nur erfolgreich sein, wenn sie sich bewegt und sich weiterentwickelt.

Finanzielles Ergebnis

Stabiles Ergebnis und grosse Herausforderungen

Die Post hat im Jahr 2023 einen Konzerngewinn von 254 Millionen Franken erwirtschaftet. Der Mengenrückgang bei den Briefen, Paketen und im Zahlungsverkehr wie auch die Folgen der Teuerung haben das finanzielle Resultat stark beeinflusst. Das Ergebnis liegt mit Blick auf die anspruchsvollen Rahmenbedingungen im Bereich der Erwartungen.

Zahlen und Fakten

7279 Mio.

Franken
Betriebsertrag

323 Mio.

Franken
Betriebsergebnis (EBIT)

254 Mio.

Franken
Konzerngewinn

-215 Mio.

Franken
Unternehmensmehrwert¹

10 255 Mio.

Franken
Eigenkapital

100%

Eigenfinanzierungsgrad
Investitionen

Das Betriebsergebnis (EBIT) der Post für 2023 liegt mit 323 Millionen Franken um 35 Millionen Franken unter jenem des Vorjahres. Der Konzerngewinn beträgt 254 Millionen Franken. Das sind 41 Millionen Franken weniger als 2022. Der Betriebsertrag beläuft sich auf 7279 Millionen Franken, das entspricht einem Zuwachs von 420 Millionen Franken gegenüber dem Vorjahr. Das finanzielle Resultat liegt im Bereich der Erwartungen. Es widerspiegelt die Teuerung und die gedrückte Konsumentenstimmung, die abnehmenden Brief- und Paketmengen sowie die stark rückläufigen Schaltereinzahlungen. Höhere Erträge bei PostFinance aufgrund der Zinswende und die Umsetzung der Massnahmen aus der Strategie «Post von morgen» halfen dabei, das finanzielle Ergebnis zu stabilisieren.

Effizienzmassnahmen im Bereich Logistik-Services bremsen Ergebnisrückgang

Das Betriebsergebnis im Bereich Logistik-Services liegt mit 335 Millionen Franken um 23 Millionen Franken unter dem Vorjahresniveau. Sowohl die Paketmengen (-4,6 Prozent) als auch die Briefmengen (-5,6 Prozent) sanken im Vergleich zum Vorjahr. Auch im stark konjunkturabhängigen Werbemarkt verloren die Werbesendungen im vergangenen Jahr an Volumen (adressierte Werbung -5,3 Prozent, unadressierte Werbung -6,4 Prozent). Die anfangs 2023 eingeleiteten Effizienzmassnahmen und stetigen Prozessoptimierungen führten im vierten Quartal zu einem guten Resultat. So konnte der Ergebnisrückgang im Bereich Logistik-Services im Vergleich zu 2022 deutlich gebremst werden. Um für die Zukunft gerüstet zu sein, investierte die Post ausserdem in die Güter- und Baulogistik sowie in die Paketsortierungsinfrastruktur.

Strategische Partnerschaften im Filialnetz sorgen für positiven Ergebnisbeitrag

PostNetz konnte aus den strategischen Partnerschaften mit Banken, Versicherungen und Krankenkassen erstmals einen positiven Ergebnisbeitrag verzeichnen. Auch in diesem Bereich ist aber der Mengenrückgang deutlich spürbar. Insbesondere im Zahlungsverkehr am Schalter zeigte sich ein starker Rückgang von 18,4 Prozent. Damit ist der Zahlungsverkehr in den letzten fünf Jahren um knapp 50 Prozent eingebrochen. Trotz konsequenter Effizienzanstrengungen konnte der Bereich PostNetz die Einbussen nicht kompensieren. Das Betriebsergebnis für das Jahr 2023 liegt bei -93 Millionen Franken (2022: -71 Millionen Franken).

Der Bereich Kommunikations-Services erreicht wichtige Meilensteine

Im Konzernbereich Kommunikations-Services liegt das Betriebsergebnis bei -72 Millionen Franken (Vorjahr: -72 Millionen Franken). Der Betriebsertrag konnte vorwiegend mit strategischen Zukäufen in den Bereichen E-Government, sichere Kundenkommunikation und Cybersecurity gesteigert werden. Mit der Weiterentwicklung der E-Voting-Lösung, dem elektronischen Patientendossier und der Kommunikationsplattform «ePost» hat der Bereich wichtige Meilensteine erreicht.

Trotz höherer Verkehrserträge leicht tieferes Ergebnis für Mobilitäts-Services

Bei Mobilitäts-Services (PostAuto und Post Company Cars) liegt das Ergebnis für 2023 mit 21 Millionen Franken um 6 Millionen Franken unter demjenigen des Vorjahres. Die höheren Verkehrserträge aufgrund der höheren Fahrgastzahlen bei PostAuto vermochten die gleichzeitig gestiegenen Kosten nicht auszugleichen. Post Company Cars konnte das Vorjahresergebnis halten.

¹ In den Unternehmensmehrwert fliessen die Nettokosten der Grundversorgungsverpflichtung in Höhe von 268 Millionen Franken ein.

Zinswende sorgt bei PostFinance für besseres Ergebnis

PostFinance erzielte trotz eines turbulenten Jahres an den nationalen und globalen Finanzmärkten ein Betriebsergebnis von 264 Millionen Franken, das sind 35 Millionen Franken mehr als im Vorjahr. Mit der Wende hin zu positiven Leitzinsen folgt, dass PostFinance aus einer soliden Position heraus auf einem guten Weg zu einer allmählichen Normalisierung der Gesamtzinsmarge und auf Wachstumskurs ist.

Der Digitalisierungstrend führt zu einem starken Rückgang der Transaktionen in den Filialen der Post und belastet zunehmend das Ergebnis von PostFinance in der Grundversorgung.

+ Weitere Informationen zum Ergebnis **Finanzbericht** ab Seite 27

Nichtfinanzielle Ergebnisse

Gute Noten für die Post

Zustellqualität: Die Post war 2023 pünktlich

Die Post hat 2023 alle regulatorischen Qualitätsvorgaben des Bundes eingehalten. Die Empfängerinnen und Empfänger erhielten Briefe, Pakete und Zeitungen im ganzen Land pünktlich zugestellt. Sowohl bei den Briefen, bei denen der Bund 97 Prozent Pünktlichkeit verlangt, als auch bei den Paketen und Zeitungen mit einer Pünktlichkeitsvorgabe von 95 Prozent hat die Post das jeweilige Ziel übertroffen.

Kundenzufriedenheit: Die Post erfüllt die Kundenbedürfnisse

Die Kundinnen und Kunden waren auch 2023 mehrheitlich zufrieden mit der Post. Mit 76 von 100 Punkten erreichte die Post denselben Wert wie im Vorjahr. Das zeigt: Es gelingt der Post, die Kundenbedürfnisse zu erfüllen. Befragt wurden 13 000 Privat- sowie 5 000 Geschäftskundinnen und -kunden aus den fünf Konzernbereichen. Weil die Post 2022 die Berechnungsmethode an die neue Konzernstruktur angepasst hat, ist der aktuelle Wert nur mit jenem des Vorjahres vergleichbar.

Personalumfrage: gute Werte

Die jährliche Personalumfrage zeigt: Die Mitarbeitenden sind mit der Post als Arbeitgeberin sehr zufrieden. Mit 83 von 100 Punkten wird «Meine direkte Führung» besonders positiv bewertet. Innerhalb des Themenblocks «Mein Team» werden insbesondere der gegenseitige Respekt, die Unterstützung im Team und die Feedback-Kultur als sehr gut beurteilt. Der Index «Ich sehe den Sinn meiner Arbeit»

erhält mit 85 Punkten ebenfalls viel Zustimmung. Das zeigt, dass die Mitarbeitenden die Post als attraktive Arbeitgeberin wahrnehmen. Auf Stufe Konzern sind die Ergebnisse der Personalumfrage über die letzten Jahre sehr stabil.

Klima und Energie: Reduktion der Treibhausgasemissionen

Die Treibhausgasemissionen im eigenen Betrieb sind 2023 um 2,7 Prozent gesunken. Dies primär aufgrund folgender Markt- und Geschäftsentwicklungen: Rückgang der Sendungsmengen, Auslagerung von Transportleistungen an Subunternehmen bei neu zugekauften Konzerngesellschaften und Elektrifizierung der Zustellfahrzeuge. Mit den vierrädrigen Fahrzeugen legte die Post über 3,7 Millionen Kilometer mehr zurück als im Vorjahr. Das entspricht einer CO₂-Reduktion von 6 Prozent pro gefahrenem Kilometer. Den Massnahmen entgegen wirken die Mehrfahrleistungen bei PostAuto und ein Wachstum um 1 Prozent im Geschäft der Drittkundenfahrzeuge. 23 Postautos wurden im Jahr 2023 auf alternative Antriebe umgestellt und damit wurden rund 0,9 Millionen fossile Kilometer ersetzt. Die Emissionen pro gefahrenem Kilometer sind um 0,6 Prozent gesunken.

+ Weitere Informationen zu den nichtfinanziellen Ergebnissen: **Nichtfinanzieller Bericht 2023**

Zahlen und Fakten

97,3%

pünktlich zugestellte **A-Post-Briefe**

95,7%

pünktlich zugestellte **Priority-Pakete**

85 Punkte

Index (Skala 0–100)
«**Ich sehe den Sinn meiner Arbeit**»

76 Punkte

Index (Skala 0–100)
«**Bin mit der Post insgesamt sehr zufrieden**»

62,4%

der **Fahrzeuge** in der **Zustellung** mit **alternativem Antrieb**

Strategie

Die Strategie «Post von morgen» setzt auf die traditionellen Stärken und Kernkompetenzen der Post: auf den vertrauenswürdigen Transport von Waren und Informationen. In der physischen und zunehmend auch in der digitalen Welt.

Seit 175 Jahren treibt die Post Veränderungen an und leistet damit immer wieder einen wichtigen Beitrag zur Modernisierung der Schweiz. Ihr strategisches Ziel ist es, die Relevanz der Post auch für die Zukunft zu sichern. Sie richtet das Service-public-Angebot entlang neuer Kundenbedürfnisse aus. Dazu will sie in attraktiven Marktfeldern zukunftsfähige Dienstleistungen entwickeln und gezielt wachsen. Mit Zukäufen und Partnerschaften in Logistik und Kommunikation will sie ihr Angebot stärken. Das erfordert substantielle Investitionen in Infrastrukturen und Kompetenzen – selektiv auch im Ausland.

Indem die Post unternehmerisch handelt, kann sie eine eigenfinanzierte Grundversorgung in der Schweiz sichern. Und die Schweiz weiterhin zusammenbringen. Jeden Tag und jederzeit. Zu Hause, in der Freizeit und bei der Arbeit. Auf dem Land und in der Stadt.



Herausforderungen und strategische Stossrichtungen

Für eine starke, moderne Post

Bewährtes weiterentwickeln, Neues schaffen: Durch die Umsetzung der Strategie «Post von morgen» will die Post weiterhin zur Gestaltung einer modernen, wettbewerbsfähigen Schweiz beitragen – und auch in Zukunft als starke Post relevant bleiben.

Die Post hat ihre Strategie «Post von morgen» in einem stabilen Umfeld entwickelt, das geprägt war von einer positiven Konsumentenstimmung und niedrigen Zinsen. In einer Zeit, als eine Pandemie oder Krieg in Europa undenkbar schienen. Seither hat sich viel verändert. Die Post ist durch die Nachwirkungen von COVID-19, steigende Energie- und Treibstoffpreise sowie die allgemeine Teuerung stark gefordert. Die der Strategie zugrunde liegenden Annahmen haben sich jedoch bestätigt und teilweise verstärkt. Aufgrund der fortschreitenden Digitalisierung gehen die Briefmengen und die Nachfrage nach Dienstleistungen in den Filialen weiter zurück, während die Paketmengen langfristig steigen. Entsprechend wichtig ist die konsequente Weiterführung der Strategie. Die Post steht auf einem guten Fundament und die Umsetzung der Strategie ist auf Kurs: Die wichtigsten Grundsteine für die Transformation sind gelegt. Die gestiegenen Zinsen wirken sich positiv auf den Finanzdienstleistungsmarkt aus.

Service public: für alle, überall und gleichwertig

Seit 175 Jahren ist die Post eine Institution des nationalen Zusammenhalts und erbringt im Auftrag des Bundes Leistungen des Service public. Die drei Strukturelemente – Grundversorgung, Staatseigentum und Eigenwirtschaftlichkeit – im Gleichgewicht zu halten, wird herausfordernder. Dies spiegelt sich in den strategischen Vorgaben des Bundesrats für die Periode 2021–2024 wider. In ihrem Kerngeschäft soll die Post qualitativ hochstehende, marktfähige und innovative Produkte, Dienstleistungen und Lösungen in physischer und elektronischer Form anbieten. Mit den Zielvorgaben anerkennt der Bundesrat, dass sich die Post in einer herausfordernden Transformation befindet, verlangt aber gleichzeitig, dass sie bis 2024 die Voraussetzungen schafft, um den Unternehmenswert mittelfristig nach-

haltig zu sichern. Alle Geschäftsfelder müssen ein branchenübliches Ergebnis erzielen (Ausnahme: der subventionierte Bereich bei PostAuto).

Strategische Weichenstellung für die Zukunft

Durch die Umsetzung ihrer Strategie will die Post in Zukunft noch relevanter werden: als starke Post, die mit den Bedürfnissen der Schweizer Volkswirtschaft und Bevölkerung wächst und damit die strategischen Ziele des Bundesrats erfüllt.

Sie setzt dazu auf vier strategische Stossrichtungen:

- Weiterentwicklung der Dienstleistungen, Angebote und Infrastruktur
- Effizienz der Organisation und Prozesse sowie angepasste Preise
- Wachstum und Zukäufe in bestehenden und sinnverwandten Geschäftsfeldern
- Ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit bei allem, was sie tut

Die Weiterentwicklung bestehender sowie die Etablierung und Skalierung neuer Marktfelder bleibt kritisch, um im Jahr 2030 einen modernisierten Grundversorgungsauftrag und zukünftige Kundenbedürfnisse zu erfüllen. Dazu investiert die Post substanziell. Sie entwickelt ihr Angebot in allen Märkten (siehe → Seiten 20–31) weiter und stellt so sicher, dass sie für die Schweiz zukunftsfähig bleibt. Unsere Vision, als Motor für eine moderne Schweiz zu agieren, treibt uns an, einen zentralen Beitrag zur Gestaltung einer modernen, wettbewerbsfähigen Schweiz zu leisten. Immer mit dem Ziel, die Relevanz der Post für die Zukunft zu sichern.

- + Weitere Informationen zur Strategie, dem Umfeld und den Herausforderungen im **Finanzbericht 2023**, ab Seite 13



Ein Land, das sich bewegt, braucht eine Post, die das auch tut.

Roberto Cirillo
Konzernleiter

Im Gespräch mit Christian Levrat und Roberto Cirillo

«Die Post ist und bleibt die Post für die Menschen»

Seit 175 Jahren ist die Post für die Bevölkerung in der Schweiz da. Langfristig erfolgreich bleibt sie nur, wenn sie sich weiterentwickelt. Wir haben den VRP, Christian Levrat, und den CEO, Roberto Cirillo, zum Stand der Entwicklungen befragt.

Roberto, die Post setzt ihre Transformation weiter um. Wie steht die Post mit Blick auf das vergangene Jahr heute da?

Roberto Cirillo: Die Post macht heute vieles richtig und entwickelt sich in die richtige Richtung. Zugleich sehen wir: Die Kundenbedürfnisse ändern sich rasch und fortlaufend. Davon ist die Post in besonderem Masse betroffen. Die Digitalisierung entwickelt sich rasant. Die Paketmengen steigen zwar langfristig, aber das traditionelle Kerngeschäft mit Briefen und Einzahlungen am Schalter nimmt seit Jahren stark ab. Wir bauen deshalb heute das Kerngeschäft von morgen auf. Das tun wir mit unserer Strategie «Post von morgen», mit einem Zielhorizont von 2030+. Auf dem Weg zur Post von morgen haben wir in den vergangenen drei Jahren sehr viel erreicht und eine wichtige Basis für die Zukunft gelegt, auf der wir nun weiter aufbauen. Konkret haben wir im Interesse einer zukunftsfähigen Rundum-Dienstleistung für unsere Kundinnen und Kunden unsere Logistikorganisationen zusammengelegt. Wir haben unsere Kapazität deutlich ausgebaut und nutzen die Synergien. Beispielhaft dafür ist der Einbau einer Paketsortiermaschine im Briefzentrum Härkingen. Diese Anlage haben wir im letzten September in Betrieb genommen.

In der Güterlogistik sind wir national und international gewachsen und gehören heute zu den wichtigsten Dienstleistern in der Schweiz. Im E-Commerce und im Online-Direct-Marketing haben wir unsere Kompetenzen ebenfalls deutlich ausgebaut. Auch im Werbemarkt können wir nun relevante crossmediale Angebote auf den Markt bringen. Unser Joint Venture mit Groupe La Poste, Asendia, ist zu einem der wichtigsten Anbieter in der internationalen E-Commerce-Logistik geworden. Und wir haben uns digital stark positioniert. Unsere Kundinnen und Kunden können bereits heute dank ePost entscheiden, welche Post sie analog im Briefkasten und welche sie digital an jedem Ort der Welt empfangen wollen. Seit dem letzten Jahr nutzen auch Kantone wie etwa Bern, St.Gallen und Luzern unsere Plattform, um ihre Informationen direkt in den digitalen Briefkasten zu schicken. Wir spielen eine wichtige Rolle im traditionell sehr analog funktionierenden Gesundheitswesen und haben nun die Grundlagen dafür gelegt, ein einheitliches, vertrauenswürdiges digitales Patientendossier einzuführen. Und wir haben 2023 erstmals sowohl Wahlen als auch Abstimmungen auf digitalem Weg ermöglicht. Die Post ist also zunehmend innovative Treiberin in der immer stärker vernetzten Schweiz. Sie ist Brückenbauerin zwischen digitalen und analogen Dienstleistungen für Menschen, Organisationen und Behörden.



Die Kundenbedürfnisse ändern sich rasch und fortlaufend.

Roberto Cirillo
Konzernleiter

Das klingt, als liefe alles rund und und als wäre die Post auf Kurs?

Roberto Cirillo: Wir sind zwar grundsätzlich mit unserer Strategie auf Kurs, dennoch gibt es im anspruchsvollen Marktumfeld auch Bereiche, in denen wir weniger gut vorangekommen sind als geplant. Beispielsweise schreitet die Netzöffnung weniger schnell voran als geplant. Und die Aufbauphase mit entsprechenden Investitionen im Bereich Kommunikations-Services, sprich digitale Dienstleistungen, dauert länger als wir es uns 2020 vorgestellt hatten.

Dafür gibt es im Wesentlichen zwei Gründe. Erstens: die wirtschaftlich und regulatorisch schwierigen Rahmenbedingungen. Sie verunmöglichen es, rasch skalierbare und profitable Angebote anzubieten. Beispielsweise im Bereich E-Health, wo die regulatorischen Vorgaben und die Marktkomplexität sehr hoch sind. Und zweitens gibt es im Bereich Kommunikations-Services nicht beliebig viele passende Unternehmen am Markt, die zur Post und ihrer Strategie passen – wir prüfen jede Akquisition sorgfältig. Ich bin überzeugt, dass die Entwicklung hin zum Digitalen ein unverzichtbarer Bestandteil des Service public ist, weil die Menschen die Vorteile digitaler Angebote immer häufiger nutzen. Ein Service public muss den Alltag der Mehrheit der Menschen im Land prägen und erleichtern. Denn eines ist klar: Service public muss zeitgemäss sein. Sonst ist es kein Service public. Der Alltag der Menschen in der Schweiz ist digital geworden. Darum soll und muss auch der Service public der Post digital werden.

Christian, muss die Post an der Qualität ihrer Dienstleistungen arbeiten?

Christian Levrat: Trotz der von Roberto beschriebenen Herausforderungen konnten wir den Kundinnen und Kunden in der Schweiz auch 2023 gewohnt qualitativ hochwertige Dienstleistungen anbieten. Unsere Qualität wurde im letzten Jahr vom Weltpostverein mit Gold ausgezeichnet. Wir wurden unter den Postgesellschaften von 172 Ländern zur besten Post der Welt gekürt. Und das zum siebten Mal in Folge. Das zeigt, dass wir mit unseren Dienstleistungen höchste Qualität erbringen und mit herausfordernden Rahmenbedingungen umgehen können. Dies insbesondere dank dem grossartigen Einsatz unserer Mitarbeitenden. Die Post ist eine verlässliche Partnerin – auch in unruhigen Zeiten, die von Klimawandel, unsicherer geopolitischer Lage, rasanten technologischen Veränderungen und knapper werdenden Haushaltsbudgets geprägt ist. Und das nachhaltig. Wir übernehmen bereits heute Verantwortun-



Die Post ist eine verlässliche Partnerin.

Christian Levrat
Verwaltungsratspräsident

Im Gespräch mit Christian Levrat und Roberto Cirillo

tung für die Umwelt von morgen und verfolgen ein ambitioniertes Klimaziel. In den Städten Bern und Zürich stellen wir seit Anfang 2023 nur noch elektrisch zu, in Genf seit Mitte Januar 2024, und weitere Städte wie Basel, Biel, Winterthur und Luzern werden bald folgen. Die Post betreibt schon heute die bei Weitem grösste elektrische Fahrzeugflotte der Schweiz.

Mit Blick auf die Zukunft bin ich zuversichtlich, dass sich unser Ergebnis in den nächsten Jahren verbessern wird. Das vor allem dank Post-Finance. Mit der Wende hin zu positiven Leitzinsen haben sich bereits heute relevante Faktoren verändert. Dennoch, die Entwicklung in unserem Kerngeschäft bleibt eine Herausforderung. Das Brief- und Schaltergeschäft nimmt ab, weil die Nachfrage nach unserem traditionellen Kerngeschäft abnimmt. Und diesen Rückgang können wir noch nicht ausreichend mit dem Geschäft im digitalen Bereich, in der Logistik oder mit der Netzöffnung kompensieren. Es braucht also einen Effort unsererseits. Mit dem jetzt laufenden Transformationsprozess haben wir damit gestartet. Wir passen uns an, sind physisch und digital für unsere Kunden da und entwickeln neue Dienstleistungen für die Schweizer Bevölkerung.

Roberto, wie gut ist die Post bereits heute für die Herausforderungen der Zukunft aufgestellt?

Roberto Cirillo: Die Post ist seit 175 Jahren für die Bevölkerung in der Schweiz da. Das wird sie weiterhin sein. Die Post ist und bleibt die Post für die Menschen. Mit dem finanziellen Resultat und der finanziellen Bilanz 2023 arbeiten wir intensiv daran, die Strategie für die Jahre 2025 bis 2028 weiterzuentwickeln. Die Richtung der aktuellen Strategie stimmt. Wir passen sie dort an, wo sich Handlungsbedarf aufgrund sich ändernder Voraussetzungen zeigt. Konkret kümmern wir uns unter anderem um die Frage, wie wir das Netz weiterentwickeln können, damit es den Bedürfnissen unserer Kundinnen und Kunden besser gerecht wird. Wir wollen ins Netz investieren, um zeitgemässe Technologien zum Einsatz zu bringen. Gleichzeitig wollen wir so die Relevanz für unsere Kundinnen und Kunden wie auch die Effizienz steigern. So können wir die

Finanzierbarkeit eines schweizweiten, flächendeckenden Filialnetzes an Post-Zugangspunkten auch in Zukunft gewährleisten. Im Kern arbeiten wir mit Hochdruck daran, die Post auf einer starken Basis in die Zukunft zu führen, mit zeitgemässen und zukunftsorientierten Angeboten. Für unsere Kundinnen und Kunden, für unsere Mitarbeitenden, für unseren Eigner, für die Schweizer Bevölkerung und Wirtschaft.

Christian, wie zuversichtlich schaust du als Verwaltungsratspräsident auf die Zukunft der Post?

Christian Levrat: Um tatsächlich mit Zuversicht in die Zukunft schauen zu können, brauchen wir veränderte regulatorische Rahmenbedingungen und den notwendigen Handlungsspielraum. Um es auf den Punkt zu bringen: Ohne eine grundlegende Reform wird das System Post in Zukunft nicht mehr aus eigener Kraft und ohne Steuergelder finanzierbar sein. Roberto hat vor drei Jahren gesagt: «Wir wollen uns nicht in ein Museum verwandeln.» Das kann ich heute mehr denn je unterschreiben. Wir wollen eine starke Post für eine starke Schweiz. Wir wollen relevant sein. Für unsere Kundinnen und Kunden. Für unsere Mitarbeitenden. Für die Schweiz.



Wir brauchen veränderte regulatorische Rahmenbedingungen.

Christian Levrat
Verwaltungsratspräsident

Was wären denn zentrale Elemente veränderter regulatorischer Rahmenbedingungen?

Christian Levrat: Aus meiner Sicht sind das drei Punkte. Zum Ersten ist zentral, dass die neuen regulatorischen Rahmenbedingungen die Bedürfnisse im Bereich der Digitalisierung und des digitalen Lebens widerspiegeln. Dazu zählt, dass man sowohl einen physischen als auch einen digitalen Briefkasten hat und selbst entscheiden kann, welche Post man physisch und welche man ortsunabhängig digital empfangen will. Zum Zweiten muss aus meiner Sicht gewährleistet sein, dass die Post das Filialnetz weiterentwickeln kann, wir also die Möglichkeiten der Digitalisierung und auch der Automatisierung vollumfänglich zum Wohl unserer Kundinnen und Kunden nutzen können. Und als Drittes muss das Thema des Zahlungsverkehrs geklärt werden. Insbesondere der Zahlungsverkehr mit Münzgeld ist defizitär. Hier muss der Gesetzgeber eine Lösung für die Finanzierbarkeit finden.



Die Post ist Brückenbauerin zwischen digitalen und analogen Dienstleistungen.

Roberto Cirillo
Konzernleiter



Deshalb passt die Post ihre Preise an

Die Post will auch für künftige Generationen einen hochwertigen und eigenfinanzierten Service public erbringen. Dafür muss die Post aus eigener Kraft Investitionen tätigen, um ihre qualitativ hochstehenden Dienstleistungen auch in Zukunft anbieten sowie auf die sich verändernden Kundenbedürfnisse reagieren zu können. Dazu gehören zum Beispiel Investitionen in die Paketsortierung und

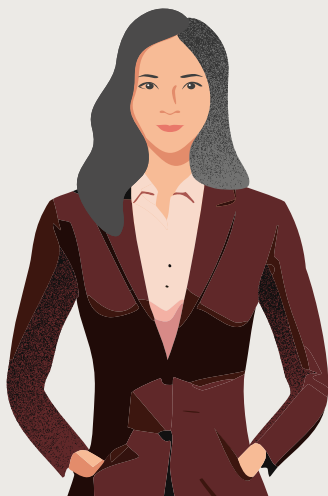
die Digitalisierung oder die Elektrifizierung und Modernisierung der Zustellflotte. Ausserdem verursachen auch die Rückgänge bei den Briefmengen und beim Schaltergeschäft sowie die Teuerung erhebliche Mehrkosten, die die Post zu grossen Teilen selbst trägt. Vor diesem Hintergrund sind Effizienzmassnahmen und Preiserhöhungen unumgänglich.

Digitalisierung und Service public

Neue Ansprüche, neue Lösungen: der Service public der Zukunft

Die technologischen Möglichkeiten entwickeln sich rasant – und mit ihnen die Ansprüche und das Verhalten der Kundinnen und Kunden der Post. Der Service public der Zukunft richtet sich nach ihren Bedürfnissen.

Digitalisierung? Ja! Aber auch die persönliche Beratung vor Ort ist mir wichtig.

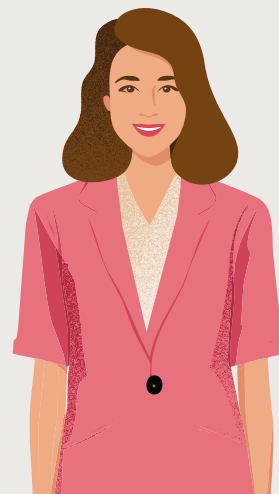


Logistik

Der Grundversorgungsauftrag garantiert heute, dass Menschen in allen Regionen der Schweiz den gleichen Zugang zu den Logistikdienstleistungen der Post haben und dafür die gleichen Preise bezahlen. Das will die Post beibehalten – und zusätzlich die Möglichkeiten der Digitalisierung für neue, nachhaltige Dienstleistungsangebote nutzen. Dank der Digitalisierung kennen Kundinnen und Kunden den genauen Zustellzeitpunkt ihrer Paketsendung und können den Empfang steuern.

→ post.ch/meinesendungen

Ich will mich auf sichere digitale Dienstleistungen verlassen können.



Wann ich mein Paket bekomme, will ich selbst bestimmen.



Netz

Der zwischenmenschliche Austausch bleibt auch im Zeitalter der Digitalisierung wichtig. Deshalb will die Post auch in Zukunft gut erreichbar sein. Sie gestaltet ihr Netz zukunftsgerichtet: mit moderneren Filialen, die sie zu regionalen Dienstleistungszentren umbaut. Dritte können unter dem Dach der Post neue Services anbieten. Die Mitarbeitenden der Post sind vor Ort und Spezialistinnen und Spezialisten können per Video ein persönliches Beratungsgespräch anbieten. So erleichtern sie den Zugang zu digitalen Services, zum Beispiel indem die Mitarbeitenden helfen, eine App einzurichten oder zu nutzen.

→ post.ch/beratung-digitales

Kommunikation

Der sorgsame Umgang mit schützenswerten Daten ist in der DNA der Post verankert. Auch im digitalen Service public will sie für die Gesellschaft relevante, sichere und einfach nutzbare digitale Lösungen entwickeln. Dabei geht es beispielsweise um Themen wie die sichere digitale Identität, E-Voting oder das elektronische Patientendossier. Im Sinne einer verantwortungsvollen Digitalisierung legt die Post besonders Wert auf Datenschutz, Datensicherheit und die Zugänglichkeit für alle.

→ post.ch/digital

Mobilität

Einfach per App oder Telefon bestellen: Mit dem On-Demand-Angebot, auch Bedarfsverkehr genannt, holt das Postauto die Menschen dort ab, wo sie sind, und bringt sie dorthin, wo sie hinwollen – zuverlässig und genau dann, wann sie wollen. Noch ein Vorteil: Die Fahrzeuggröße lässt sich flexibel auf die Kundenbedürfnisse abstimmen. Massgeschneiderte Bedarfsverkehrs-Lösungen eignen sich vor allem auf der ersten und letzten Meile, in dünn besiedelten Gebieten und zu Randzeiten.

→ postauto.ch/on-demand

Am liebsten würde ich dann und dort in ein Postauto steigen, wenn und wo ich es brauche.



Ich will meine Finanzen digital verwalten, am liebsten über mein Smartphone.

**Finanzdienstleistungen**

Heute bezahlen wir Rechnungen, investieren in unsere Altersvorsorge oder handeln mit digitalen Währungen – ganz bequem über sichere digitale Apps und Services. Statt im Geschäft Münzen und Scheine zu zählen, zücken wir das Smartphone oder die Karte. Mit Invisible Payments läuft der Bezahlvorgang künftig sogar vollautomatisch im Hintergrund ab. Das geht heute zum Beispiel bereits mit der PubliBike-App, wo über das Veloschloss ein- und ausgecheckt und der fällige Betrag automatisch abgebucht wird.

→ postfinance.ch

Finanzierung der Grundversorgung**Die Grundversorgung der Zukunft nachhaltig finanzieren**

Für die Ausgestaltung der zukünftigen Grundversorgung ist deren Finanzierung ein wichtiger Aspekt. Denn die heutige Pflicht zur Grundversorgung verursacht der Post hohe Kosten: 2022 waren es 260 Millionen Franken. Die Post erbringt die Grundversorgung für Postdienstleistungen und im Zahlungsverkehr eigenwirtschaftlich, erhält also vom Bund kein Geld. Dieser gewährt ihr lediglich ein Monopol auf Briefe bis 50 Gramm. Dieses Restmonopol deckt aber nur einen kleinen Teil der Kosten. 2022 waren es 69 Millionen Franken. Und es verliert kontinuierlich an Wert, weil die Menge transportierter Briefe Jahr für Jahr abnimmt – seit 2010 insgesamt um einen Drittel. Gleichzeitig steigt die Nachfrage nach digitalen Dienstleistungen. Diese Entwicklungen führen dazu, dass sich die Finanzierung der Grundversorgung in einem Ungleichgewicht befindet, das sich ohne Anpassung des regulatorischen Rahmens weiter verstärken wird.

**Die Post von morgen setzt auf einen starken Service public und fokussiert auf die bestehenden Märkte.**

Roberto Cirillo
Konzernleiter

Die Post will der Schweizer Bevölkerung und der Wirtschaft auch in Zukunft einen zeitgemässen Service public bieten: eine relevante, qualitativ hochstehende Grundversorgung, die in allen Regionen des Landes präsent ist. Dies möchte sie weiterhin ohne staatliche Unterstützung leisten. Das setzt aber voraus, dass die heutigen gesetzlichen Rahmenbedingungen weiterentwickelt und an die veränderten Bedürfnisse von Bevölkerung und Wirtschaft angepasst werden.

Märkte

Die Post will ein Unternehmen bleiben, das ohne staatliche Unterstützung auskommt. Folglich ist die Post verpflichtet, ihre hochwertigen Service-public-Leistungen mit selbst erwirtschafteten Gewinnen zu finanzieren. Um in einer zunehmend digitalen Welt weiterhin relevante und wettbewerbsfähige Dienstleistungen für die Schweiz zu erbringen, investiert die Post in ihre Märkte Logistik, Kommunikation, Mobilität und Finanzdienstleistungen sowie in ihr Netz.



Sichere Kommunikation ist mit der Post kanal-, zeit- und ortsunabhängig möglich.

Nicole Burth
Leiterin Kommunikations-Services

Kommunikation

Die Post transferiert ihre Kompetenz im Transport von Informationen und im sicheren Umgang mit Daten in den digitalen Bereich. Ergänzend zum analogen Kommunikationsgeschäft bietet sie Menschen, Unternehmen, Behörden und dem Gesundheitswesen einfache und sichere Lösungen für digitale Interaktionen an.

Mobilität

Die Post verbindet die Menschen in der Schweiz mit modernen und bequemen Mobilitätslösungen auf der Strasse. Sie bietet erschwingliche und nachhaltige Mobilität in alle Ecken des Landes und ist damit Rückgrat der Wirtschaft und der Gesellschaft sowie Inbegriff des Service public.



Für unsere Kundinnen und Kunden entwickeln wir innovative Mobilitäts-Lösungen.

Christian Plüss
Leiter Mobilitäts-Services

Logistik

Die Post verbindet die Schweiz und die Schweiz mit der Welt – als vertrauensvolle Partnerin für die Warenströme der Zukunft. Sie erhält ihre Kernkompetenzen in der Post von morgen und erweitert ihr heute höchst erfolgreiches Logistikangebot, um sich als umfassende Logistikdienstleisterin zu etablieren.



Wir sind *die* Logistikprofis und verbinden die Schweiz mit dem Ausland.

Johannes Cramer
Leiter Logistik-Services

Netz

PostNetz ist die Brückenbauerin zwischen digitaler und physischer Welt.

Thomas Baur
Leiter PostNetz

Die Filialen der Post sind regionale Dienstleistungszentren für alle. Mit einer Vielzahl von Zugangspunkten ist die Post das Dienstleistungsnetz für eine moderne Schweiz. In ihren eigenbetrieblenen Filialen ermöglicht sie Partnern eine vertrauenswürdige, persönliche Betreuung ihrer Kundinnen und Kunden und schafft so Nähe in einer zunehmend digitalen Welt.

Finanzdienstleistungen

Die Post will, dass Banking einfach Freude macht. So gestaltet sie mit PostFinance die Zukunft: mit den Menschen und ihren unterschiedlichen Bedürfnissen im Fokus, mit smarten Innovationen und frischen Lösungen rund ums Geld – gemacht für die Schweiz.



Wir wollen, dass Kundinnen und Kunden jeden Kontakt mit PostFinance positiv erleben.

Hansruedi König
CEO PostFinance AG
(bis Februar 2024)

Logistik

Die Post verbindet die Schweiz und die Schweiz mit der Welt. Sie baut ihre Kernkompetenzen und ihr Angebot aus, um sich als umfassende Logistikpartnerin für die Warenströme der Zukunft zu etablieren.



Johannes Cramer
im Videointerview:
gb.post.ch/cramer



Güterlogistik

Logistiknetzwerk verstärkt

Die Post investiert gezielt im Heimmarkt und im benachbarten Ausland, um ihre nationale Logistik mit den internationalen Warenströmen zu verbinden. 2023 hat sie verschiedene Unternehmen der Logistikbranche in der Schweiz und mit grenznahen Standorten übernommen.

Regionale Paketzentren

Investitionen in die Paketverarbeitung

2023 nahm die Post drei neue regionale Paketzentren (RPZ) in Betrieb: Das RPZ Pratteln (BL) verarbeitet bis zu 10 000 Pakete pro Stunde für den Grossraum Basel; das RPZ Wallisellen entlastet die Sortierzentren im Grossraum Zürich. Im Briefzentrum Härkingen hat die Post eine reine Paketsortieranlage in ein bestehendes Briefzentrum integriert und dabei eine neue Sortierinformatik eingeführt.

→ post.ch/paketsortierung-haerkingen

Dynamische Zustellrouten

Paketzustellung effizienter planen

Neu führt eine App die Zustellerinnen und Zusteller von Stopp zu Stopp. Um die Reihenfolge der Botentouren in der Paketzustellung weiter zu optimieren, werden die Touren systematisch und tagesaktuell in der bestmöglichen Reihenfolge geplant. Die Pakete werden zuverlässig zugestellt – nur die Uhrzeit kann variieren. Das ist die Grundlage, damit die Post ihre Privatkundinnen und -kunden präziser über den geplanten Zustellzeitpunkt ihrer Paketsendungen informieren kann.



Zustellflotte**40 Millionen Pakete elektrisch unterwegs**

In den Städten Zürich, Bern und Genf stellt die Post alle Briefe und Pakete mit posteigenen E-Fahrzeugen CO₂-frei zu. Insgesamt befördern die Pöstlerinnen und Pöstler schweizweit jährlich rund 40 Millionen Pakete elektrisch.

→ post.ch/meilenstein-nachhaltige-logistik

**Neue Transportkonzepte****Mehr Pakete auf der Schiene transportieren**

Dank neuen Zugverbindungen transportiert die Post zusätzlich 9 Millionen Sendungen auf der Schiene und spart damit insgesamt 900 000 Lastwagenkilometer und rund 680 Tonnen CO₂ pro Jahr.

→ post.ch/ausbau-bahntransport

Gesundheitslogistik**Mit innovativen Lösungen die Gesundheitsbranche entlasten**

Als Logistikpartnerin entlastet die Post die Mitarbeitenden von Leistungserbringern wie Spitälern, Kliniken oder Ambulatorien: von der Übernahme einzelner Aufgaben wie der Beschaffung oder dem gesetzeskonformen Transport über die zertifizierte Lagerung von Arzneimitteln bis hin zur sterilen Aufbereitung von Medizinprodukten.

**DigitalStamp****Briefe und Pakete mit der Post-App frankieren**

Keine Briefmarke zur Hand? Kein Problem! Mit DigitalStamp können Briefe und Pakete ganz einfach über die Post-App frankiert und Paketetiketten erstellt werden. Bezahlt wird mit TWINT oder Kreditkarte. Auch der Service pick@home ist integriert: Vorfrankierte Pakete, etwa für Retouren, holt die Post ab.

→ post.ch/digitalstamp

Preference Center**Transparenz bei der Kundenkommunikation**

Darf die Post die Daten ihrer Kundinnen und Kunden sammeln und weiterverwenden? Ob und wie: Das entscheiden diese selbst im Preference Center der Post. Per Mausclick können sie dort für personalisierte Empfehlungen einfach und unkompliziert Interessen angeben, sich für Newsletter und Ähnliches an- oder abmelden.

Kommunikation

Die Post transferiert ihre Kompetenz im Transport von Informationen und im sicheren Umgang mit sensiblen Daten in die digitale Welt: mit einfachen und sicheren digitalen Dienstleistungen für Menschen, Unternehmen, Behörden und das Gesundheitswesen.



Nicole Burth
im Videointerview:
gb.post.ch/burth



Digitaler Briefkasten

Kantonale Post digital empfangen

Die Verwaltung des Kantons Bern verschickt pro Jahr rund 22 Millionen Seiten physische Dokumente per Post. Seit 2023 stellen der Kanton Bern und die Post mit dem Dienst «BE-ePost» der Berner Bevölkerung zusätzlich einen einfachen und sicheren digitalen Briefkasten zur Verfügung. Damit können Bernerinnen und Berner auf Wunsch ihre Rechnungen für die Steuerraten digital in der App empfangen und auch gleich bezahlen.

→ epost.ch

Kommunikationsplattform

Näher an den Kundinnen und Kunden

Das Unternehmen SpotMe mit Sitz in Lausanne und 120 Mitarbeitenden ist spezialisiert auf digitale Plattformen für die sichere und vertrauliche Kommunikation zwischen Unternehmen und ihren Kundinnen und Kunden. Die Technologie wird etwa für die Durchführung von physischen, hybriden und virtuellen Veranstaltungen verwendet, kann aber überall dort eingesetzt werden, wo hohe Sicherheitsstandards notwendig sind, um vertrauliche Informationen auszutauschen.

→ spotme.com

SwissID

Login-Lösung bewährt sich

Die Post konzentriert sich seit 2023 auf eine einzige, sichere, zukunftsfähige und wirtschaftlich sinnvolle Login-Lösung: Mit SwissID loggen sich heute über 4 Millionen Kundinnen und Kunden einfach und sicher ein, um unter anderem die Onlineservices der Post und vieler weiterer Unternehmen und Behörden zu nutzen. SwissID ist jedoch nicht nur das sichere Login und die zertifizierte digitale Schweizer Identität für Onlineanwendungen, die einen Identitätsnachweis erfordern: SwissID ist auch digitale Identität und elektronische Signatur in einem.

→ swissid.ch

E-Voting**Elektronisch wählen und abstimmen**

E-Voting ist seit 2023 in der Schweiz wieder möglich – dank dem E-Voting-System der Post. An den eidgenössischen Wahlen 2023 war zum ersten Mal ein vollständig verifizierbares System im Einsatz. Vor allem in der Fünften Schweiz ist die elektronische Stimmabgabe beliebt: Rund 60 Prozent der Auslandschweizerinnen und Auslandschweizer, die gewählt haben, nutzten dafür E-Voting. 2023 ist das System erneut geprüft worden: Bei einem öffentlichen Intrusionstest suchten 2650 Hackerinnen und Hacker nach Schwachstellen. Trotz den rund 55 000 Angriffen gelang es ihnen nicht, in das E-Voting-System oder die elektronische Urne einzudringen.

→ post.ch/e-voting

**Elektronisches Patientendossier****Bequem digital eröffnen**

Papierlos von zu Hause aus ein elektronisches Patientendossier (EPD) eröffnen? Das ist jetzt möglich, der Gang zu einer physischen EPD-Eröffnungsstelle entfällt. Benötigt werden ein Smartphone, ein E-Mail-Konto, ein biometrischer Pass oder eine Identitätskarte – und die Logindaten für die SwissID. Der von der Post entwickelte Service steht der Wohnbevölkerung in verschiedenen Kantonen kostenlos zur Verfügung.

→ post-sanela.ch/eroeffnen

**Cybersecurity****Besser vor Cyberkriminalität geschützt**

Mit der Übernahme der terreActive AG mit 90 Mitarbeitenden stärkt die Post ihre IT-Kompetenzen im Bereich digitaler Sicherheit weiter. Gemeinsam mit terreActive und der 2022 übernommenen Westschweizer Firma Hacknowledge kann die Post Unternehmen und Behörden ein umfassendes Angebot an Cybersecurity-Lösungen anbieten und digitale, vertrauliche Informationen und Daten noch besser schützen.

→ terreactive.ch

Netz

Mit einer Vielzahl von Zugangspunkten ist die Post das Dienstleistungsnetz für eine moderne Schweiz. In ihren eigenbetrieblenen Filialen ermöglicht sie Partnern eine vertrauenswürdige, persönliche Betreuung ihrer Kundinnen und Kunden.



Thomas Baur
im Videointerview:
gb.post.ch/baur



Netzöffnung

Guichet virtuel: Partnerschaft mit dem Kanton Jura

In den 17 Filialen im Kanton Jura unterstützt die Post die Bevölkerung bei der Anmeldung für den virtuellen Schalter des Kantons sowie bei der Nutzung von rund hundert Onlinedienstleistungen der Verwaltung. Geschulte Mitarbeitende der Post helfen dabei, zur digitalen Steuererklärung oder dem Heimatschein zu gelangen, ein Fischereipatent zu beantragen oder einen Termin für die Fahrzeugkontrolle zu vereinbaren.

- post.ch/kantonale-digitale-dienstleistungen
- post.ch/digitale-partnerschaft-jura

Netzentwicklung

Willkommen im digitalen Dorfladen

Innovative Konzepte und die Partnerschaft mit der Post retten Dorfläden vor dem Aus: In der Surselva im Kanton Graubünden etwa setzen zwei Läden auf Digitalisierung. Neu sind beide Läden rund um die Uhr geöffnet. Wer im Laden einkaufen will, muss sich einmalig registrieren. Beim Einkauf scannen die Kundinnen und Kunden die Produkte selbst und bezahlen an der Kasse mit Bank- oder Postkarte, TWINT oder auf Rechnung. An den Vormittagen sind Mitarbeitende vor Ort. Während dieser Zeit kann die Kundschaft auch Postgeschäfte erledigen. Ein breites Postangebot kombiniert mit langen Öffnungszeiten ist ein Erfolgsrezept, das sich bereits an über 1250 Standorten in der ganzen Schweiz bewährt.

- post.ch/post-im-digitalisierten-dorfladen

Partnerschaften

Services von Versicherungen und Banken in der Post nutzen

Die AXA Schweiz bietet in 72 Postfilialen in den Kantonen Bern, Solothurn und Basel-Landschaft Versicherungsdienstleistungen an. Für die Post ist diese Zusammenarbeit ein weiterer wichtiger Schritt zur Öffnung des Filialnetzes für Dienstleistungsunternehmen und Behörden. Auch die Migros Bank hat, nach den ersten Erfahrungen, ihre Partnerschaft mit der Post bestätigt und intensiviert. Die bereits bestehenden Partnerschaften werden laufend ausgebaut.

- post.ch/versicherungen

Bekleidung

Neuer Look für Mitarbeitende am Postschalter

Nach 20 Jahren erhalten die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Filialen Kleidung in einem neuen Look. Die neue Kollektion erlaubt Individualität und transportiert ein stimmiges Einheitsbild der Post. Die Mitarbeitenden sind aktiv an der Entwicklung beteiligt, testeten Tragekomfort, Funktionalität und Pflege. Nachhaltige Produktion und eine langlebige Qualität sind der Post wichtig. Die Kleider werden in Europa hergestellt und voraussichtlich ab 2025 von den Mitarbeitenden in den Filialen getragen.

→ post.ch/neuer-look-filialmitarbeitende

**Inklusion**

Chancen für Menschen mit Beeinträchtigung

Im Rahmen eines Pilotprojekts bietet PostNetz Menschen mit Beeinträchtigung in 13 Filialen und in einem Contact Center die Möglichkeit, im allgemeinen Arbeitsmarkt an Arbeiten teilzuhaben. Die Testphase ist erfolgreich verlaufen. Deshalb sollen bis Ende 2024 insgesamt 50 Menschen mit Beeinträchtigung unbefristet am Arbeitsleben von PostNetz teilhaben können.

→ post.ch/chance-arbeitsmarkt

Paketautomaten

My Post 24: Versenden und abholen am Automaten

Rund um die Uhr Briefe und Pakete empfangen und aufgeben, auch wenn die Post schon geschlossen ist: Bereits seit über 10 Jahren sind die My Post 24-Automaten, mittlerweile sind es über 270 Stück, ein beliebter Zugangspunkt zu Postdienstleistungen. Praktisch: Die neue Generation der Automaten wird über die Post-App auf dem Smartphone bedient.

→ post.ch/mypost24



Mobilität

Die Post bietet Lösungen für eine moderne, nachhaltige Mobilität auf der Strasse. Sie vernetzt die ganze Schweiz und ist mit ihrem Service public Rückgrat von Wirtschaft und Gesellschaft.



Christian Plüss
im Videointerview:
gb.post.ch/pluess



Elektromobilität

Die Zukunft des Postautos ist elektrisch

In Graubünden sind mittlerweile elf Elektropostautos klimafreundlich unterwegs. Das zeigt, dass sich die Technologie auch für Berggebiete eignet – und dass die leisen, komfortablen Busse bei Fahrgästen und Fahrpersonal gut ankommen. Die Flotte von rund 2300 Postautos wird konsequent auf Elektroantrieb umgestellt: Ende 2024 sollen die ersten 100 Postautos elektrisch fahren, 2030 bereits 900. Ab 2028 will Post-Auto nur noch fossilfreie Busse beschaffen.

→ postauto.ch/innovation

Lieferantenmanagement

Geschäftsprozesse werden digitaler

Für die effiziente Abwicklung der täglichen Geschäftsprozesse setzt Post Company Cars auf Yarowa, eine digitale Plattform für Dienstleister- und Auftragsmanagement. Mit Yarowa digitalisiert die Flottenmanagerin das Lieferantenmanagement und die Schadenabwicklung, gestaltet Prozesse durchgängig, senkt Koordinationsaufwände, spart Kosten und arbeitet erst noch nachhaltiger – zum Vorteil der Geschäftskunden.

Competence Center

Für die Elektrifizierung Kompetenzen bündeln

Damit die Post ab 2030 klimaneutral im eigenen Betrieb ist und bis Ende 2040 das Ziel «Netto-Null» erreicht, muss die Flotte von Bussen, Liefer- und Lastwagen bis dahin CO₂-frei fahren. Um rasch voranzukommen, baut die Post das «Competence Center Elektromobilität» auf. Schwerpunkte sind Energiemanagement, Ladeinfrastruktur und -netze. Dazu kommt die Entwicklung von Partnerschaften und E-Mobilitätslösungen für Dritte.

Ladestationen**E-Fahrzeuge überall aufladen**

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können mit der App «Post E-Mobility» oder der Ladekarte von Post Company Cars ihr Elektrofahrzeug an den Ladestationen der Poststandorte und an über 7000 Ladestationen in der Schweiz und in Europa schnell und einfach aufladen. Der Strombezug wird detailliert erfasst und abgerechnet.

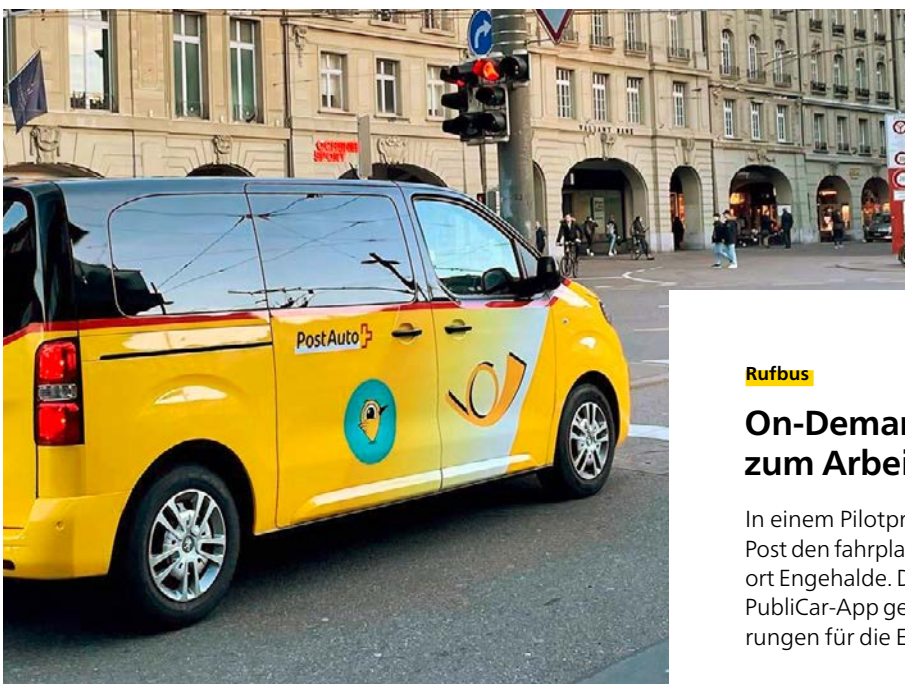
**Flottenmanagement****Full Service für Schweizer KMU**

Egal ob für Klein- oder Grossflotten: Viele Schweizer KMU zählen auf den Rundum-Service der Post mit ihren modular zusammenstellbaren Lösungen. Jüngst wurde der ÖKK Kranken- und Unfallversicherungen AG eine neue Elektroflotte übergeben. Auch der Fahrzeugpark der auf Labormedizin spezialisierten Dr. Risch-Gruppe wird neu von der Post bewirtschaftet. Post Company Cars ist die Flottendienstleisterin der Post: von der Finanzierung über den Betrieb bis hin zu Wartung, Versicherungsabschluss, Treibstoff/Ladelösung und Pannenhilfe.

→ postcompanycars.ch

Bahnstrom**Busse über das Stromnetz der SBB laden**

Mit der Leistung, die eine typische Schweizer Zugkomposition zum Anfahren benötigt, könnten die Batterien von 20 Elektrobusen schnell aufgeladen werden, ohne das öffentliche Stromnetz zusätzlich zu belasten. Lässt sich das Bahnstrom-Netz also auch für den öV auf der Strasse nutzen? Das soll eine Testanlage von PostAuto und SBB ab 2025 zeigen: Am Bahnhof Gelterkinden werden dann Elektrobusse mit Bahnstrom geladen.

**Rufbus****On-Demand vom Bahnhof zum Arbeitsplatz**

In einem Pilotprojekt ersetzt ein Rufbussystem für Mitarbeitende der Post den fahrplanmässigen Personalbus: vom Bahnhof Bern zum Standort Engehalde. Der elektrisch betriebene Shuttle kann flexibel über die PubliCar-App gebucht werden. Mit diesem Test sammelt die Post Erfahrungen für die Entwicklung weiterer On-Demand-Lösungen.

Finanzdienstleistungen

Mit Innovationen und smarten Lösungen für jedes Bedürfnis rund um Geld und Banking: So gestaltet PostFinance die Zukunft für die Menschen in der Schweiz.



Hansruedi Köng
im Videointerview:
gb.post.ch/koeng



Hypothekarmarkt

Stark mit CredEx und Valuu

Im Schweizer Markt schnell und unkompliziert das passende Hypothekarangebot finden: Dafür bietet PostFinance Lösungen aus einer Hand. Um ihre Position weiter zu stärken, beteiligt sich PostFinance am B2B-Hypothekenmarktplatz Credit Exchange (CredEx). CredEx führt die digitale Hypothekenvermittlungsplattform Valuu weiter.

Zahlungsverkehr

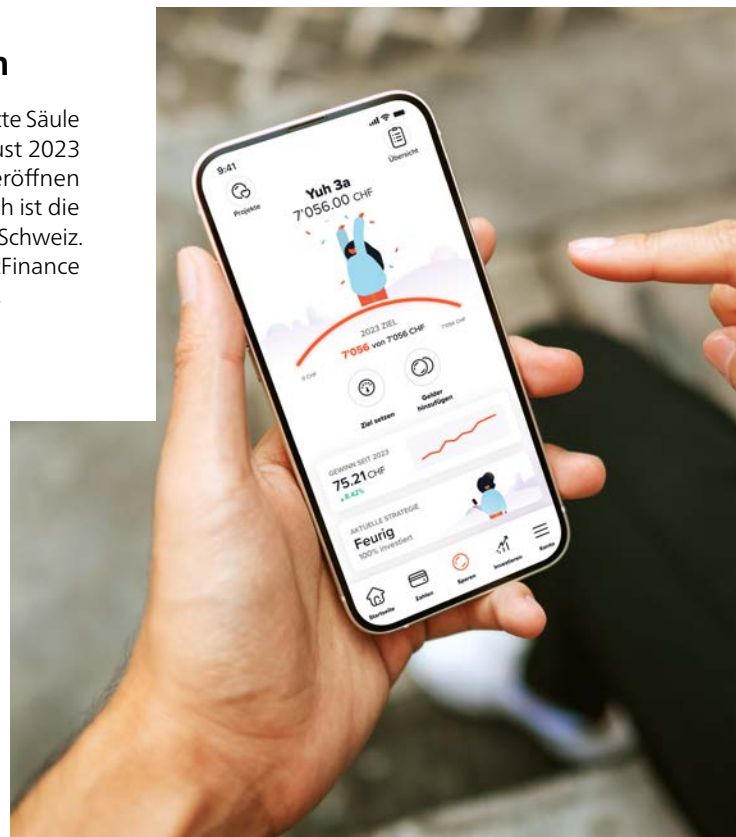
Einfacher und sicher bezahlen

PostFinance entwickelt laufend innovative Lösungen für bequemes Zahlen: Die mit der Debit Mastercard® kombinierte PostFinance Card kann neu zum Bezahlen mit Apple Pay eingesetzt werden. Kundinnen und Kunden profitieren so von einer sicheren Bezahlmethode, ohne die Karte aus der Hand zu geben, Tasten zu drücken oder Bargeld zu übergeben. Seit 2024 ist das Bezahlen in Onlineshops noch einfacher: Mit PostFinance Pay lassen sich Onlinezahlungen schnell und sicher über die PostFinance App abwickeln.

3a-Lösungen**Yuh: Unkompliziert investieren**

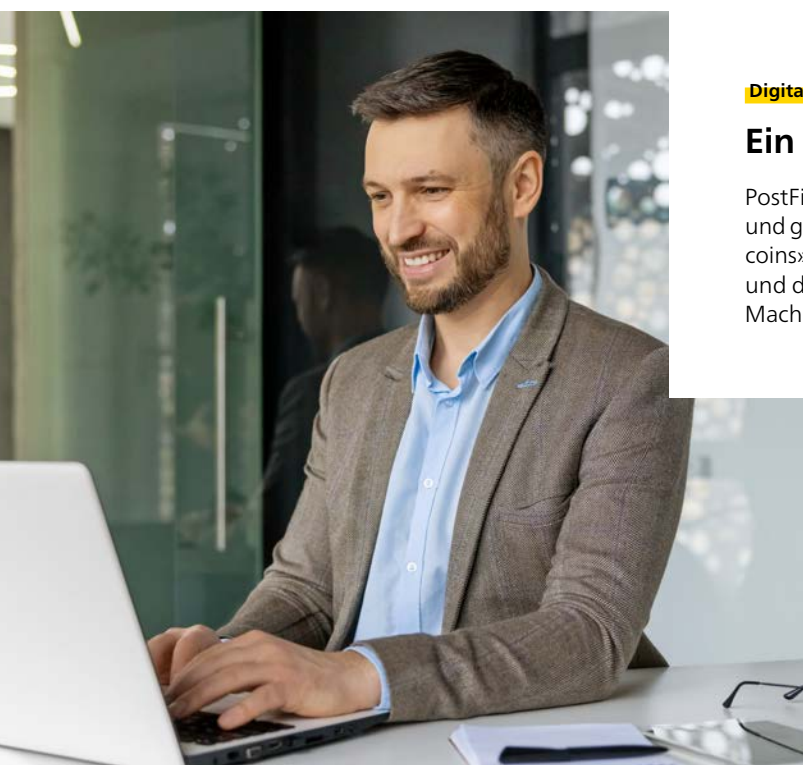
Unkompliziert, transparent und günstig in die dritte Säule investieren: Wer vorsorgen will, kann seit August 2023 direkt über die Finanz-App Yuh eine Säule 3a eröffnen und eine von fünf Anlagestrategien wählen. Yuh ist die vollständig digitale und mobile Finanzlösung der Schweiz. An dem eigenständigen Unternehmen sind PostFinance und Swissquote mit jeweils 50 Prozent beteiligt.

➔ postfinance.ch/yuh

**Digitale Währungen****Kryptos handeln und sicher verwahren**

Die Nachfrage nach Kryptowährungen steigt stetig. Als vertrauenswürdige Partnerin bietet PostFinance seit Anfang 2024 den Handel und die sichere Verwahrung von digitalen Währungen an. So können Kundinnen und Kunden Kryptos genauso einfach kaufen und verkaufen wie andere Vermögenswerte und sie auch in traditionelle Anlageportfolios übernehmen.

➔ postfinance.ch/krypto

**Digitaler Franken****Ein Stablecoin für die Schweiz**

PostFinance will die Entwicklung eines digitalen Frankens vorantreiben und geht dazu eine Partnerschaft mit der Swiss Stablecoin AG ein. «Stablecoins» sind digitale Währungen, die sich durch Wertstabilität auszeichnen und den Kurs von Landeswährungen abbilden. In einem gemeinsamen Machbarkeitstest wird zurzeit die Praxistauglichkeit geprüft.



Mitarbeitende

Die Post bewegt die Schweiz: Rund 46 000 Mitarbeitende, tätig in über 100 Berufen, sind in allen Sprachregionen, in allen Kantonen und in 804 Schweizer Gemeinden für die Post im Einsatz. Mit 1844 Lernenden in 19 Berufsgruppen ist die Post einer der grössten Ausbildungsbetriebe. Jungen Menschen ermöglicht sie durch Praktikumsplätze und Programme für Hochschulabsolvierende den Berufseinstieg.

Als Arbeitgeberin bietet die Post ein wertschätzendes Arbeitsumfeld sowie moderne und faire Anstellungsbedingungen. Sie setzt sich aktiv für Vielfalt und Inklusion in allen Formen ein: Bei der Post können alle Karriere machen, unabhängig von Geschlecht, Sprache oder Herkunft. Damit alle für die Anforderungen der heutigen und zukünftigen Arbeitswelt gerüstet sind, investiert die Post nachhaltig in Aus- und Weiterbildungsangebote für die Mitarbeitenden – ihren zentralen Erfolgsfaktor.

Interview mit Valérie Schelker

Gemeinsam den Wandel gestalten

In einer Zeit des Wandels führt die Post neue Berufsbilder ein, schafft attraktive Arbeitsplätze in allen Regionen und fördert ihre Mitarbeitenden in ihrer beruflichen Weiterentwicklung. Damit diese gemeinsam mit der Post die Herausforderungen der Zukunft meistern.

Valérie Schelker, wie erleben Sie als Leiterin Personal die Veränderungen in der Arbeitswelt Post?

Als spannend, herausfordernd – und mit vielseitigen neuen Möglichkeiten: So bilden wir zum Beispiel seit 2023 erste Lernende im neuen Berufsbild Digital Business aus. In der Informatik brauchen wir Fachleute für Datenethik. Intelligente Software erleichtert es, Texte und Präsentationen zu erstellen. Unsere Paketboten planen die Zustelltour dynamisch per Handy-App. Wir unterstützen unsere Mitarbeitenden im Wandel, erwarten aber auch, dass sie selbst am Ball bleiben für ihre berufliche Entwicklung.

Wie gibt die Post ihren Mitarbeitenden in diesem Wandel Orientierung?

Als drittgrösste Arbeitgeberin der Schweiz ist es unsere Aufgabe, die Mitarbeitenden in ihrer Entwicklung zu begleiten und zu fördern. Bei Logistik-Services haben wir dazu das Programm «Andiamo!» ins Leben gerufen: mit Angeboten von der Anstellung und Einarbeitung bis zur Weiterentwicklung und zu internen Stellenwechseln. Unsere Mitarbeitenden in den Filialen lernen im Zuge der Netzöffnung für externe Partner, die Kundenschaft ganzheitlich zu beraten. Viele Mitarbeitende wollen sich eigenverantwortlich weiterentwickeln. Das stimmt uns zuversichtlich für die Zukunft.

Zugleich steigert die Post konsequent ihre Effizienz – wie geht das zusammen?

Es sind die Mitarbeitenden, die die Post ausmachen, und nicht die Maschinen. Deshalb investieren wir in attraktive, zeitgemässe Anstellungsbedingungen und in die Weiterentwicklung der Mitarbeitenden.

Gleichzeitig müssen wir uns – wie jedes andere Unternehmen – wirtschaftlich effizient aufstellen. Unser Anspruch ist es, eine gute Balance zu finden. Auch im Thema

Arbeitswelt suchen wir neue Lösungen: Bis 2030 wollen wir dezentrale Büroflächen an heute 40 Standorten in rund 12 regionalen Bürohubs zusammenfassen. Wir reduzieren Pendelzeiten und schaffen regional attraktive Arbeitsplätze. Und indem wir Büroflächen besser auslasten, sparen wir Kosten und Ressourcen.

Wie wirken sich die Veränderungen auf die Organisation der Post aus?

Sehr direkt. Denn die Post kann langfristig nur erfolgreich sein, wenn sie sich mit den Bedürfnissen ihrer Kundinnen und Kunden weiterentwickelt. Sie baut aus, wo die Bedürfnisse der Menschen und Unternehmen wachsen. Und sie verzichtet oder passt an, wo der Bedarf schwindet oder sich ändert. Deshalb ist auch die Arbeitswelt der Post in stetiger Bewegung. Neue Profile entstehen, andere Kompetenzen sind gefragt. Wir unterstützen unsere Mitarbeitenden in diesem Wandel – in ihrer aktuellen Funktion oder auf dem Weg in eine andere. Das ist auch Teil unserer sozialen und gesellschaftlichen Verantwortung. Mit über 100 verschiedenen Berufen bieten wir intern vielfältige Lern- und Entwicklungsmöglichkeiten an.

Was hält die Arbeitswelt der Post in der Vielfalt zusammen?

Wir sehen die Vielfalt als Reichtum und Chance. Natürlich stehen unsere Mitarbeitenden bei PostAuto, in der Logistik, bei PostFinance oder bei der Entwicklung von digitalen Lösungen im Kommunikationsmarkt vor unterschiedlichen Herausforderungen. Wir haben darum auch individuelle Lösungen für die verschiedenen Berufsgruppen. Sie alle verbindet aber auch viel: gemeinsame Ziele und Werte, eine gemeinsame Kultur. Das bringt uns bei der Post in der Vielfalt zusammen.



Wir unterstützen unsere Mitarbeitenden im Wandel und erwarten gleichzeitig, dass sie selbst am Ball bleiben.

Valérie Schelker
Leiterin Personal

Entwicklungsmöglichkeiten

Engagierte Mitarbeitende sichern den Erfolg

Für die Umsetzung der Strategie «Post von morgen» sind die Mitarbeitenden unverzichtbar. Deshalb begleitet und fördert die Post ihre bestehenden Mitarbeitenden. Und sie sucht aktiv neue Talente – unterstützt durch einen starken Employer Brand.

Die Arbeitswelt verändert sich durch die Digitalisierung und die Automatisierung rasant und unaufhaltsam. Jobprofile verändern sich und es entstehen neue Berufe, die wiederum neue Fähigkeiten und Qualifikationen erfordern. Und diese Fachkräfte sind gesucht: Der Arbeitsmarkt ist hart umkämpft.

Der Mensch bleibt unverzichtbar

Weniger Bewerbungen pro Stelle, längere Dauer bis zur Besetzung – auch die Post spürt den schweizweiten Mangel an Arbeitskräften, der durch die Pensionierungswelle der Babyboomer-Generation noch verstärkt wird. Denn trotz allem technologischen Wandel bleibt eines konstant: Das Herz der Post sind ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Ohne sie könnte die Post ihren Service-public-Auftrag nicht erfüllen.

Die Post ist der Motor für eine moderne Schweiz. Ihre Mitarbeitenden, tätig in über 100 Berufen, halten diesen Motor am Laufen: Der Zusteller steigt im hintersten Bergdorf die steile Treppe zum Rustico hinauf und bringt die Post. Die Mitarbeiterin im Sortierzentrum sortiert von Hand die Sendungen, die nicht maschinell verarbeitet werden können. Und die Kundenberaterin findet eine individuelle Lösung für die Anliegen des Geschäftskunden. Auch wenn Digitalisierung und Automatisierung unsere Prozesse und Tätigkeiten unterstützen und beschleunigen, werden sie die Mitarbeitenden nie ersetzen können. Es ist und bleibt der Mensch, der für einen reibungslosen Ablauf sorgt.

Kompetenzen für die Post von morgen

Die fortschreitende Digitalisierung hat bereits viele Berufsbilder verändert, und dieser Wandel wird sich weiter beschleunigen. «Umso wichtiger ist es deshalb für

die Post als Arbeitgeberin, die Mitarbeitenden zu begleiten und ihnen rechtzeitig die nötigen Entwicklungsmöglichkeiten zu bieten», sagt Valérie Schelker, Leiterin Personal. Sie setzt auf kontinuierliche Weiterbildung und gezielte Förderung. Dafür sensibilisiert sie die Führungspersonen für ihre Rolle als Coach, die ihre Mitarbeitenden mit einer Standortbestimmung unterstützen und dann in ihrer Entwicklung gezielt fördern. Die Post bietet dafür zahlreiche Möglichkeiten an: beispielsweise eine Weiterentwicklung in der Funktion, eine Erweiterung des Aufgabengebiets, einen temporären Stellenwechsel oder gezielte Informatik- oder Sprachkurse bis zu zertifizierten Führungslehrgängen.

Attraktiven Employer Brand schaffen

Um die besten Fachkräfte zu gewinnen und zu halten, will sich die Post gezielt als attraktive Arbeitgeberin positionieren – nach aussen und nach innen. Faire Anstellungsbedingungen, eine wertschätzende Unternehmenskultur, unterstützende Führung, sinnstiftende Arbeitsinhalte und attraktive Entwicklungsmöglichkeiten sind dabei die wichtigsten Grundlagen. Um die innovativen Zukunftsthemen, die vielseitigen Job- und Entwicklungsmöglichkeiten und die attraktiven Arbeitsbedingungen der Post optimal zu positionieren, setzt die Post auf einen glaubwürdigen und unverwechselbaren Employer Brand. Der Leitclaim «Mach die Zukunft gelb» bildet den Rahmen für alle Massnahmen zur Rekrutierung und Bindung von Mitarbeitenden.

**i****Gesamtarbeitsverträge (GAV)****Gute Sozialpartnerschaft**

Die Post legt besonderen Wert auf attraktive und faire Anstellungsbedingungen. Sie führt deshalb mit der Gewerkschaft syndicom und dem Personalverband transfair seit vielen Jahren eine bewährte Sozialpartnerschaft. Ihre gemeinsame Aufgabe ist es, zeitgemässe Anstellungsbedingungen für die Mitarbeitenden festzulegen, die es der Post zugleich ermöglichen, wirtschaftlich erfolgreich zu sein. Festgehalten sind diese Bestimmungen in derzeit sieben Gesamtarbeitsverträgen (GAV), die das Arbeitsleben regeln. Die Gesamtarbeitsverträge Post CH und PostFinance AG sowie die Vereinbarung Dach-GAV laufen per Ende 2024 aus. Die Verhandlungen für diese Vertragswerke sind im Herbst 2023 gestartet.

Branchen-GAV für 40 000 Zustellerinnen und Zusteller

Die derzeit etwa 40 000 Arbeitnehmenden in der Zustellbranche versorgen die ganze Schweiz täglich mit Paketen, Briefen, Zeitungen und Werbung. Bisher fehlten einheitliche Mindeststandards für ihre Anstellungsgrundlagen. 2023 haben die grössten Arbeitgeber und Verbände im Schweizer Logistikmarkt, die Gewerkschaft syndicom und der Personalverband transfair die Verhandlungen über einen «Branchen-GAV Zustellung Schweiz» abgeschlossen und ratifiziert. Das letzte Wort hat der Bundesrat. Genehmigt er den Antrag auf Allgemeinverbindlichkeit, kann der Branchen-GAV für die Zustellung in Kraft treten.

➔ Nichtfinanzieller Bericht, Seite 48



Das bietet die Post ihren Mitarbeitenden

Flexible Arbeitszeit und Arbeitswelt

Ob mobiles Arbeiten, Homeoffice, Teilzeit oder Jobsharing, Sabbaticals, Teilzeit im Alter oder schrittweise Pensionierung: Die Post unterstützt alle Mitarbeitenden dabei, Berufliches und Privates unter einen Hut zu bringen. Bis 2030 entwickelt die Post schweizweit rund 12 zentral gelegene, moderne und bedürfnisgerechte sogenannte «Bürohubs», die die persönlichen Begegnungen, die Vernetzung untereinander, die Innovationskraft und die Eingliederung neuer Mitarbeitenden fördern.

Gleicher Lohn für gleichwertige Arbeit

Lohngleichheit und Lohntransparenz: Dafür engagiert sich die Post. Neu nennt sie deshalb in ihren GAV-Stellenanzeigen den Einstiegslohn und die mögliche Lohnspanne – als eines der ersten Unternehmen in der Schweiz. Grossen Wert legt die Post auch auf die Lohngleichheit zwischen den Geschlechtern. Die aktuelle Lohnanalyse zeigt: Der Wert der unerklärlichen Lohnlücke liegt in allen Unternehmensbereichen deutlich unter dem vom Bund akzeptierten Toleranzwert von 5 Prozent: ein sehr gutes Ergebnis – das die Post weiter verbessern will.

→ Nichtfinanzieller Bericht, Seite 44

Vielfalt stärken

Eine Karriere bei der Post soll jeder und jedem offen stehen, unabhängig von Geschlecht, Sprache, Herkunft, Beeinträchtigung oder Alter. Bei ihren Mitarbeitenden setzt die Post auf Vielfalt und Inklusion, auf ein wertschätzendes und diskriminierungsfreies Arbeitsumfeld. Regelmässig stattfindende Veranstaltungen und Schulungsmassnahmen für Führungspersonen und Mitarbeitende dienen zur Sensibilisierung und fördern vorurteilsfreie Begegnungen. Mitarbeitende können sich zudem in diversen internen Netzwerken einbringen und austauschen.

→ Nichtfinanzieller Bericht, Seite 44

Führungsverständnis verankern

Vertrauen, Kundenzentrierung und Engagement: Auf diesen Werten basiert die Unternehmenskultur der Post. Mit dem speziell auf die Transformation ausgerichteten konzernweiten Leadership-Programm «Enviadi» verankert die Post das neue Führungsverständnis im Unternehmen, indem sie die Führungspersonen begleitet und befähigt. Denn diese gestalten die Rahmenbedingungen und ein wertschätzendes Umfeld, fordern und fördern ihre Mitarbeitenden gemäss ihren Stärken – und tragen somit eine besondere Verantwortung für eine wirksame Zusammenarbeit.

→ Nichtfinanzieller Bericht, Seite 39

Lebenslanges Lernen

Die Post fördert die Mitarbeitenden dabei, sich eigenverantwortlich beruflich weiterzuentwickeln. Sie unterstützt lebenslanges Lernen durch ein vielseitiges Angebot: zum Beispiel durch zertifizierte Fach- und Führungsausbildungen, informelle Möglichkeiten zum Austausch oder Online-Lernformate. Mit dem Programm «Digital Champions» können Mitarbeitende ihre digitalen Kompetenzen stärken – mit Selbstlernbausteinen, Expertensessions und Vernetzungsmöglichkeiten.

→ Nichtfinanzieller Bericht, Seite 46

Gesundheit und Motivation fördern

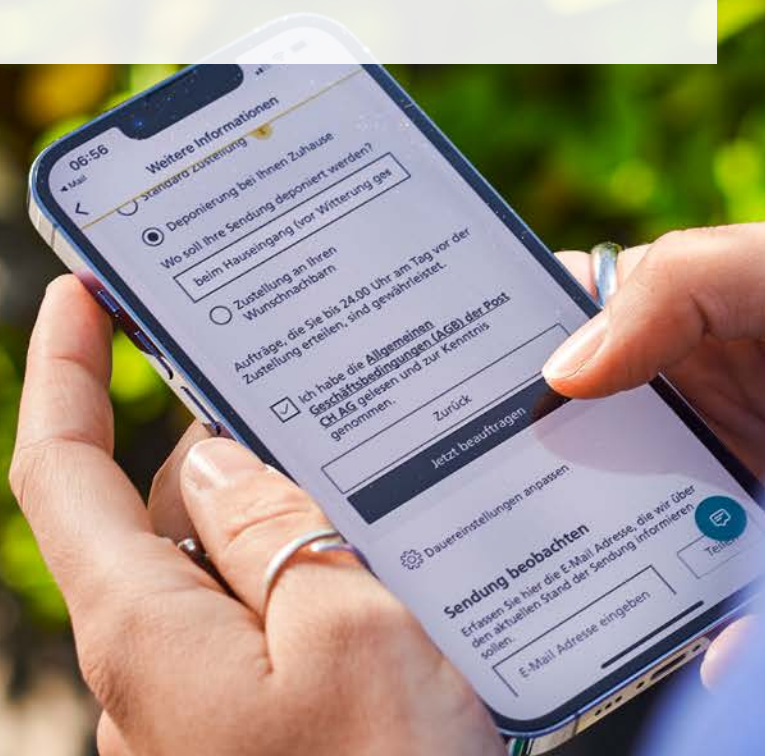
Die Post möchte, dass ihre Mitarbeitenden körperlich und psychisch gesund sind – und so auch motiviert. Doch die Absenzen haben in den letzten Jahren zugenommen – in der Schweiz und bei der Post. In Sachen Gesundheit investiert die Post deshalb in die Prävention. Dazu gehört etwa die Ausbildung von Führungspersonen. Neu können Mitarbeitende auf der digitalen Plattform StayFit über einen anonymen Beratungsschat (vorerst nur in Deutsch) mit der Sozial- und Laufbahnberatung der Post Kontakt aufnehmen. Zudem gibt es dort ein breites Informationsangebot.

→ Nichtfinanzieller Bericht, Seite 42

Technologie und Innovation

Das Kerngeschäft der Post basiert auf einer starken, modernen und zunehmend digitalisierten Technologielandschaft. Anders wäre eine pünktliche Zustellung der Briefe und Pakete gar nicht möglich. Um auch in Zukunft Dienstleistungen in höchster Qualität zu erbringen und die Wünsche ihrer Kundinnen und Kunden zu erfüllen, setzt die Post konsequent auf die kontinuierliche Erweiterung ihrer Kompetenzen. Dabei digitalisiert sie nicht nur das Postgeheimnis: Durch den Einsatz innovativer Technologien wie Robotic Process Automation, Artificial Intelligence und Large Language Models gestaltet sie auch interne Abläufe effizienter und entlastet Mitarbeitende von repetitiven Tätigkeiten. Zugleich profitieren Kundinnen und Kunden durch künstliche Intelligenz (KI) von neuen, praktischen Dienstleistungen, die präzise auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten sind.

Mit vertrauenswürdigen IT-Lösungen will die Post die ganze Schweiz bewegen. Sie als zuverlässige Partnerin auf dem Weg der digitalen Transformation begleiten. Jederzeit und überall – sei es zu Hause, unterwegs oder bei der Arbeit.



Interview mit Wolfgang Eger

Warum die Post auf digitale Innovationen setzt

Vertrauenswürdige, sichere Dienstleistungen in der digitalen Kommunikation sind der Schlüssel zum Erfolg von morgen – und werden immer bedeutender für den Service public. Deshalb ist die Wachstumsstrategie der Post auch eine Digitalisierungsstrategie.

Wolfgang Eger, was bedeutet für Sie als Leiter Informatik/Technologie die Digitalisierung für die Post?

Die Digitalisierung verändert die Geschäfts- und Privatwelt grundlegend und rasant. Wer als Unternehmen erfolgreich sein will, muss die neuen digitalen Kundenbedürfnisse schnell erkennen und befriedigen – und dabei konkurrenzfähig bleiben. Der Einsatz und das Beherrschen von Technologie und Innovationen sind wichtige Erfolgsfaktoren für die Post von morgen. Unsere Strategie ist deshalb auch eine Digitalisierungsstrategie. Die Empfängerinnen und Empfänger sollen selbst entscheiden können, wie, wo und wann sie ihre Post erhalten möchten. Dazu braucht es sowohl digitale als auch hybride Lösungen, die beide Welten verbinden. Und so wird die Post auch weiterhin eine massgebliche Partnerin für den digitalen Service public in der Schweiz sein.

Wie treibt Ihr Bereich Informatik/Technologie die Transformation der Post voran?

Ein besonderer Schwerpunkt ist der Ausbau der Kompetenzen in der digitalen Kommunikation mit dem Fokus auf einfachen und sicheren Lösungen. Der zweite Schwerpunkt liegt dann darauf, diese Kompetenzen sehr eng mit dem Business zu verbinden: unser Zusammenarbeitsmodell der «Embedded IT» zwischen I/T und den Geschäftsbereichen ermöglicht es, die richtigen Anwendungen zu finden, Neues auszuprobieren, zu lernen und dadurch immer bessere, wirtschaftlichere und präziser auf die Kundenbedürfnisse zugeschnittene digitale Lösungen anzubieten.

Welche Rolle spielen Themen wie Internet of Things, Artificial Intelligence oder Cybersecurity?

Gerade diese drei Themen spielen in der Zukunft der Informatik für die Post eine Kernrolle: Mit dem Einsatz von Robotic Process Automation, Artificial Intelligence oder auch mit Large Language Models wird die Post effizienter und schneller. Zentral ist jedoch für die ganze Post vor allem die Informationssicherheit. Denn Vertrauen ist das Tor zur digitalen Welt. Die Post beschäftigt heute schon über 200 Cybersecurity-Expertinnen und -Experten. Unsere Investitionen – zum Beispiel mit der Übernahme der Aktienmehrheit an der Aargauer Cybersecurity-Spezialistin terreActive oder der Waadtländer Firma Hacknowledge – sind eine wichtige Ergänzung im Bereich Sicherheit.

Welches sind die nächsten grössten Herausforderungen?

Neben der Beibehaltung der Qualität der Systeme werden die nächsten Jahre stark geprägt sein von der Anwendung neuer Technologien und Lösungen für die Digitalisierung in allen Unternehmensbereichen bei gleichzeitiger Wahrung unserer hohen ethischen Sicherheitsstandards. Die Balance zu halten zwischen Umsetzungstempo, fortwährendem Lernen und Adaptieren, Digitalisieren der Prozesse für die Mitarbeitenden und der Weiterentwicklung des digitalen Kundenerlebnisses sind Herausforderungen, denen wir uns täglich gerne stellen.

Zahlen und Fakten

280

Phishing-Wellen gegen Kundinnen und Kunden, **40 000 Virenangriffe** und **8 Millionen Spam-Mails** fängt die Post pro Monat ab.

800

selbstentwickelte **Applikationen**, **700 Softwaretechnologien** und **5300 Datenbanken** sind bei der Post im Einsatz.

60 Terabyte

Daten sind auf den Plattformen der Post gespeichert.



Innovative digitale Technologien

Wie die Post mit Digitalisierung ihre Dienstleistungen verbessert

Von Robotern in der Logistik bis zu Chatbots im Kundendienst: Durch innovative digitale Technologien gestaltet die Post interne Abläufe effizienter und entlastet die Mitarbeitenden im Arbeitsalltag von repetitiven Tätigkeiten. Kundinnen und Kunden profitieren zugleich durch KI von neuen, praktischen Dienstleistungen.

Wie können wir durch Digitalisierung neue Dienstleistungen entwickeln und bestehende kundenfreundlicher gestalten? Was können wir im Alltag besser und schneller machen? Fragen wie diese stossen in allen Bereichen der Post Innovationsprozesse an: vom Marketing bis zum Kundendienst, von Zolldienstleistungen bis zur Spitallogistik.

Vielseitige Kommunikationslösungen mit KI

Die Post lanciert das Minimum Viable Product (MVP) «Text Creator with AI», das die Technologie von ChatGPT nutzt. Es erstellt auf individuelle Bedürfnisse abgestimmte Textvorschläge für Briefe, die auf Wunsch auch ausgedruckt, kuvertiert und versendet werden. Auch im Contact Center setzt die Post auf Digitalisierung und KI, um den Service effizienter zu gestalten und veränderten Kundenbedürfnissen gerecht zu werden: zum Beispiel durch Voice-to-Text, Chatbot, Live-Chat oder WhatsApp. Zudem können durch KI und E-Mail-Automation rund um die Uhr Anfragen beant-

wortet werden. Über Large Language Models integriert die Post ein Chatbot-System in das Handbuch für die Kundenberatung, das spezifische Fragen der Mitarbeitenden direkt beantworten kann, ohne dass diese lange suchen müssen. Auch bei der Voice-Technologie treibt die Post die Entwicklung voran: Ein neuer Alexa Skill ermöglicht es beispielsweise, Sendungen zu verfolgen oder den Dienst «pick@home» zu nutzen.

Robotic Process Automation bei der Verzollung

Robotic Process Automation (RPA) automatisiert Aufgaben mithilfe von Software-Robotern. Bei der Post wurden bereits über 80 RPA-Prozesse eingeführt. Ein Beispiel ist die Bearbeitung von fehlenden Verzollungsunterlagen: Hier löst der Roboter den Kundenkontakt digital aus, sammelt notwendige Informationen über ein Onlineformular und hängt sie als PDF an die Sendung an. Auch wer etwas zu deklarieren hat, erhält Unterstützung durch KI, die mit über 8 Millionen importierten

i

Digital Innovation Center

Technologie-Know-how oder Fachwissen allein führen nicht zu Innovationen. Daher hat die Post das Digital Innovation Center ins Leben gerufen. Das virtuelle, crossfunktionale Team unterstützt die verschiedenen Bereiche der Post bei der Entwicklung digitaler Lösungen und bildet die Brücke von der Technologie- zur Businesswelt.

Digitale Kundenlösungen

ePost: der digitale Briefkasten

Post digital empfangen, versenden, archivieren und verfolgen, Zahlungen tätigen und Verträge signieren: All das ermöglicht der digitale Briefkasten ePost. Einfache Lösungen für Privatpersonen sparen Zeit und Papier; Unternehmen und Behörden garantiert die Kommunikationsplattform die sichere Übermittlung schützenswerter Daten.

+ epost.ch

Elektronisch wählen und abstimmen

2023 hat der Bundesrat das E-Voting-System der Post bewilligt. Damit können Stimmberechtigte im In- und Ausland per Computer, Smartphone oder Tablet abstimmen und wählen. Die Lösung der Post für Kantone und Gemeinden beruht auf modernster Technologie, gewährleistet das Stimmgeheimnis und die vollständige Verifizierbarkeit.

+ post.ch/e-voting

Vertraulich und sicher kommunizieren

Bei Gesprächen unter vier Augen soll niemand mithören – auch wenn sie online stattfinden. Dafür sorgen die Kommunikationsplattformen für Unternehmen der Post. Tools wie Co-Browsing und Videoanrufe ermöglichen es Mitarbeitenden, mit Kundinnen und Kunden sicher zu kommunizieren. Auch für die Durchführung von physischen, hybriden und virtuellen Veranstaltungen, wo hohe Sicherheitsstandards notwendig sind, bietet die Post eine sichere Lösung.

+ spotme.com

+ unblu.com

IncaMail: Daten sicher austauschen

IncaMail ist die Lösung der Post, um vertrauliche Dokumente wie Verträge oder Personendaten verschlüsselt und nachweisbar an beliebige Empfängerinnen und Empfänger zu versenden. Dies geschieht direkt aus dem gewohnten E-Mail-Client oder der Business-Software: schnell implementiert, einfach in der Anwendung und absolut datenschutzkonform.

+ post.ch/incamail

Gesundheitswesen digitalisieren

Die Post ist vom Nutzen des elektronischen Patientendossiers (EPD) als Herzstück des digitalisierten Gesundheitswesens überzeugt. Sie unterstützt heute sechs Anbieter des elektronischen Patientendossiers beziehungsweise Stammgemeinschaften in allen Sprachregionen der Schweiz als Technologiepartnerin.

+ patientendossier.ch

Cybersecurity überwachen

Cyberangriffe lassen sich schwer verhindern – der Schaden aber schon: Entscheidend dabei ist es, schnell zu reagieren. Die Services der Cybersicherheits-Spezialisten der Post sorgen dafür, dass Bedrohungen der IT-Infrastruktur von Unternehmen und Behörden innerhalb kürzester Zeit erkannt und gemeldet werden – damit rechtzeitig die richtigen Massnahmen greifen.

+ hacknowledge.ch

+ terreactive.ch

Dateien sicher speichern und teilen

Ob Kommunikation, Datentransfer oder Kollaboration in der Cloud: Digitale Zusammenarbeit ist schnell, effizient und praktisch. Doch gerade im Unternehmenskontext geht es oft um sensible Informationen und die Einhaltung strenger rechtlicher Vorgaben. Die Post ist die Spezialistin für Datensicherheit und bietet einfache, vertrauenswürdige Lösungen für Datentransfer, Zusammenarbeit und Speicherung, vor allem auch für Behörden.

+ tresorit.ch

Vertrauenswürdige digitale Identität

Viele Onlineangebote funktionieren nicht ohne Identifikation der Person vor dem Screen. SwissSign gibt das branchenübergreifende SwissID-Login heraus und bietet weitere benutzerfreundliche Lösungen im Bereich Zertifikate, Signaturen und Identitäten, die sich nahtlos in bestehende Abläufe und IT-Systeme integrieren lassen.

+ swissid.ch

Brief- und Paketsendungen trainiert wurde. Sie teilt mit, ob eine Sendung abgabepflichtig oder abgabefrei verzollt werden kann. Bei grossen E-Commerce-Anbietern können Roboter verschiedene Anfragearten unterscheiden, Entscheidungen treffen, Daten analysieren, Sendungen verfolgen und mit den Kundinnen und Kunden kommunizieren: eine Automationslösung, die die Durchlaufzeiten deutlich verkürzt.

Roboter in der Spitallogistik

Mit Robotern unterstützt die Post die Logistik in Spitälern, unter anderem im Stadtspital Triemli in Zürich, wo vier Roboter nachts medizinisches Verbrauchsmaterial autonom auf die 34 Stockwerke des Spitals verteilen und Gebrauchtes entsorgen. Sie können über 450 Kilo an Waren tragen und sind autonom bis zu 10 Stunden unterwegs. Die Roboter erleichtern die Arbeit des medizinischen Personals erheblich, das sich mehr der Patientenbetreuung widmen kann.

Verantwortung

Die Post übernimmt ihre unternehmerische Verantwortung in einer ausgewogenen Balance unter gleichzeitiger Berücksichtigung von wirtschaftlichem Erfolg, ökologischem Handeln und dem Engagement für Gemeinwohl und Gesellschaft. Nachhaltig verantwortliches Handeln hat dabei viele Facetten – vor allem bei einem Unternehmen wie der Post, das in so unterschiedlichen Märkten tätig ist. Im Bereich Klima und Energie verbessert die Post ihre Energieeffizienz und steigert den Anteil erneuerbarer Energien. Mit Investitionen in die CO₂-Reduktion und Technologien zur Entnahme von Restemissionen wird die gesamte Post, inklusive Wertschöpfungskette, ab 2040 die Netto-Null erreichen. Bei den Lieferanten setzt sich die Post für faire Arbeitsbedingungen und ökologische Massnahmen ein. Durch die Förderung sozialer und kultureller Projekte gibt die Post der Schweizer Bevölkerung etwas zurück. Ein Beispiel hierfür ist das Engagement als Hauptpartnerin der Schweizer Wanderwege.



Nichtfinanzieller Bericht

Der 2023 erstmals publizierte nichtfinanzielle Bericht ergänzt den Finanz- und Jahresbericht. Er fokussiert auf soziale, gesellschaftliche, ökologische, ethische und Governance-Aspekte.

→ [Nichtfinanzieller Bericht 2023 \(PDF\)](#)

Klima und Energie

Die Post setzt sich für eine nachhaltige Zukunft ein

Die Post handelt verantwortungsbewusst für Gesellschaft, Umwelt und Wirtschaft. Deshalb verfolgt sie entschlossen das Ziel, im gesamten Unternehmen bis 2040 netto null Emissionen zu erreichen. Dabei setzt sie hauptsächlich auf Reduktionsmassnahmen.

Als eines der führenden Transport- und Logistikunternehmen der Schweiz hat die Post einen besonders grossen Hebel, um im Sinne des Klimaschutzes den CO₂-Ausstoss zu reduzieren und die Energieeffizienz zu steigern. Deshalb verfolgt die Post ein ambitioniertes Klima- und Energieziel: Ab 2025 stellt die Post Briefe und Pakete in den urbanen Zentren Zürich, Bern, Basel und Genf CO₂-frei zu. Ab 2030 will sie im eigenen Betrieb komplett klimaneutral sein. Dazu gehört die Umstellung auf alternative Antriebe, 100 Prozent Strom aus erneuerbaren Energiequellen aus der Schweiz und der Ausstieg aus fossilen Heizungen. Ab 2040 soll die gesamte Wertschöpfungskette und damit das gesamte Unternehmen netto null Emissionen verursachen. Bis 2040 will die Post das ambitionierte Netto-Null-Ziel erreichen. Restemissionen, die nicht verhindert werden können, neutralisiert die Post ab 2030. Das bedeutet, dass die Post neben den Aktivitäten zur Reduktion von CO₂ auch aktiv der Atmosphäre CO₂ entziehen wird. Das Klimaziel der Post folgt der höchsten Ambition der Science Based Targets initiative (SBTi) und wurde dieses Jahr geprüft und validiert – ein wichtiges Zeichen für die konsequente Umsetzung der verschiedenen Aktivitäten.

Vorbildlich nachhaltig

«Der Klimawandel ist eine der grössten Herausforderungen unserer Zeit. Es ist in unserer Verantwortung, jetzt zu handeln», bringt Christian Plüss, Leiter Mobilitäts-Services und Delegierter Nachhaltigkeit der Konzernleitung die Motivation der Post für ihr Klima- und Energieziel auf den Punkt. «Wir setzen aktuell verschiedene Massnahmen um, die es uns ermöglichen, unseren CO₂-Ausstoss effizient zu reduzieren. Dafür haben wir bereits erheblich investiert.» Zum Beispiel in die Infrastruktur, die für eine nachhaltige Sortierung und Zustellung von Briefen und Paketen notwendig ist,

mit energieeffizienten Verarbeitungszentren mit grossen Fotovoltaikanlagen auf den Dächern oder in eine klimafreundliche Fahrzeugflotte. Neben den rund 6900 E-Rollern für die Zustellung von Briefen und Paketen sind zunehmend Lieferwagen mit Elektroantrieb unterwegs. Allein mit ihren Elektrofahrzeugen vermeidet die Post jährlich rund 9700 Tonnen CO₂-Emissionen.

Auch die Postauto-Linien werden nach und nach auf Elektromobilität umgestellt: Bis spätestens 2040 soll die gesamte Flotte von rund 2300 Fahrzeugen fossilfrei unterwegs sein.

«pro clima»-Versand

Sämtliche Briefe und Pakete, die von der Post befördert werden, sind durch den «pro clima»-Versand zu 100 Prozent CO₂-kompensiert. Die CO₂-Kompensation erfolgt mit Klimaschutzprojekten höchster Qualität im In- und Ausland.

Zahlen und Fakten

2025

Ab 2025 stellt die Post Briefe und Pakete in urbanen Zentren elektrisch zu.

2030

Ab 2030 ist die Post im eigenen Betrieb klimaneutral.

2040

Ab 2040 wird die Post inklusive Wertschöpfungskette die Netto-Null erreichen.

SBTi

Das Klimaziel der Post ist von der Science Based Targets initiative validiert.



Dreimal mehr Solarstrom aus eigenen Anlagen

Auf Dächern, an Fassaden und auf unbebauten Verkehrsflächen: Die Post nutzt geeignete Flächen auf und neben eigenen Immobilien für den Ausbau ihrer Fotovoltaikanlagen. Heute produzieren die 34 bestehenden Anlagen gut 11 Megawatt-Peak (MWp), nach dem Ausbau werden es 30 MWp sein. Mit dieser Sonnenenergie könnten 6666 Haushalte ein Jahr lang mit Strom versorgt wer-

den. Die Post investiert in den nächsten Jahren rund 40 Millionen Franken in den Ausbau von Photovoltaikanlagen, unterstützt damit die Elektrifizierung der Fahrzeugflotte und wird in ihrer Energieversorgung unabhängiger. Auf dem Dach des Lagerlogistikzentrums in Villmergen entsteht mit einer Fläche von 7540 m² aktuell die drittgrösste Solaranlage der Post.

CO₂-Neutralisation

Restemissionen aus der Atmosphäre entfernen

Was die Post ab 2030 an CO₂ noch nicht vermeiden kann, will sie neutralisieren, also der Atmosphäre entziehen und langfristig speichern. Dafür stehen derzeit zwei naturbasierte Methoden im Fokus: die Herstellung von Pflanzenkohle und die nachhaltige Waldbewirtschaftung.



Die Post will 90 Prozent ihrer CO₂-Emissionen reduzieren, beispielsweise mit der Umstellung auf Elektrofahrzeuge. Trotzdem verbleiben rund 10 Prozent Restemissionen. Diese will die Post ab 2030 aus der Atmosphäre entfernen. Um Methoden und Massnahmen zur Entnahme und langfristigen Speicherung dieser von der Post verursachten Restemissionen zu entwickeln, hat sie die Tochtergesellschaft Post CDR AG (Carbon Dioxid Removal) gegründet.

Pflanzenkohle bringt die Post voran

Der Einsatz von Pflanzenkohle, z. B. als Bestandteil von klimaneutralem Beton, hat sich als wirksame Kohlenstoffsenke erwiesen. Deshalb unterstützt die Post die Weiterentwicklung eines Projekts zur Herstellung von Pflanzenkohle: Die Inkoh AG stellt in Maienfeld (GR) mittels Pyrolyse Pflanzenkohle aus unbehandeltem Schweizer Waldrestholz her.

Nachhaltige Waldbewirtschaftung

Auch Wälder entziehen der Atmosphäre CO₂, insbesondere wenn sie nachhaltig bewirtschaftet werden. Damit der im Holz gebundene Kohlenstoff langfristig gespeichert wird, muss das geschlagene Holz entsprechend langfristig genutzt werden, z. B. zum Bauen. Um diesen Ansatz weiterzuverfolgen, hat die Post einen 2400 Hektar grossen Wald im deutschen Thüringen erworben.

«Die Herstellung von Pflanzenkohle und die nachhaltige Waldbewirtschaftung in Verbindung mit der langfristigen Holznutzung sind wichtige erste Schritte zur CO₂-Neutralisierung», sagt Philipp Mäder, Geschäftsführer der CDR AG.

▶ post.ch/co2-entfernen

Beschaffung

Sorgfaltspflicht wahrnehmen

Lieferfahrzeuge, Bekleidung, Papier oder Kugelschreiber: Die Post beschafft jährlich Waren und Dienstleistungen in der Höhe von rund 3 Milliarden Franken. Die Lieferanten sind in über 200 Branchen und 40 Ländern tätig. Als Basis für eine partnerschaftliche Zusammenarbeit dient der «Lieferantenkodex für verantwortungsvolle Beschaffung», den die Lieferanten annehmen müssen. Damit verpflichten sie sich, die Menschenrechte einzuhalten, Kinderarbeit zu verbieten, faire Löhne zu zahlen und die Umwelt und das Klima entlang der Lieferkette zu schützen. Anlässlich einer umfassenden Prüfung hat die Post festgestellt, dass bei

ihren Lieferanten keine begründeten Risiken für Kinderarbeit vorliegen. Dies ist auch auf das langjährige Engagement der Post beim nachhaltigen Einkauf von Textilien zurückzuführen, da gerade dieser Sektor erhöhte Risiken birgt. Als Mitglied der unabhängigen NGO Fair Wear Foundation kennt die Post ihre Bekleidungslieferanten besonders gut. Die Post arbeitet bei weiteren Warengruppen daran, die Lieferketten besser zu kennen und menschenrechtliche Risiken zu minimieren.



Durch verantwortungsvolle Beschaffung schützen wir Mensch und Umwelt.

Alex Glanzmann
Leiter Finanzen



Wandern

Wege, die verbinden – Erlebnisse, die bleiben

Als Hauptpartnerin der Schweizer Wanderwege unterstützt die Post landesweit den Schweizer Volkssport Nummer eins. Sie engagiert sich für das einzigartige Wegnetz von 65 000 Kilometern und bietet Wanderaktivitäten und -erlebnisse an, vor allem auch für Familien.

Wohin soll's gehen? Wanderfans finden auf der Website post.ch/wandern Ausflugsideen, Events für die ganze Familie und praktische Tipps. Und jedes Jahr veröffentlicht die Post eine Wanderkarte mit neuen Routen. Dabei helfen tierische Ratgeber wie Murmeli Emma oder Steinbock Hans bei der Wahl von kinderfreundlichen Touren.

Bereits seit 2017 besteht die Partnerschaft mit den Schweizer Wanderwegen. «Uns verbindet weit mehr als nur die Farbe Gelb», erklärt Melanie Schmid, Leiterin Live Communications, die Motivation des Post-Engagements. «Die Wegweiser an den Wanderwegen stehen genau wie die Post über Sprachgrenzen und Regionen hinweg für ein Stück Schweizer Identität, für Qualität und Zuverlässigkeit.»

Vielseitiges Engagement

Die Post fördert zudem familienfreundliche Wanderwegprojekte, die ohne finanzielle Unterstützung nicht realisiert werden könnten. Sie bietet Arbeitseinsätze für Mitarbeitende an, die einen Tag lang bei Unterhaltsarbeiten am Wegnetz anpacken wollen.

Und die Post ist Teil der spannenden Eventreihe «Coop Familienwanderung» mit Rätseln und Geschichten. Auch dafür, dass die Wandernden ans Ziel und zurückkommen, sorgt die Post: Die Wandervorschläge der Post sind bequem per Postauto erreichbar.

Engagements

Locarno Film Festival

Seit 22 Jahren ist die Post Sponsorin des Locarno Film Festivals. Neu unterstützt sie das Basecamp für junge Kunst- und Filmschaffende. PostAuto bietet als Transportpartnerin einen kostenlosen Shuttle-Service an.

post.ch/locarno-festival

Museum für Kommunikation

Zusammen mit Swisscom ist die Post Stifterin des Museums für Kommunikation in Bern, das schweizweit mit seinem modernen Konzept Besucherinnen und Besucher anzieht. Für Mitarbeitende ist der Eintritt gratis.

post.ch/sponsoring

2 x Weihnachten

Menschen beschenken, die wenig haben: Das ist die Idee von «2 x Weihnachten». Als Logistikpartnerin nahm die Post 54 050 Pakete entgegen und übergab diese dem Schweizerischen Roten Kreuz zur Verteilung. Post-Mitarbeitende halfen an zwei Tagen beim SRK freiwillig bei der Sortierung.

zweixweihnachten.post.ch

Aktion Christkind

Weit über 30 000 Briefe an den Weihnachtsmann oder das Christkind kommen alljährlich bei der Post an. Ein Spezialteam von acht Postwichteln beantwortet die Briefe der kleinen und grossen Kinder mit einem liebevoll gestalteten Gruss.

post.ch/briefe-christkind

Zur Berichterstattung

Dokumentenstruktur

Die Berichterstattung 2023 der Schweizerischen Post besteht aus folgenden Dokumenten:

- Die Schweizerischen Post AG:
 - Jahresbericht 2023
 - Finanzbericht 2023 (Lagebericht, Corporate Governance und Jahresabschlüsse Konzern, Die Schweizerische Post AG sowie PostFinance AG)
 - Nichtfinanzieller Bericht 2023
- PostFinance AG:
 - Geschäftsbericht 2023
 - Bericht über nichtfinanzielle Belange 2023
 - Offenlegung Eigenmittel aus Systemrelevanz per 31. Dezember 2023
 - Offenlegung Eigenmittel per 31. Dezember 2023
 - Offenlegung zu klimabezogenen Finanzrisiken Geschäftsjahr 2023

Diese Dokumente sind in elektronischer Form in der Onlineversion des Geschäftsberichts unter [→ geschaeftsbericht.post.ch/downloads](https://geschaeftsbericht.post.ch/downloads) bzw. unter [→ postfinance.ch/berichterstattung](https://postfinance.ch/berichterstattung) abrufbar. Der Jahresbericht und der Finanzbericht der Schweizerischen Post sowie der Geschäftsbericht der PostFinance AG liegen zudem in gedruckter Form vor.

Sprachen

Der Geschäftsbericht der Schweizerischen Post ist auf Deutsch, Englisch, Französisch und Italienisch verfügbar. Massgebend ist die Version in deutscher Sprache.

Bestellung Druckexemplare

Die gedruckte Version des Jahres- und des Finanzberichts der Schweizerischen Post kann unter [→ post.ch/bestellung-geschaeftsbericht](https://post.ch/bestellung-geschaeftsbericht) und jene des Geschäftsberichts von PostFinance unter [→ postfinance.ch/geschaeftsbericht](https://postfinance.ch/geschaeftsbericht) bestellt werden. Mitarbeitende der Post können Exemplare über den ordentlichen Bestellweg für Drucksachen beziehen.

Impressum

Herausgeberin und Kontaktstelle

Die Schweizerische Post AG
Wankdorffallee 4
Postfach
3030 Bern
Schweiz

Telefon +41 848 888 888
Medienkontakt +41 58 341 00 00
post.ch

Konzeption und Projektmanagement

Deborah Paglialunga,
Kommunikation Post, Bern
Dr. Andreas Sturm, phorbis Communications AG, Basel

Text

Redaktion Post, Bern
Sandra Schindler, Mareike Fischer, Klarkom AG, Bern

Fotos

Kommunikation Post sowie diverse Quellen

Gestaltung und Satz

Ilona Troxler Smith und Franck Schirmer,
phorbis Communications AG, Basel

Korrektorat und Übersetzungen

Sprachdienst Post, Bern

Druck

Stämpfli AG, Bern

Zum Druck und Papier:

Dieser Bericht wurde auf zu 100 Prozent FSC®-zertifiziertem Recyclingpapier ohne optische Aufheller CO₂-kompensiert ([🌱 myclimate.org/01-24-220592](https://myclimate.org/01-24-220592)) gedruckt. Das Papier BalancePure® ist mit dem Blauen Engel, dem Umweltzeichen für besonders umweltschonende Produkte, ausgezeichnet ([🌱 blauer-engel.de](https://blauer-engel.de)). Es verfügt über das EU-Umweltzeichen ([🌱 ecolabel.eu](https://ecolabel.eu)), ist FSC®-zertifiziert ([🌱 fsc.org](https://fsc.org)) und verfügt über ein «Cradle to Cradle Certified Silver»-Zertifikat ([🌱 c2ccertified.org](https://c2ccertified.org)).



gedruckt in der
schweiz

Kennzahlen im Fünfjahresvergleich

		2019	2020	2021	2022	2023
Ergebnis						
Betriebsertrag	Mio. CHF	7 168	6 548	6 877	6 859	7 279
im Wettbewerb erwirtschaftet	% des Betriebsertrags	85,4	84,8	86,1	86,0	87,6
davon Umsatz im Ausland ¹	% des Betriebsertrags	14,8	9,5	9,1	9,9	9,8
Betriebsergebnis	Mio. CHF	450	258	515	358	323
im Wettbewerb erwirtschaftet	% des Betriebsergebnisses	75,1	68,2	79,8	87,7	91,3
Konzerngewinn	Mio. CHF	255	178	452	295	254
Eigenkapital	Mio. CHF	6 834	6 906	8 918	9 884	10 255
Geschaffene Werte						
Unternehmensmehrwert ²	Mio. CHF	-17	-125	-8	-96	-215
Erarbeitete Wertschöpfung	Mio. CHF	4 616	4 180	4 376	4 296	4 279
an Mitarbeitende	Mio. CHF	3 764	3 529	3 448	3 496	3 516
an Fremdkapitalgeber	Mio. CHF	75	50	44	66	71
an öffentliche Hand	Mio. CHF	32	28	55	37	45
an Eigentümer	Mio. CHF	50	50	50	50	50
an Unternehmen	Mio. CHF	695	523	779	647	597
Arbeitsplätze						
Personalbestand (ohne Lernpersonal) ³	Personaleinheiten	39 670	39 089	40 144	34 072	34 587
Lernpersonal Schweiz	Personen	1 894	1 863	1 860	1 839	1 844
Arbeitsplätze in peripheren Regionen ⁴	Personen	16 073	15 655	16 660	16 224	16 244
Fluktuationsrate (freiwillige Austritte)	in % des Durchschnittsbestands	5,1	4,1	5,0	6,2	6,4
Kündigung aus wirtschaftlichen Gründen	Personaleinheiten	78	57	85	25	43
Anstellungsverhältnisse, Löhne und Entschädigungen						
Anstellung nach GAV Post	% der Personen	79,6	79,6	80,3	81,0	80,3
Minimallohn GAV Post ⁵	CHF pro Jahr	47 620	47 820	50 451	50 653	52 503
Durchschnittslohn Mitarbeitende	CHF pro Jahr	82 741	83 636	84 490	84 629	85 552
Durchschnittliche Entschädigung an Konzernleitungsmitglieder	CHF pro Jahr	582 289	575 822	583 501	575 349	576 393
Lohnspanne ⁶	Faktor	7,0	6,9	6,9	6,8	6,7
Gesundheitsmanagement						
Berufsunfälle	Anzahl pro 100 Personaleinheiten	6,4	6,1	7,4	7,0	7,5
Medizinisch bedingte Aussetzungstage ^{7,8}	Tage pro Mitarbeiterin/Mitarbeiter	13,3	13,3	7,7	9,4	9,8
Vielfalt						
Frauen	% der Personen	45,0	44,1	43,0	42,0	41,3
Vertretene Nationen	Anzahl	140	142	143	147	141
Frauen im Verwaltungsrat	%	33,3	33,3	33,3	40,0	44,4
Frauen in der Konzernleitung ⁹	%	12,5	12,5	25,0	25,0	25,0
Frauen im obersten Kader	%	17,1	19,8	21,6	22,6	24,2
Frauen im mittleren und unteren Kader	%	23,8	22,3	22,8	21,8	22,3
Demografie						
Durchschnittsalter der Belegschaft	Jahre	46,1	46,0	45,8	45,8	46,1
Ressourcenverbrauch¹⁰						
Energiebedarf	GWh	1 538	1 495	2 063	2 098	2 058
Energiebedarf innerhalb der Post	GWh	875	850	1 092	1 085	1 060
erneuerbarer Anteil	%	20,2	20,1	16,2	16,1	16,6
Energiebedarf ausserhalb der Post	GWh	663	645	971	1 013	998
Klimabelastung (Scope 1–3)¹⁰						
Klimabelastung Scope 1+2 (eigener Betrieb)	t CO ₂ -Äquivalent	191 014	185 794	249 034	247 987	241 221
Klimabelastung Scope 3 (restliche Wertschöpfungskette)	t CO ₂ -Äquivalent	248 132	242 573	1 943 364	1 958 481	1 860 903

1 Die Definition von «Ausland» entspricht dem Anhang zum Jahresabschluss Konzern 2023, Erläuterung 6.6, Geografische Informationen.

2 In den Unternehmensmehrwert fliessen die Nettokosten der Grundversorgungsverpflichtung in Höhe von 268 Millionen Franken ein (2022: 260 Millionen Franken; 2021: 257 Millionen Franken; 2020: 231 Millionen Franken; 2019: 281 Millionen Franken). Zur Definition der Nettokosten siehe Finanzbericht, © Seite 18.

3 Die Werte bis und mit 2021 enthalten die Bestände des veräusserten Geschäftsbereichs Swiss Post Solutions.

4 Die Definition der ländlichen Gemeinden wurde gemäss neuer Erhebung ab 2022 und rückwirkend für 2021 angepasst und richtet sich nach der Verordnung über Regionalpolitik des SECO. Die Werte 2019 bis 2020 sind nicht mit den Werten 2021 und 2022 vergleichbar.

5 Bis 2020 wurde der Minimallohn nach Gesamtarbeitsvertrag Post für einen 18 Jahre alten Mitarbeitenden ohne abgeschlossene Berufslehre ausgewiesen. Ab 2021 wird der Minimallohn zentrumsferner Gemeinden (Region D) ausgewiesen.

6 Faktor = durchschnittliche Entschädigung an Konzernleitungsmitglieder zu Durchschnittslohn Mitarbeitende

7 Die Weiterbeschäftigung von Mitarbeitenden mit Langzeitabsenzen wird je nach Betrieb und Branche unterschiedlich gehandhabt. Damit der Vergleich mit den Daten des Bundesamts für Statistik (BFS) und anderen Unternehmen in der Schweiz möglich ist, werden in dieser Berechnung die Abwesenheiten von Vollzeitmitarbeitenden für die Dauer von maximal sechs Monaten berücksichtigt.

8 Die Werte 2021 und 2022 wurden gemäss Definition in der Fussnote 7 angepasst. Die Werte 2019 und 2020 sind nicht mit den Werten 2021 bis 2023 vergleichbar.

9 Die Werte 2019 bis 2022 wurden angepasst.

10 Das Basisjahr 2021 und das Jahr 2022 werden bei Akquisitionen und Verkäufen von Konzerngesellschaften oder bei Veränderungen in der Datenqualität rückwirkend neu berechnet, da das Jahr 2021 als Basisjahr für die Klimaziele 2030/2040 dient. Die Werte 2019 und 2020 sind nicht mit den Werten 2021 bis 2023 vergleichbar.

071.44 de (238268) 03.2024

Die Schweizerische Post AG
Wankdorfallee 4
Postfach
3030 Bern
Schweiz

Telefon +41 848 888 888
post.ch

