

Mehr Geschichten
unter post.ch/aktuell

FÜR MITARBEITERINNEN
UND MITARBEITER
OKTOBER 2023

post mag.

Linda Baroudi ist stellvertretende Teamleiterin in La Chaux-de-Fonds und kocht leidenschaftlich gern. Ihr Freundeskreis ist so begeistert von ihrem kulinarischen Talent, dass sie Linda dazu bewegen haben, ihre Rezepte auf Instagram zu teilen. Welches Lindas Lieblingsrezept ist, erfährst du auf der Rückseite.

Betriebssanität:
zwischen Leben
retten und Wehweh
verarzten

*Eine Halle
als
CO₂-Speicher*

**Nähe schaffen,
Distanz überwinden**





Wir bringen Distanzen zum Schmelzen

Mit unseren kundennahen Dienstleistungen sorgen wir dafür, dass Distanzen verschwinden: sei es Postauto-Fahrer Beat, der Touristinnen und Touristen durchs Berner Oberland chauffiert, oder Sepp, der seit 50 Jahren in der Innerschweiz Briefpost aus aller Welt zustellt.

postpourri

Gelieferter Wahlkampf

22

Bei eidgenössischen Wahlen stellen wir rund 2000 Tonnen Wahlmaterial und 5 Millionen Wahlcouverts zu.



21

Gelungener Wettkampf

Matthias Keller von der Filiale Sihlpost hat an den Special Olympics in Berlin gleich drei Medaillen gewonnen.

Gebrauchte Elektromobilität

29

Post Company Cars verkauft im Occasionscenter allerlei gebrauchte Fahrzeuge – neu auch günstige Elektroautos.

p
Und vieles mehr!

Ausnahmsweise in Folie

Das Pmag schon wieder in Folie; ist das neu Standard? Nein, der Grund dafür ist: Aus technischen Gründen können wir höchstens eine Beilage ins Magazin kleben. Mehrere Beilagen müssen wir dagegen einpacken, damit sie nicht verloren gehen. Wir achten aber auch da auf Nachhaltigkeit. Die Folie ist mehrheitlich aus Recycling-Material und ihrerseits rezyklierbar. Insgesamt hat sie eine bessere Ökobilanz als Papierhüllen. Trotzdem verschicken wir das Pmag weiterhin am liebsten unverhüllt.



Unsere Kundennähe ermöglicht den Kunden Nähe

Mit schweizweit fast 90 PostFinance-Standorten, 260 My Post 24-Automaten, über 2000 Filialen – eigenbetrieblenen und mit Partnern – und fast 1000 Postauto-Linien (ganz zu schweigen von den 14 292 Briefeinwürfen) sind wir schon ziemlich nahe bei unserer Kundschaft.

Diese Nähe ist zentral. Doch wenn ich mir das recht überlege, ist sie nur Mittel zum Zweck, damit wir unsere eigentliche Aufgabe erfüllen können: Wir sorgen mit unseren Dienstleistungen dafür, dass die Kundinnen und Kunden sich gegenseitig nahe sein können. Wir schaffen Nähe, wenn die frischgebackenen Eltern ihren Freundinnen und Freunden und Verwandten Geburtstagskarten schicken. Wenn die Grosseltern aus dem Nachbardorf mit dem Postauto das Baby besuchen. Wenn die Gotte ihrem Patenkind ein Geschenksparkonto eröffnet oder der Götti ihm online ein Geschenk bestellt.

Mit anderen Worten: Den Kundinnen und Kunden nahe zu sein, ist wichtig. Den Kundinnen und Kunden Nähe zu ermöglichen, noch wichtiger.

In diesem Magazin geht es um beides. Ich wünsche dir viel Vergnügen bei der Lektüre.

Mischa

Mischa Stünzi
Chefredaktor Pmag

Schwerpunkt

Der Schlüssel zu echter Nähe

Text: Mischa Stünzi Foto: Joan Minder



Was bedeutet Kundennähe für uns als Post? Sind es unsere rund 800 Filialen, die sich über die ganze Schweiz erstrecken? Ja, aber längst nicht nur. Kundennähe heisst nicht, dass wir zwingend in jedem Quartier, jedem Dorf und jedem Weiler mit einer Filiale präsent sein müssen. Wir sind unseren Kundinnen und Kunden nahe, wenn wir ihre Bedürfnisse kennen und erfüllen: Der eine zieht den persönlichen Kontakt am Schalter vor, die andere möchte ihre Postgeschäfte lieber digital erledigen. Wir müssen beiden passende Lösungen bieten; nur so leben wir echte Nähe.

In diesem Schwerpunkt erfährst du, wie unterschiedlich Nähe in unserem Arbeitsalltag aussieht. Wir beleuchten unter anderem fünf von Abertausenden Kundenbeziehungen: etwa jene von Franca von der Filiale Dübendorf und dem Inhaber der benachbarten Weinhandlung, den Franca nicht nur in postalischen Dingen unterstützt, sondern für den sie im Sinne der guten Nachbarschaft auch zu den Pflanzen schaut, wenn er verreist ist. Oder Sepp, der mit einer langjährigen Kundin auf seine 50-jährige Zustellerkarriere zurückschaut, während der manche Kundinnen und Kunden zu Freunden geworden sind.

Auf eine gute Nachbarschaft

Die Postfiliale Dübendorf und der Laden «Andys Weingenuss» liegen praktisch Tür an Tür. Doch das allein ist nicht der Grund, weshalb das Post-Team und der Weinhändler eine aussergewöhnlich vertrauensvolle Kundenbeziehung pflegen.

Text: Susanna Stalder Fotos: Joan Minder

Nur ein paar Schritte liegen sie auseinander, die Dübendorfer Filiale der Post und die Weinhandlung «Andys Weingenuss». «Ich habe meinen Laden im April 2020, mitten im ersten Corona-Jahr, hier eröffnet», erzählt Andy Hess. Im gleichen Gebäude arbeitet auch Franca Lionetto. Sie ist stellvertretende Teamleiterin bei PostNetz und hat ihre Stelle in Dübendorf kurz nach Andys Einzug aufgenommen.

«Die ersten Kontakte mit Franca und ihrem Team haben am Schalter stattgefunden, wenn ich Pakete für meine Kundschaft aufgegeben habe», erinnert sich Andy. Der wachsenden Kundschaft entsprechend wurden auch seine Besuche in der Filiale der Post häufiger. «Praktisch, dass sie so nah ist», findet er. «Da wir das gleiche Gebäude nutzen, das übrigens Post Immobilien gehört, gibt es manchmal technische Fragen zu klären. Mit der Zeit hat sich der Kontakt gefestigt, und heute pflegen wir eine unkomplizierte Nachbarschaftsbeziehung.» Franca stimmt zu: «Die Chemie zwischen meinem Team und Andy hat von Anfang an gestimmt.»

Team-Apéro am Holztisch

«Wir haben bisher zwei Team-Apéros bei Andy gemacht. Diese sind jeweils gut angekommen», sagt Franca. Auch privat ist sie schon mit ihrer Familie oder mit Teamkolleginnen und -kollegen am grossen Holztisch gesessen, etwa im Rahmen von Weindegustationen. Besonders gern erinnern sich die beiden an den «Industrie-Apéro» im vergangenen Jahr: Diesen haben sie – auf Initiative der Teamleiterin Barbara

Schenkel – mit dem örtlichen Gewerbeverein organisiert. Zuerst gab es einen Einblick in die Filiale, danach zwei Türen weiter ein Glas Wein. Die Organisation sei zwar «ein Krampf» gewesen, so Franca, «aber es hat sich gelohnt: Der Anlass ist gelungen.» Rund 60 Personen nahmen daran teil.

Den Schlüssel anvertraut

Als Andy diesen Sommer die Weinhandlung für zwei Wochen Betriebsferien schloss, vertraute er Franca den Schlüssel an. «Sie hat ihn gehütet wie ein eigenes Kind.» Franca bestätigt: «Sogar als jemand von der Vermietung etwas ausmessen wollte, habe ich den Schlüssel nicht rausgegeben. Das war zum Glück am Tag, an dem Andy zurückgekommen ist. So konnte ich die Person auf später vertrösten.»

In ihren Pausen ging sie regelmässig kurz in den Laden hinüber, um vorbereitete Kundenpakete zu verschicken und die Pflanzen zu giessen. «Ich war erstaunt, dass Andy die Pflanzen nicht nach dem Mondkalender giesst – ich mache das nämlich seit Jahren so», sagt Franca. «Er hat mich nur schräg angeschaut. Natürlich habe ich mich beim Giessen dann an seine Vorgaben gehalten, obwohl ich finde, dass die Pflanzen so zu viel Wasser bekommen», ergänzt sie lachend.

Andy schätzt die Ehrlichkeit und direkte Art seiner Nachbarin: «Manchmal kommt sie mit einer Anregung oder kritischen Bemerkung.» Zum Beispiel? Das italienische Apérogebäck, das er im Laden verkauft, das sei nicht ihr Geschmack, meint Franca, die Wurzeln in Sizilien hat. «Und ganz wichtig sind ihr die Weinetiketten», fügt Andy an. Sie nickt und zeigt den Wein mit dem Namen «Macho Man», der ihr und ihrer Teamleitungskollegin bei einem Anlass offeriert worden ist. «Der gefällt mir nicht und den trinke ich nicht – schliesslich bin ich Teil eines Frauenpower-Teams. Ja, die Etikette muss stimmen.»





Andy hat Franca in den Ferien nicht nur den Schlüssel zu seiner Weinhandlung, sondern auch die Pflege der Pflanzen anvertraut.

Ein Postauto bringt Gäste “Zur Sau”

Abländschen, ein abgelegenes Bergdorf, geriet beinahe in Vergessenheit. Dank eines Hoteliers und der neuen Postauto-Linie erlebt das Dorf im Berner Oberland einen Aufschwung.

Text: Magalie Terre Fotos: Urs Graber



H heute wohnen nur noch 38 Menschen im Bergdorf Abländschen, das auf 1300 Metern am Fusse der Gastlosen zwischen Saanen und dem Jaunpass liegt. Aufgrund der Abwanderung wurden Skilift, Post, Schule und Hotel im Ort geschlossen. Hier trifft man auf Kühe, Alpschweine, drei Bauernfamilien und ein paar Häuser – und seit 2018 auf ein renoviertes Hotel mit grossem Gemüsegarten.

Der Gstaader Hotelier Thomas Frei hat das ehemals verlassene Hotel «Weisses Kreuz» gepachtet und liebevoll «Zur Sau» umbenannt. «Restaurants mit Tiernamen stehen an jeder Ecke», erklärt Frei. «Das Schwein wird vom Menschen zu wenig gewürdigt.» Im Hotel «Zur Sau» kommen fast ausschliesslich regionale Produkte der umliegenden Höfe auf den Tisch. «Ich habe mich ganz dem Einheimischen verschrieben und will so ein Zeichen gegen die Abwanderung aus strukturschwachen Randregionen setzen», sagt Frei. Da kommt die neue Postauto-Linie zwischen dem Saanen- und dem Greyerzerland mehr als gelegen. Sie ist seit Juni 2023 in Betrieb. «Endlich ist das Bergdorf wieder mit der grossen Welt verbunden», so Thomas Frei.

Touristinnen, Einheimische, Wandererinnen, Kletterer – immer mehr Menschen finden den Weg nach Abländschen – und ins Hotel «Zur Sau». Das spürt auch Beat Boller. Der Postauto-Fahrer aus Saanen fährt die neue Strecke regelmässig mit einem elektrisch betriebenen Postauto. «Die Gäste sind neugierig und freuen sich über die Fahrt, die sie in die nahezu unberührte Natur führt», sagt Beat. Er ist davon überzeugt, dass die Postauto-Linie nach der Pilotphase weiterbestehen wird. Auch die Bauern und Handwerkerinnen profitieren von diesem Zulauf. «Die Selbstbedienungskühlschränke sind hoch im Kurs», weiss Beat. Hotelier Thomas Frei blickt zuversichtlich in die Zukunft und geht von einer weiteren Zunahme der Gästezahlen in Abländschen aus.



Beat Boller (unten) fährt mit dem Elektropostauto Gäste und Einheimische – unter anderem zum Gasthaus von Hotelier Thomas Frei (oben).





Daniel Sarti verknüpft mit seinem Geschenkladen Onlineverkauf und physisches Geschäft – mit grossem Erfolg.



Daniel verkauft dank uns noch mehr Geschenke

Unser Team Digital Commerce Consulting von Logistik-Services hilft Händlerinnen und Händlern wie Daniel Sarti, online noch erfolgreicher zu verkaufen. Damit bieten wir Mehrwert und sorgen für mehr Paketvolumen.

Text und Fotos: Mischa Stünzi

Bottmingen ist nicht gerade der Nabel der Welt. Trotzdem ist im Vorort von Basel samstags häufig so viel Betrieb, dass die Gemeinde schon einen Verkehrsdienst gefordert hat, der die Autos in geordnete Bahnen lenken soll. Grund dafür ist Daniel Sartis Laden CreaDIVA.ch. 8000 Geschenk- und Partyartikel umfasst das Sortiment – vom einfachen Ballon bis zur edlen Pasta.

Das Geschäft läuft: Vorne im Laden stöbern Kundinnen und Kunden, hinten verpacken Mitarbeitende Bestellungen aus dem Internet. Onlinehandel und stationärer Laden nebeneinander, das ist Daniels Konzept. Er ist davon überzeugt, dass sich die Kanäle gegenseitig befruchten. «Der Onlineauftritt ist ein Schaufenster für meine beiden Läden – Bottmingen und Basel. Und die Läden schaffen Vertrauen und Nähe, wovon der Online-shop profitiert.»

Bester Service, nicht bester Preis

Für beide Kanäle sieht Daniel Wachstumschancen – im Onlinebereich etwa in der Romandie. Aktuell gibt es den Shop nur auf Deutsch. Das zu ändern, sei eine Herausforderung, weil dann auch der Kundenservice auf Französisch verfügbar sein müsse. Denn bester Service ist Daniel wichtig. Damit und nicht mit dem Preis will er sich von der Konkurrenz abheben.

Wachsen kann der Händler auch, wenn er sich Marktplätzen wie Galaxus und Amazon anschliesst. Hier kommen wir ins Spiel – genauer gesagt unser Marketplace Enabling (MPE). Das Digital Commerce Team führt für Kundinnen und Kunden wie Daniel Situationsanalysen durch, hilft ihnen, sie mit passenden Marktplätzen zusammenzubringen und die komplexen Marktplatzanforderungen zu erfüllen, damit sie dort ihre Artikel anbieten können. Derya Kilic hat CreaDIVA.ch beispielsweise kürzlich bei Galaxus untergebracht. Daniel selbst hatte das zuvor zweimal erfolglos versucht: «Die Post bietet so einen Mehrwert. Ich schätze Derya sehr als kompetente Sparringpartnerin.»

Die Beratung richtet sich nach den Bedürfnissen der Kundinnen und Kunden und kann von der Website bis zu Absatzstrategien reichen. Das Ziel fasst Derya zusammen: «Wenn der Händler wächst, wächst auch die Post.» Zudem ist es wie bei Daniel: Wir heben uns mit dem Service von der Konkurrenz ab, nicht mit dem Preis.

Sepp hat einen nassen

Nach 50 Jahren bei der Post geht Sepp Bienz Ende Jahr in Pension. Die Nähe zu den Kundinnen und Kunden werde er vermissen, sagt der Zusteller, dem seine Aufgabe auch nach all den Jahren noch Freude macht – meistens wenigstens.

Text: Mischa Stünzi Fotos: Loan Schläppi

Josef «Sepp» Bienz ist eine Frohnatur. Einen Feind jedoch hat der Zusteller aus Hünenberg im Kanton Zug: «Der Regen, der ist mein grösster Feind.» Kälte, Hitze und Wind machten ihm nichts aus. Doch durchnässt eine Tour zu fahren, das sei kein Spass. Ansonsten hat Sepp viele Freundinnen und Freunde – auch unter der Kundschaft. Vielen bringt er seit Jahren die Post, mit vielen ist er per Du – etwa mit Mirjam Benguerel. Sie ist Store-Managerin beim Bekleidungshersteller Odlo, der im Industriequartier Bösch nur wenige Meter neben der Post seinen Hauptsitz und einen grossen Laden hat. Bei unserem Besuch vor Ort begrüsst sie Sepp herzlich.

16 Jahre alt war Sepp, als er 1974 bei der Post anheuerte und nach einem dreiwöchigen Kurs als Zusteller loslegte. 50 Dienstjahre wird er hinter sich haben, wenn er Ende Jahr in Pension geht. «Machst du deine Arbeit nach all den Jahren immer noch gern?», wollen wir von ihm wissen. «Ja.» Sagts und strahlt. Es ist das typische Sepp-Strahlen. «Alle Pöstlerinnen und Pöstler sind freundlich», sagt Benguerel. «Aber du fällst mit deinem Strahlen auf. Du hast immer ein Lachen auf den Lippen.» Sepp hat dafür eine einfache Erklärung: «Ist die Laune mal schlecht, versuche ich, das mit einem Lächeln zu unterdrücken. Dann lächeln die Leute zurück.»

Briefpost aus dem Altpapier gerettet

Dabei hat Sepp auch einiges erlebt, bei dem ihm nicht mehr zum Lachen zumute war. Etwa als die Schülerinnen und Schüler bei der Altpapiersammlung den Postsack mit den Briefen für Altpapier hielten und mitnahmen.



Erzfeind

Sepp tat sein Möglichstes, um den Schaden zu minimieren, stieg in den Papiercontainer und rettete zwei Drittel der Sendungen. Im Dorf ging die Nachricht um wie ein Lauffeuer – kurz vor Fasnacht war sie ein gefundenes Fressen für die Schnitzelbankgruppen.

Unwohl war es ihm auch immer, wenn er grosse Summen Bargeld mitführte, um an den Haustüren Auszahlungen vorzunehmen. Passiert ist glücklicherweise nie etwas. Und so hatte das Ganze am Ende sogar sein Gutes: «Wenn du wusstest, in welcher Stückerkelung der Kunde sein Geld haben möchte, sprang oft ein kleines Trinkgeld raus.» Heute nimmt Sepp nur noch wenig Bargeld mit auf seine Touren. «Die Leute bezahlen immer häufiger mit TWINT.» Die Gewohnheiten der Kundinnen und Kunden ändern sich, Sepps Lederbeutel fürs Bargeld blieb derweil der gleiche: «Den habe ich seit der Lehre; nur den Bändel musste ich einmal auswechseln.»



So sah Sepp aus, als er mit 16 in den Dienst der Post trat.

Zwischen Effizienz und Nähe

Mit welchem Gefühl geht es nun Sepps Ruhestand entgegen? Für Benguerel ist klar: «Er wird uns fehlen. Für uns ist er die Post. Er kennt unsere Bedürfnisse.» Ein Beispiel: Eigentlich müsste er die Briefpost immer in den Briefkasten legen. Doch wenn er viel Post hat, bringt er sie lieber rein. «Das geht schneller und wird von den Kundinnen und Kunden geschätzt.»

Und wie geht es Sepp mit Blick auf das nahende Ende seiner Post-Karriere? Er seufzt. Natürlich freue er sich auf eine Zukunft mit weniger Druck und

Stress. Der Druck habe in all den Jahren spürbar zugenommen. Trotzdem müsse auch heute zwischendurch mal ein kurzer Schwatz drinliegen – eine Gratwanderung zwischen Effizienz und Kunden-nähe. «Wenn es länger dauert, logge ich natürlich aus», betont der gewissenhafte Pöstler. Es sind die freundschaftlichen Begegnungen mit Kundinnen und Kunden, die Sepp vermissen wird. «Ich werde deswegen neben dem lachenden noch lange ein weinendes Auge haben.»

Konzern und Startup sind auf Augenhöhe

PostFinance und tilbago arbeiten auf vielfältige Weise zusammen. David Fuss, CEO von tilbago, und Nicolas Bärtschi von PostFinance erzählen, wie gegenseitiges Verständnis und Vertrauen zum Erfolg der gemeinsam weiterentwickelten Lösung beitragen.

Vor acht Jahren kam David Fuss zusammen mit Partnern auf PostFinance zu. Sie stellten PostFinance ihre Cloud-Software-lösung für die digitale Abwicklung von Betreibungen vor – und stiessen auf Interesse. Gemeinsam gingen sie durch den internen Innovationsprozess, und schliesslich entstand das Startup tilbago, an dem sich PostFinance mit einem Viertel der Aktien beteiligte. Nicolas Bärtschi vom Team Innovation und Venturing (VNTR) bei PostFinance begleitet tilbago. Er sagt: «Es hat sowohl vom Thema her wie auch menschlich von Anfang an sehr gut gepasst.» David Fuss, heute CEO von tilbago, erzählt: «Schritt für Schritt und in engem Austausch haben wir die Lösung gemeinsam ausgebaut.» Als Beispiel dafür nennt er die elektronische Bestellung des Betreibungsregistrauszugs bei der Post: «Das läuft über unsere Applikation.»

Die Berührungspunkte mit der gelben Welt sind vielfältig. So nutzen die Post und PostFinance die Lösung selbst auch für die Abwicklung ihrer Betreibungen und bieten sie ihren Geschäftskunden an. «Wir arbeiten auf Augenhöhe zusammen, das gefällt mir», sagt Nicolas. «Und wir verfolgen das gleiche Ziel. Es ist mehr eine Partnerbeziehung als eine Lieferantenbeziehung.» David Fuss ergänzt: «Wir gehen sehr offen miteinander um. Und wir können uns aufeinander verlassen.» Beide erwähnen das gegenseitige Verständnis, das es bei so unterschiedlich grossen Partnern braucht – etwa für die hohen Sicherheitsanforderungen von PostFinance. Mit der Entwicklung von tilbago und ihrer Kundenbeziehung sind sie zufrieden. «Es ist etwas Gemeinsames entstanden, das für beide Seiten einen Mehrwert bringt.» (SS)



Der Dorfladen 3.0

Er ist rund um die Uhr geöffnet, bietet als Filiale mit Partner auch Postdienstleistungen an und ist das, was früher der Dorfbrunnen war: ein beliebter Treffpunkt für Einheimische und Gäste. Zwei solche Läden gibt es seit diesem Sommer in der Bündner Gemeinde Breil/Brigels.

Text und Fotos: Fredy Gasser

Sanfte Hügel unter schroffen Gipfeln prägen die Surselva zwischen Laax und dem Oberalppass. Hier liegen die Dörfer verstreut an den Hängen, Dorfstrassen winden sich durch enge Gassen und vorbei an sattgrünen Alpwiesen. Ob Idylle für Feriengäste oder aufwendiger Alltag für die Einheimischen: Wichtig für alle ist die Versorgung mit dem Nötigsten aus dem Dorfladen. Deshalb ziehen hier alle am gleichen Strang, damit der Dorfladen in Waltensburg und jener in Andiastr ein paar Kehren und Dutzende Höhenmeter höher am Hang nicht verschwinden, wie so viele im Land in den

letzten Jahren. «Haben wir keinen Dorfladen mehr, haben wir kein Leben mehr im Dorf», betont der Präsident der Associaziun da consum Andiastr, Andreas Cadonau, während er zusammen mit dem Gemeinderat von Breil/Brigels Heinrich «Heini» Hunger vor dem «il Consum» in Waltensburg in die Morgensonne blinzelt.

Sie aber haben es geschafft. Sie, das sind die Genossenschaft Associaziun da Consum Andiastr, die Behörden der Gemeinde Breil/Brigels mit ihren sechs Weilern und die Post, die sich hier als Filiale mit Partner einbringt. Seit vier Monaten ist der Laden am Morgen bedient –



Eine Auswahl der Personen, die das Projekt zum Erfolg machten: Gemeinderat Heinrich «Heini» Hunger und Genossenschaftspräsident Andreas Cadonau, Projektleiterin Sara Hoch und Verkäuferin Nicole Allenspach (v. l. n. r.).

Studium und Praxis

So gutes Feedback hat auch Sara Hoch in den letzten Wochen immer wieder erhalten. Die Baslerin lebt mit ihrem Mann seit acht Jahren in der Surselva. Vor ein- einhalb Jahren übernahm sie die ausgeschriebene Geschäftsführung für die Dorfläden – und baute die Projektverantwortung für das neue Dorfladenmodell gleich in ihr Studium zur Umwelt- ingenieurin ein. «Wir erhalten rundweg positives Feedback», sagt sie, «Einheimi- sche wie auch Feriengäste schätzen das Angebot sehr.»

Das Projekt sei für alle Beteiligten eine grosse Herausforderung gewesen, so die Geschäftsführerin, auch für die Post. Denn diese brachte einerseits die jüngste Software (VMax) mit ein und musste andererseits den Post- Kubus im Laden für die unbediente Tages- und Nacht- zeit sichern. Die Lösung: ein schlichter Rollkasten, verschliessbar und videoüberwacht.

und damit sind auch die Postdienst- leistungen zugänglich. Ansonsten funktioniert der Laden rund um die Uhr im digitalen Selbstbedienungs-Modus: Per App oder Zugangskarte gelangen Kundinnen und Kunden ins Innere, scannen ihre Waren und bezahlen mit Karte, TWINT oder auf Rechnung. Ein Dorfladen 3.0.

“Eine gute Sache”

Es ist morgens um 10 Uhr, Daniel Hunger steht an der Kasse, mit frischen Trauben, Brot, Joghurt. Der sportli- che Rentner scheint fast ein Kunde wie alle anderen zu sein, erzählt dann aber verschmitzt, er habe einst selbst den Dorfladen geführt. Hier aufgewachsen, lange Jahre weggezogen, zeigt er sich heute froh, dass es den Dorf- laden noch gibt. «Eine gute Sache.» An der Kasse be- grüsst Verkäuferin Nicole Allenspach alle mit einem fröh- lichen «Bien di» und bedient den Touchscreen. Hinter ihr steht markant gelb und silbergrau ein Post-Kubus der neuesten Generation für die angebotenen Postdienstlei- stungen – also Briefe und Pakete aufgeben, Briefmarken kaufen oder Pakete abholen. Die Verkäuferin kennt beides: den bisherigen täglich geöffneten Dorfladen und das neue Rund-um-die-Uhr-Konzept. «Jetzt haben wir mehr zu tun, da wir für die Arbeiten nur den Morgen ha- ben: Gestelle auffüllen, Lieferungen versorgen, Tempe- raturkontrollen der Kühlgeräte oder Brot aufbacken.» Die Kundinnen und Kunden seien aber sehr zufrieden.

Von 284 auf 31

«Bis jetzt hatten wir keinerlei Probleme», fasst Verkäuferin Nicole Allenspach die Erfahrungen der letzten Wochen zusammen. Und auch aus Sicht der Post hat das Modell eines digitalisierten Rund-um-die-Uhr-Ladens mit Post-Dienstleistungen Potenzial, wie Thomas Simeon erklärt. Er arbeitet seit über 20 Jahren bei der Post Graubünden am Umbau des Postnetzes mit. Als er 2001 damit begann, hatte Graubünden noch 213 Ge- meinden, heute sind es 101. Das Bündner Postnetz änderte sich von damals 284 Filialen der Post zu heute 31 Filialen, 92 Filialen mit Partner und 161 Hausservices. Ladenkonzepte wie Waltensburg und Andiastr – der zweite Dorfladen von Breil/Brigels – lobt er: «Sie haben in kurzer Zeit umgebaut und damit auch die neueste Version unserer Filiale mit Partner möglich gemacht.»

Weil der erste Eindruck zählt

Pino Vastano ist verantwortlich für das Design. Amelina Hasanovic Kujundzic ist Sprecherin des Personals. Sie beide arbeiteten von Anfang an an der neuen Kleiderlinie für das Personal der Filialen der Post mit. Wir haben sie zu einem Gespräch über den Start der Testphase und die ersten Reaktionen getroffen.

Text: Florence Herndl Fotos: Joel Schilter

Pino, wie läuft die Testphase konkret ab?

Die neue Kollektion besteht aus 20 kombinierbaren Teilen – 12 für Frauen und 8 für Männer. Ab Anfang August haben 200 Personen Kleider und ein kleines Heft bekommen, in dem sie ihre Eindrücke notieren können. Tragkomfort, Pflege, Qualität – alles wird genau geprüft. Für den Test haben wir jeder Person nur einen Teil der Kollektion zugewiesen. Amelina zum Beispiel testet eine Bluse und den Blazer, jemand anderes die Hose und das Polo-Shirt. So machen wir es den Testerinnen und Testern einfacher und vermeiden, dass sie ihre Eindrücke und die objektive Analyse vermischen.

Amelina, du hast die neuen Kleider gestern erhalten.

Heute trägst du bereits die Bluse. Wie fühlst du dich?

Ich fühle mich wohl darin, das Material ist angenehm. Von meinen Kolleginnen und Kollegen habe ich viele Komplimente erhalten. Heute Morgen habe ich Kundinnen und Kunden am Schalter bedient. Gestern trug ich die gelbe Bluse, heute hat sie die Farbe Blue Avio. Meine Kundschaft hat den Unterschied nicht bemerkt!

Pino, wie findest du es, dass die Kundschaft nicht reagiert hat?

Das ist positiv. Es bedeutet, dass die Bluse die Kundinnen und Kunden nicht von ihrem Schaltergeschäft abgelenkt hat. Visuell ist der Auftritt also kohärent und irritiert nicht. Reaktionen gibt es vor allem dann, wenn der Eindruck unangenehm ist. Ich bin froh, war dies nicht der Fall.

Amelina, von Gelb zu Blue Avio ist eine grosse Veränderung. Ist es ein Bruch mit der Tradition?

Die Filialen wurden im Rahmen der neuen Strategie der Post umgebaut. Der Stil ist nun klar und weich, mit Schaltern aus Holz und in Grautönen. Da ist es nur logisch, auch die Berufskleidung zu verändern. Die neuen Farben wurden gemeinsam und im Konsens von allen gewählt,

die am Projekt beteiligt sind. Die Tradition geht damit nicht vergessen. An jedem Kleidungsstück gibt es gelbe Farbtupfer: Linien am Saum des Jupes, an den Ärmeln des Jackets oder am Ausschnitt des Kleides. Auch an den Knöpfen und Manschetten sind sie zu entdecken.

Pino, der Slogan auf deiner Website lautet: «Für Auftritte mit Stil. Denn der erste Eindruck zählt.» Welchen ersten Eindruck soll die Kundschaft von den neuen Kleidern erhalten?

Die Kundinnen und Kunden sehen sich die Kleider nie genau an. Sie nehmen aber wahr, ob sie harmonisch aufeinander abgestimmt sind. Wir haben uns stark mit den Werten der Post und den Bedürfnissen der Mitarbeitenden befasst. Was möchten sie anhaben, um sich gut angezogen und gut zu fühlen? Was brauchen sie, und was ist sowohl im Winter als auch im Sommer bequem, um die verschiedenen Aufgaben auszuführen? Die neue Kollektion vermittelt echte Nähe zum Personal. 2025 werden 4500 Personen neu eingekleidet. Wenn sie sich alle wohlfühlen in ihrer Berufskleidung, hat dies mit Sicherheit positive Auswirkungen auf die Kundschaft.

Amelina, was passiert nach der Testphase?

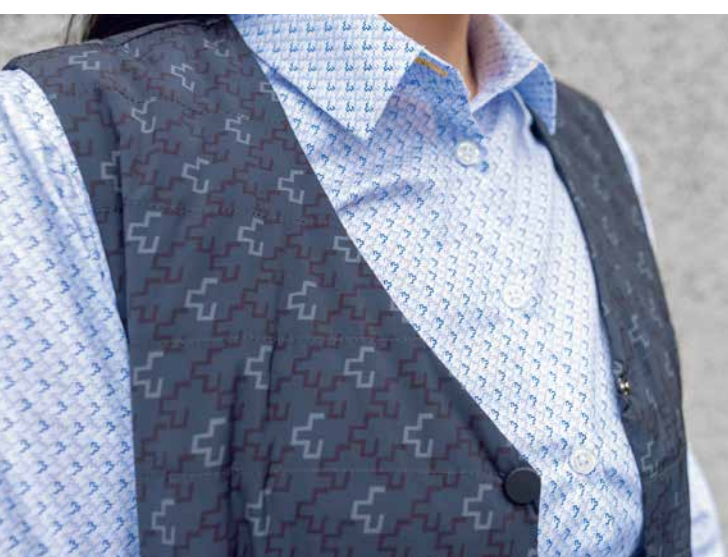
Sie ist im Dezember zu Ende. Nach einer genauen Analyse nehmen wir allenfalls noch Korrekturen vor. Danach macht die Post eine Ausschreibung für die Produktion.



Pino Vastano ist CEO des Schweizer Unternehmens Corporess AG.



Amelina Hasanovic Kujundzic ist Teamleiterin in der Filiale Neuenburg.



Happy Birthday, My Post 24

Sendungen empfangen und aufgeben, auch wenn die Post geschlossen ist – 260 My Post 24-Automaten machen es möglich. Diesen Herbst feiern die gelben Automaten ihr zehnjähriges Bestehen. Zu diesem Anlass hier drei kuriose Geschichten aus dem Leben unserer My Post 24-Automaten.

Grosses Gekrabbel im gelben Schrank

Wespen, Bienen, Ameisen – Klein- und Kriechtiere machen es sich immer wieder in den Ablagen der My Post 24-Automaten gemütlich. Glücklicherweise konnten Vorfälle zwischen Mensch, Tier und Paket in der Vergangenheit stets verhindert werden.

Zu knapp um die Kurve

Manchmal muss es schnell gehen. So wohl auch beim LKW, der bei einer Parkplatzausfahrt in Olten die Kurve nicht gekriegt und einen Teil des My Post 24-Automaten mitgerissen hat. Um dieses «Malheur» zu beheben, musste die Oltnen Polizei um 6.15 Uhr ausrücken.

Tatort: My Post 24, Spreitenbach

Ein Langfinger hat sich hinter dem Einkaufszentrum in Spreitenbach am Kassenautomaten zu schaffen gemacht. Dabei geriet auch der benachbarte My Post 24-Automat ins Visier. Der Schaden belief sich auf 5000 Franken. Bargeld war im Automaten keines vorhanden.

My Post 24 – Ein Rückblick

- **2013** Die ersten drei Standorte werden in Betrieb genommen: St. Gallen HSG, Lausanne EPFL und Basel EKZ St. Jakob-Park.
- **2014 bis 2015** Weitere Standorte werden gesucht. Diese müssen mindestens 250 Meter von der nächsten Filiale der Post entfernt sein, um eine Konkurrenz auszuschliessen.
- **2016** Ein Strategiewechsel erfolgt: Neu sollen die Automaten direkt bei den Filialen stehen.
- **2021 bis 2022** Es wird eine neue Gerätegeneration eingeführt, die nur noch übers Smartphone bedienbar ist.
- **2023** Mit dem Projekt «MP24 NEO» werden die Automaten in den Städten optimiert, damit sie künftig noch mehr können als heute und noch relevanter werden.

Eine Minibank in der Postfiliale

Das Postnetz verhilft nicht nur uns zu mehr Kundennähe, sondern auch zahlreichen Partnern, zum Beispiel der Hypothekarbank Lenzburg. In unserer Filiale Aarau hat die Regionalbank einen separaten Beratungsbereich – eine Art Minibank – eingerichtet.

Text: Thomas Hügli Fotos: Loan Schläppi

Spätestens seit diesem Jahr weiss es die ganze Schweiz: Banking ist Vertrauenssache. Vertrauen bedeutet für die Hypothekarbank Lenzburg auch Präsenz vor Ort und Kundennähe – obschon die traditionsreiche Bank zuletzt vor allem mit digitalen Angeboten stark zugelegt hat.

«Vieles lässt sich aber nicht digitalisieren, etwa Empathie und Vertrauen», erklärt Roger Brechbühler, Direktor des Bereichs Privat- und Firmenkunden. Für die «Hypi», wie die Bank liebevoll genannt wird, heisst das: Will sie wachsen, braucht sie Präsenz an neuen Standorten.

Die Kantonshauptstadt Aarau etwa hatte die «Hypi» schon länger im Blick. Hier suchte sie einen Standort an zentraler Lage – und hat ihn in der Filiale der Post an der Bahnhofstrasse gefunden. Denn die Post ermöglicht



Unternehmen, in Filialen ihr Angebot zu präsentieren und Beratungen durchzuführen. Unsere Aarauer Filiale eignet sich mit ihrer hohen Frequenz ideal dafür.

Postmitarbeitende spielen Schlüsselrolle

Die «Hypi» hat dort Anfang Jahr einen separaten Beratungsbereich eingerichtet. «Wir wollen, dass unsere DNA spürbar ist», sagt Roger Brechbühler. «Für interessierte Personen soll es keine Rolle spielen, ob sie sich hier beraten lassen oder in einer unserer eigenen Filialen.»

Viele Beratungsgespräche drehen sich um Hypotheken, Anlagen, Vorsorgeplanung. Es kommen aber auch Kundinnen und Kunden mit kleinen Anliegen vorbei. Ausserhalb der Öffnungszeiten des «Hypi»-Bereichs nehmen die 18 Mitarbeitenden der Filiale die Kundenanliegen entgegen und leiten sie an die Bank weiter. Oder sie buchen für interessierte Personen direkt einen Beratungstermin.

Überhaupt spielen unsere Kolleginnen in der Aarauer Filiale eine zentrale Rolle. Sie machen ihre Kundschaft aktiv auf die «Hypi» aufmerksam. Dazu haben Filialleiterin Simone Oprandi und ihr Team Ansprechpunkte definiert – Situationen, in denen ein solcher Hinweis angezeigt ist: «Besucht uns zum Beispiel eine junge Familie mit Kindern, die sich vielleicht für ein Eigenheim und somit für eine Hypothek interessiert, bringen wir die «Hypi» ins Spiel.»

In unseren Filialen steckt mehr drin

Unter dem Titel «Hier steckt mehr drin – finanzielle Sicherheit in jeder Lebensphase» führen wir derzeit eine Kampagne durch, um auf die Partnerangebote in ausgewählten Filialen der Post aufmerksam zu machen. Teil davon sind neben der Hypothekbank Lenzburg auch die anderen Partnerunternehmen MigrosBank, Cornèr Bank, Sympany, Assura, AXA und SwissCaution sowie PostFinance.

Mehr über die Kampagne und unsere Partner erfährst du unter post.ch/finanzielle-sicherheit.

Filiale der Post wird zum Dienstleistungszentrum

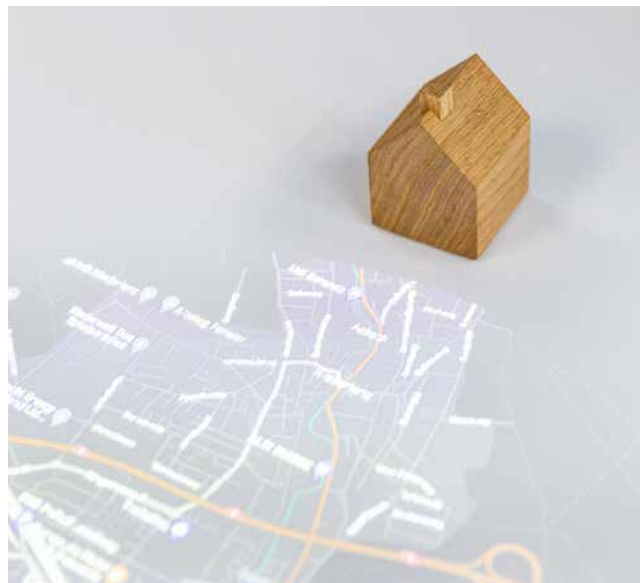
Besonders wichtig bei der Partnerschaft: Die Mitarbeitenden der Post müssen den Sinn dahinter erkennen. «Meine Mitarbeitenden verstehen: Unsere Partner tragen dazu bei, dass die Filiale auch in Zukunft gut ausgelastet ist», so Simone.

Wie die «Hypi» entscheiden sich immer mehr Unternehmen für eine Partnerpräsenz bei der Post. «Unsere Filialen entwickeln sich zu Dienstleistungszentren, in denen Kundinnen und Kunden verschiedene Geschäfte erledigen können», sagt Thomas Baur, Leiter PostNetz.

Für die Bank aus Lenzburg ist Aarau laut Roger Brechbühler möglicherweise erst der Startschuss: «Ende Jahr werten wir aus, wie unser neues Beratungsangebot genutzt wird. Bewährt es sich, sollen weitere Standorte dazukommen.»



Eine Win-win-Situation für beide, Simone Oprandi, Filialleiterin Aarau, und Fabrizio Castagna, Leiter Region Aarau bei der Hypothekbank Lenzburg.



Digitale Labyrinth vereinfachen

Unklare Anweisungen, ein verwirrender Aufbau, frustrierte Kundinnen und Kunden. Damit das nicht passiert, sorgt das UX-Team der Post für kundenfreundliche Onlinedienste. Zurzeit verpasst es dem Dienst «Meine Sendungen» einen neuen Anstrich.

Text: Ramona Schafer

Bist du schon mal vor einem Wegweiser gestanden und wusstest dennoch nicht, welcher Weg der richtige ist? Im übertragenen Sinn kann das auch online passieren: Wenn du in einem Onlinedienst zum Beispiel nicht weisst, welcher Button wohin führt oder was du als Nächstes machen musst.

Hier kommt das UX-Team der Post ins Spiel. UX steht für «User Experience»: Unsere Kundinnen und Kunden sollen die Onlinedienste der Post verstehen und bequem nutzen können. Dafür testen und verbessern die Mitglieder des UX-Teams unter anderem bestehende Dienste wie zum Beispiel «Meine Sendungen».

Befragungen haben ergeben: Das Design des gut zehnjährigen Onlinediensts «Meine Sendungen» ist mittlerweile veraltet. Zudem enthalten die Benachrichtigungen komplizierte Begriffe oder wichtige Informationen werden unklar dargestellt. Eine Projektgruppe aktualisiert deshalb zurzeit das Design, damit es übersichtlicher und aktueller daherkommt. Wichtige Informationen werden künftig prominenter dargestellt und besser strukturiert. Zudem vereinfacht die Projektgruppe die Texte und verzichtet dabei auf Begriffe, die unsere Kundinnen und Kunden nicht kennen.

Ob die Änderungen an «Meine Sendungen» tatsächlich kundenfreundlich sind, wird laufend durch Befragungen getestet. Auch nach der Veröffentlichung wertet das UX-Team Rückmeldungen von Kundinnen und Kunden aus und untersucht das Nutzungsverhalten. Das Ziel: zufriedene Kundinnen und Kunden durch verständliche und intuitiv nutzbare Onlinedienste. Damit kein Wegweiser mehr nötig ist.

Vertrauenssiegel? Check!

Oft müssen Nutzerinnen und Nutzer in der digitalen Welt einfach darauf vertrauen, dass ihre Daten sicher sind. Nicht bei der Post: Für unseren Onlinedienst «Meine Sendungen» haben wir das neu lancierte Digital Trust Label der Swiss Digital Initiative erhalten. Dabei wurden vier Dimensionen geprüft: Sicherheit, Datenschutz, Zuverlässigkeit und faire Interaktion.



1.

Welche Anekdote über Sepp Bienz, den Zusteller aus Hünenberg, ist frei erfunden?

- a) Einmal musste Sepp einen Sack Briefsendungen aus dem Altpapiercontainer retten.
- b) Sepp wurde zwar auf seinen Touren nie von einem Hund gebissen, aber einmal von einem Schaf.
- c) 1974 konnte Sepp nach nur drei Wochen Einführungskurs als Zusteller der Post loslegen.



2.

Andiast hat zwar nur 200 Einwohnerinnen und Einwohner, aber trotzdem eine Filiale mit Partner. Doch wo liegt das Dorf eigentlich?

- a) In der Surselva
- b) In der Leventina
- c) Im Ursental

Fotos: Loan Schläppi, Urs Graber

Was hat Sepp nicht alles erlebt ...!

Als Post schaffen wir Nähe – und zwar auf ganz unterschiedliche Weise. Davon erzählt diese Ausgabe des Pmag. Wenn auch du Nähe pflegen möchtest (zu deinen Liebsten oder auch nur zu den Behörden), dann mach mit bei unserem Quiz. Wir verlosen unter den Teilnehmerinnen und Teilnehmern fünf Ausgaben der Tolkien-Sonderbriefmarken mit Sujets aus der Fantasy-Welt des bekannten Herr-der-Ringe-Autors im Wert von je 17.60 Franken (mehr zu den Briefmarken erfährst du auf Seite 24). Die Antworten auf die Fragen findest du wie immer in den Beiträgen auf den vorangehenden Seiten

4.

Wofür steht UX?

- a) Unusual Expectations
- b) User Experience
- c) Useless Expedition

3.

Welches Unternehmen nutzt unsere Filialen (noch) nicht für mehr Kundennähe?

- a) Cornèr Bank
- b) Assura
- c) Swisscanto

Nimm am Quiz teil

Sende uns deine Lösung und deine Adresse an **redaktion@post.ch**. Einsendeschluss ist der 31. Oktober 2023. Es gelten die Wettbewerbsbedingungen auf Seite 39.



Lass es sprudeln

MIT EINZIGARTIGEN PREISEN
JETZT IM **MITARBEITERSHOP**

**40%
RABATT**



CHF **89.90**

**30%
RABATT**



CHF **69.90**

**38%
RABATT**



CHF **79.90**

HIER ZUM **SHOP**

Erhältlich bis 31.12.2023



postpourri

Wichtiges für dich



Der rote Teppich für Matthias

Matthias Keller ist begeisterter und erfolgreicher Leichtathlet. Diesen Sommer hat der Kollege, der uns im Rahmen von «Inklusion PostNetz» in der Filiale Sihlpost unterstützt, bei den Special Olympics World Games in Berlin abgeräumt: In drei Disziplinen stand Matthias am Start, in allen drei schaffte er es auf das Podest. Mit der 4×400-Meter-Staffel reichte es zu Silber und über 100 Meter zu Bronze. Ganz nach oben aufs Treppchen schaffte er es im Weitsprung. Wir ziehen den Hut vor dieser Leistung. Und nicht nur wir: Die Kolleginnen und Kollegen aus Zürich haben Matthias bei seiner Rückkehr gar den roten Teppich ausgerollt. (STÜ)

Jetzt für den Zukunftstag 2023 anmelden

Im Rahmen des Zukunftstags dürfen wir am 9. November 2023 wieder zahlreiche Kinder aus der ganzen Schweiz in unserer Post-Welt begrüßen. Bei der Post, bei PostAuto und PostFinance können Schülerinnen und Schüler der 5. bis 7. Klasse auf spielerische Art und Weise unsere gelbe Familie kennenlernen. (LS)

Bis am 1. November 2023 kannst du ein Kind oder mehrere Kinder für den Zukunftstag anmelden: post.ch/zukunftstag-2023

Gewinne eine Post-Spezialausgabe des «SPICK»



Das Schweizer Kinder- und Jugendmagazin «SPICK» erhebt und unterhält seit über 40 Jahren junge Köpfe mit hintergründigen Reportagen, aktuellen Themen und witzigen Basteltipps. Nun widmet das «schlaue Schülermagazin» eine ganze Ausgabe der Schweizerischen Post. Was die beiden SPICK-Maskottchen Karl Kiebitz und Flitz Flosch wohl bei uns alles erlebt haben? Gewinne eines von 15 Exemplaren und finde es heraus. (STÜ)

Schick bis zum 10. November ein Mail mit dem Betreff «SPICK» und deiner Adresse an redaktion@post.ch und nimm an der Verlosung teil.



“Politik ist mehr als wählen und abstimmen”

Viele rümpfen heute die Nase, wenn es um Politik geht. Nicht diese fünf Postmitarbeitenden. Sie wollen sogar in den Nationalrat.

Eine Kollegin und vier Kollegen haben sich auf den Aufruf im letzten Pmag gemeldet. Alle fünf stellen sich am 22. Oktober zur Wahl für den Nationalrat. Doch was fasziniert sie an der Politik? Wir stellen die fünf Kandidierenden vor, ohne damit eine Wahlempfehlung abzugeben.

1

Was fasziniert dich an der Politik?

2

Wie viel Zeit investierst du in die Politik und den Wahlkampf?

3

Wie wählst du am liebsten, per Brief, elektronisch oder an der Urne?



Tobias Lang
Sekretär der Konzernleitung
und (temporär) Mediensprecher
(GLP, Luzern)

1 Politik ist nicht einfach wählen und abstimmen. Die Politik prägt unseren Alltag und unsere Zukunft: das Schulangebot und die Arbeitsbedingungen, die Verkehrsinfrastruktur und die postalische Grundversorgung – das und noch viel mehr ist Politik! Die Themenbreite und die Relevanz faszinieren mich. Hier möchte ich mich einbringen – für heute und morgen.

2 Das ist sehr unterschiedlich. Aktuell sind es schon ein paar Stunden pro Woche.

3 Per Brief. Das wird sich aber schnell ändern, wenn E-Voting im Kanton Luzern möglich ist.



Alois Felder
Projektleiter Sicherheit bei IMS3
(Die Mitte, Aargau)

1 Die Erfahrungen aus meinen Kommissionstätigkeiten auf das politische Parkett zu bringen und so mit unseren demokratischen Mitteln an nachhaltigen Lösungen zu arbeiten. Das ist mein Antrieb, in der Politik tätig zu sein.

2 Rund 40 Stunden während des dreimonatigen Wahlkampfes.

3 Elektronisch.

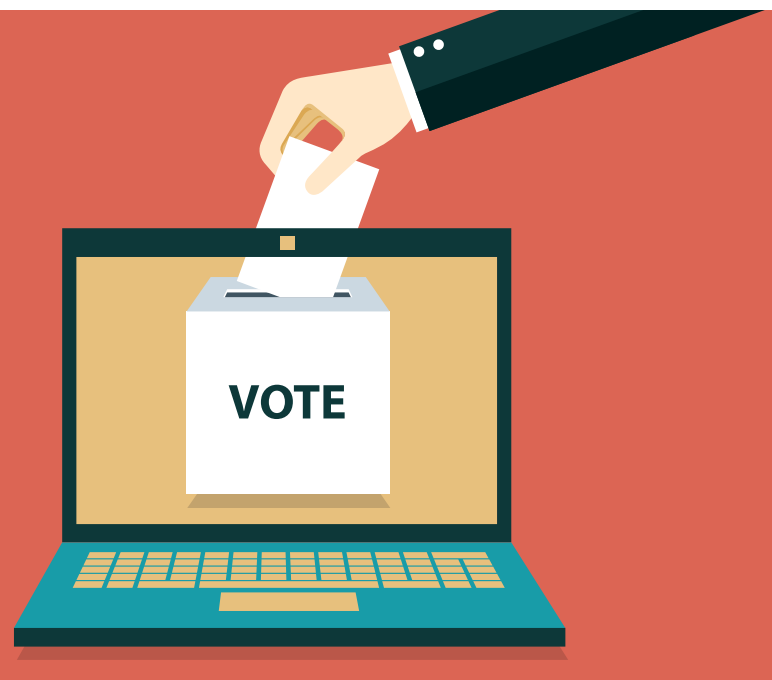


Luca Paltenghi
Compliance Officer bei PostFinance
(Avanti con Ticino&Lavoro, Tessin)

1 Politik ist von Kindesbeinen an meine Leidenschaft und mir gefällt es, meine Zeit und meine Fähigkeiten für die Lösung von konkreten Problemen in meinem Kanton und meiner Gemeinde einzusetzen.

2 Als Gemeinderat investiere ich wöchentlich mehrere Stunden in die Politik. Für diese Kampagne rechne ich nicht mit einem allzu grossen Aufwand.

3 Normalerweise muss ich bei Abstimmungen und für die Stimmenausszählung im Wahllokal anwesend sein, also wähle ich vor Ort.



Michael «Mike» Kaiser
Stellvertretender Teamleiter
in Küsnacht bei LS7
(Schweizer Demokraten, Zürich)

1 Mit der aktuellen politischen Situation bin ich unzufrieden. Deshalb ist der Zeitpunkt da, selbst in die Hosen zu steigen, um die Interessen der Bürgerinnen und Bürger volksnah zu vertreten und umzusetzen.

2 Wöchentlich fünf Stunden.

3 Natürlich per Brief.



Virginie Trchsel
Leiterin Innovation Management
Digital & Value Streams bei PF5
(FDP. Die Liberalen, Bern)

1 Die Möglichkeit, dass jede und jeder Einzelne sich für eigene Ideen und Werte einsetzen kann. In der politischen Arena geht es nicht nur um Macht, sondern um konstruktive Debatten und das Finden von Lösungen. Das Mitdiskutieren und gemeinsame Arbeiten zieht mich an.

2 Nach dem offiziellen Start im März drei bis vier Stunden pro Woche, später täglich vier bis fünf Stunden. In der Schlussphase noch mehr, doch wenn man seine Leidenschaft lebt, zählt die Zeit nicht!

3 In Bern steht die elektronische Wahl noch nicht zur Verfügung, daher per Brief.

22. Oktober

**Tipps und Tricks
rund ums Wählen**

Alle Infos zu den Wahlen erhaltet ihr über die folgenden Links:
web.post.ch/wahlen2023
www.ch.ch/wahlen2023

Wir machen Demokratie möglich

Rund 2000 Tonnen Wahlmaterial hat die Post für die eidgenössischen Wahlen vom 22. Oktober transportiert. In der Regel wählen um die 90 Prozent der Stimmenden per Brief. Damit sind unsere Dienstleistungen eine wichtige Stütze der Demokratie.

Bereits im 17. Jahrhundert konnten in der Stadt St. Gallen zum Beispiel Kranke per Brief abstimmen. Die Briefwahl für alle und ohne dass die Stimmberechtigten dafür einen Antrag stellen mussten, führten erste Kantone aber erst Ende der 1970er-Jahre ein – der Kanton Tessin als letzter sogar erst 2015.

2023 steht der nächste wichtige Schritt für die Post und die Schweizer Demokratie an: Unser E-Voting-System kommt nach eingehender Prüfung erstmals bei eidgenössischen Wahlen zum Einsatz. Der Bundesrat hat im August den Kantonen Basel-Stadt, St. Gallen und Thurgau die entsprechende Bewilligung erteilt.

Die Post ist Partnerin des Projekts Digitalisierungsmonitor

Über die Plattform smartvote können Kandidierende ihre Haltung zu verschiedenen Themen darlegen, was Transparenz schafft und den Wählenden eine neutrale Orientierungshilfe bietet. Mit dem Digitalisierungsmonitor können die Bürgerinnen und Bürger zudem neu die Standpunkte der Kandidierenden im Bereich Digitalpolitik kennenlernen. So erfahren sie zum Beispiel, wie diese zu E-Voting, Cybersecurity und dem elektronischen Patientendossier stehen. Alles Fragen, die auch für die Post von grossem Interesse sind, weshalb wir das Projekt als Partnerin unterstützen.
digitalmonitor23.smartvote.ch

Im Bann des Rings

Kim Haldemann arbeitet im Sponsoring der Post und ist Fan der legendären Werke von J. R. R. Tolkien. Entsprechend freut sie sich auf die neuen Sonderbriefmarken zu Ehren des Fantasy-Autors.



Eigentlich ist die Geschichte banal: Ein Bösewicht will mit einem Zauberring die Welt erobern; ein Held soll das vereiteln (Spoiler: Es gelingt ihm). Und doch zieht «Der Herr der Ringe» viele in seinen Bann. Auch Kim Haldemann.

Die Kollegin vom Sponsoring-Team ist fasziniert von der Komplexität und Tiefe von Tolkiens wegweisender Trilogie: Jedes Volk in Mittelerde hat seine eigene Geschichte, Sprache und Religion. Auch hat der Autor viele Charaktere nicht einfach gut oder böse, sondern ambivalent geschaffen.

Erstmals Kontakt mit dieser vielschichtigen Welt hatte Kim über die Verfilmungen von Regisseur Peter Jackson. Sie, ein Freund und mehrere Freundinnen wurden zu Fans. Aber nicht zu «Die Filme find ich gut»-Fans, sondern zu «Wir veranstalten elfenhalbstündige Filmmarathons und lassen uns ein Herr-der-Ringe-Tattoo stechen»-Fans. «Wir haben uns alle das Amulett der Elbin Arwen als Zeichen unserer Freundschaft tätowieren lassen», sagt Kim, die in ihrer Freizeit selbst Schmuckringe schmiedet.

Trotz der kriegerischen Handlung der Bücher, die Kim mittlerweile alle mehrfach gelesen hat, geht es in den Geschichten auch um Liebe, Treue und Hoffnung.

Eine von Kims Lieblingsszenen: Als die beiden Protagonisten, Frodo und Sam, auf ihrer Mission trotz Hunger und geringer Erfolgschancen Proviant für den Rückweg sparen. «Die Kernbotschaft ist: Egal wie aussichtslos die Lage ist, du darfst die Hoffnung nie aufgeben.» (STÜ)

Die Tolkien-Briefmarken

150 Millionen Mal wurde «Der Herr der Ringe» bisher verkauft. Die Trilogie von J. R. R. Tolkien gehört damit zu den erfolgreichsten literarischen Werken überhaupt. Zu Ehren des Autors hat die Post 50 Jahre nach dessen Tod eine Briefmarkenserie herausgegeben. Gestaltet wurde sie vom in Neuenburg lebenden, bekannten Künstler John Howe. Die Marken sind seit September unter postshop.ch erhältlich – oder im Quiz auf Seite 19 zu gewinnen.



Foto: Kim Haldemann



2ndLife – ein zweites Leben für Postfahrzeuge

Werksrevidierte KYBURZ DXP mit Garantie ab CHF 8'500.–

www.kyburz-switzerland.ch



p_{mag.} 25

754 neue Lernende

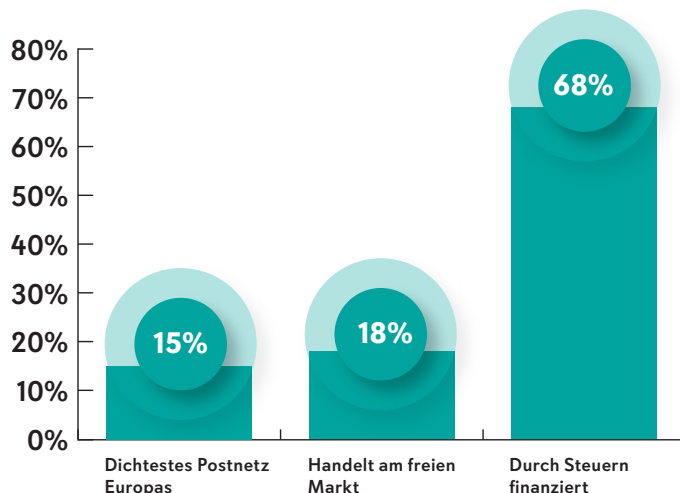
haben am 1. August ihre Ausbildung bei uns begonnen. Herzlich willkommen! Wir wünschen euch viel Erfolg in eurem neuen Lebensabschnitt in der «gelben Welt». Übrigens: Fürs nächste Jahr haben wir sogar noch mehr Ausbildungsplätze ausgeschrieben, nämlich 808.



Wir fragen auf Social Media

Klar, jede und jeder in der Schweiz kennt die Post. Aber wie gut kennt man uns wirklich? Auf der Social-Media-Plattform LinkedIn wollten wir von unserer Community wissen:

Welche Aussage zur Post ist falsch?



Ja, wir haben das dichteste Postnetz Europas und wir handeln zum allergrössten Teil am freien Markt. Falsch ist dagegen, dass wir durch Steuern finanziert sind.



Datenschutz: Was macht die Post mit meinen Daten?

In unserer Arbeitswelt gewinnen Daten an Bedeutung. Das neue Datenschutzgesetz ebnet den Weg für eine verantwortungsbewusste und transparente Datennutzung.

Ab September gilt das neue Datenschutzgesetz. Neu sind umfassendere Transparenzpflichten, wenn Personendaten bearbeitet werden. Das betrifft nicht nur Kundendaten, sondern auch die Daten der Mitarbeitenden selbst. Wir haben das zum Anlass genommen, in einer Datenschutzerklärung darüber zu informieren, wie und wozu wir deine Personendaten bearbeiten.



Hier findest du mehr Infos.



Anspruchsvolles erstes Halbjahr

Die Halbjahreszahlen zeigen: 2023 ist für uns ein finanziell anspruchsvolles Jahr. Für CEO Roberto Cirillo sind wir in der Umsetzung der Strategie Post von morgen aber «gut auf Kurs».



Im Interview ordnet der Leiter Logistik-Services Johannes Cramer das Ergebnis aus Sicht unseres grössten Bereichs ein.

Unser Engagement für mehr Lohnungleichheit zahlt sich aus



Die Post setzt sich für Gleichstellung ein. Das gilt auch für die Lohnungleichheit zwischen Frauen und Männern. Deshalb lassen wir die Lohnungleichheit regelmässig mit der Logib-Studie des Bundes analysieren und das Ergebnis alle zwei Jahre von einem externen Unternehmen auf Korrektheit prüfen. Die aktuelle Auswertung basiert auf den Lohndaten von April 2023. Wir schneiden gut ab:

- Der Wert der unerklärbaren Lohndifferenzen zwischen Frauen und Männern liegt **in allen Unternehmensbereichen** unter dem vom Bund akzeptierten Toleranzwert von 5 Prozent.
- **Logistik-Services** und **PostAuto** weisen ausserordentlich gute Werte von –0,3 Prozent aus (unerklärbare Lohndifferenz zuungunsten der Frauen). Damit ist die Lohnungleichheit bei der Hälfte der Mitarbeitenden der Post praktisch erreicht.

- **IMS** konnte mit gezielten Massnahmen den Wert um 5,6 Prozentpunkte auf –3,3 Prozent verbessern.
- Die Lohnungleichheit ist bei **PostFinance** um 0,8 Prozentpunkte gestiegen. Dabei handelt es sich um eine normale Schwankung. Nach wie vor weist PostFinance mit –3,1 Prozent einen sehr guten Wert aus.

Damit die unerklärbare Lohndifferenz weiter schwindet, setzen wir unter anderem auf die Meldestelle PostCourage und eine klare, transparente Lohnsystematik. Zudem weisen wir seit Juni die Lohnspanne in GAV-Stellenausschreibungen aus. (JG)



Mehr Infos:

Was ist dein Lieblingshelvetismus?

«Trottoir», «über die Bücher gehen» oder «Nüsslisalat»: Das sind Beispiele für Helvetismen. Helvetismen sind typisch schweizerische Wörter oder Ausdrücke des Deutschen, Französischen und Italienischen. Sie stehen – anders als reine Dialektausdrücke – in standardsprachlichen Wörterbüchern. Oft sind Helvetismen von den anderen Landessprachen beeinflusst. Am Hauptsitz der Post in Bern hast du bald die Gelegenheit, mehr über dieses Thema zu erfahren: Die Wanderausstellung «Helvetismen – Sprachspezialitäten» macht vom 27. September bis 26. Oktober 2023 Halt im EspacePost (Erdgeschoss) – das erste Mal in einem Unternehmen. Das passt gut, denn die Post setzt sich für sprachliche Vielfalt ein. Der Eintritt in die Ausstellung ist frei. (SS)

Gewinne einen Korb mit regionalen Spezialitäten

Schick uns deinen Lieblingshelvetismus bis **26. Oktober 2023** per Mail an redaktion@post.ch und nimm an der **Verlosung von drei Geschenkkörben «Grands Sites du Goût»** mit typischen Produkten aus der ganzen Schweiz teil. In der nächsten Ausgabe des Pmag stellen wir einige der eingesandten Lieblingshelvetismen vor.



Operation am offenen Herzen der Post

Die Sortieranlagen sind das Herzstück der Paket- und Briefverarbeitung. Wenn sie ausfallen, haben wir ein ernsthaftes Problem. Daniel Schnyder und sein Team sorgen dafür, dass es nicht so weit kommt..

Text: Mischa Stünzi

Glücklich schaut Daniel Schnyder zu, wie die Sorterwagen im Paketzentrum Daillens ihre Runden drehen: «Das hat etwas Meditatives.» Er ist unter anderem verantwortlich für die Wartung der Wagen, die täglich Tausende Pakete durch die riesige Halle befördern und im rechten Moment auf die passende Rutsche kippen. Noch vor wenigen Wochen war Dani, wie ihn seine Kolleginnen und Kollegen nennen, beim Gedanken an die anstehende Revision nicht ganz so ruhig.

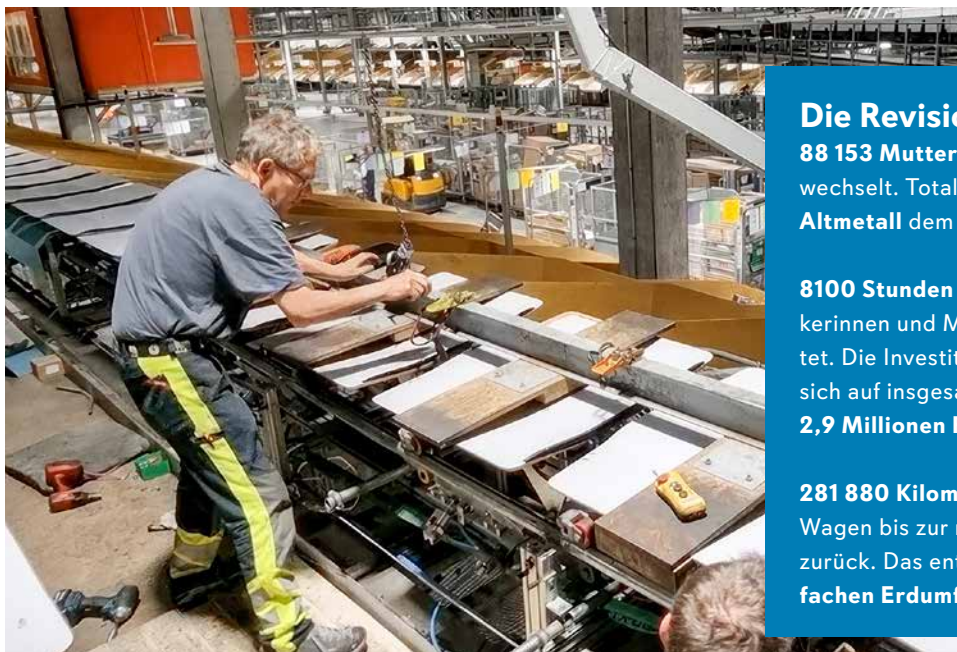
Die Sortieranlagen in unseren Paketzentren sind ein Herzstück der Post. Um Zwischenfälle wie Materialbrüche zu vermeiden und die Anlagen zu optimieren, findet ca. alle zehn Jahre eine Revision der Sorterwagen statt. Man sieht den Wagen die geleistete Arbeit an, wenn sie für die

Unterhaltsarbeiten von den Trasseerohren geholt werden: Ölig und staubig ist die Mechanik, einzelne Teile haben Risse oder sind verbogen.

Ein Zeitfenster von zwei Stunden

Zwei Stunden steht die Anlage in Daillens nachts still. So lange haben die Mechanikerinnen und Mechaniker unter der Woche Zeit, Wagen aus der Anlage zu heben und jene, die sie tags zuvor revidiert haben, wieder in die 700 Meter lange Kette aus Sorterwagen einzubauen und auf den Zehntelmillimeter genau zu justieren. Wenn um 6 Uhr die Kolleginnen und Kollegen der Sortierung ihre Schicht antreten, muss alles wieder laufen.

Das enge Zeitfenster war aber nicht, was Dani Sorgen bereitete. Ihn beschäftigten vor allem Lieferprobleme bei den bestellten Ersatzteilen. Die beauftragten Lieferanten hatten mit Engpässen bei den Rohstoffen zu kämpfen, und in den USA ist gar ein Lastwagen mit Ersatzteilen ausgebrannt. Das führte zu Verzögerungen bei den Revisionen. Der Innerschweizer und ein Team aus externen Mechanikerinnen und Mechanikern haben trotzdem ganze Arbeit geleistet und die Revision der insgesamt 6781 Wagen in Daillens, Härkingen und Frauenfeld pünktlich abgeschlossen.



Die Revision in Zahlen

88 153 Muttern wurden ausgetauscht. Total wurden **5,4 Tonnen Altmittel** dem Recycling zugeführt.

8100 Stunden haben die Mechanikerinnen und Mechaniker gearbeitet. Die Investitionskosten beliefen sich auf insgesamt **2,9 Millionen Franken**.

281 880 Kilometer legt ein Wagen bis zur nächsten Revision zurück. Das entspricht dem **siebenfachen Erdumfang**.



“Vermehrt verkaufen wir auch Elektroautos”

Roger Dähler,
Leiter Remarketing

Post Company Cars verkauft jedes Jahr 2500 Occasionsfahrzeuge – auch an Mitarbeitende. Der Hit sind ausrangierte Paketlieferwagen. Beliebt sind auch Autos mit Elektroantrieb.

Text: Reto von Arx

Hast du gewusst, dass wir im Berner Stöckacker ein Occasionscenter mit sechs Mitarbeitenden betreiben, das jährlich rund 2500 Fahrzeuge verkauft? Der Grund: Für viele Kundinnen und Kunden finanziert die Flottendienstleisterin Post Company Cars (CompCar) die Fahrzeuge. Nach Ablauf der Vertragsdauer kommen diese zu CompCar zurück, die sie dann an Private und Händler verkauft.

Die Palette der Occasionen ist breit und reicht vom Kleinwagen über den Elektro-SUV bis hin zum Dreiradroller, Lieferwagen und sogar LKW. «Vermehrt bieten wir auch Elektrofahrzeuge in allen gängigen Kategorien an», sagt Roger Dähler, Leiter Remarketing.

Es gibt einen klaren Bestseller

Neben Fahrzeugen von externen Kundinnen und Kunden kommen jährlich auch mehrere Hundert Post-Fahrzeuge zu CompCar zurück. Es ist vertraglich geregelt, dass der Importeur einen grossen Teil zurücknimmt – zum Beispiel die AMAG für Fahrzeuge aus dem VW-Konzern. Einen Teil verkauft das Occasionscenter aber am Markt. Darunter gibt es einen Bestseller: «Die gelben Lieferwagen des Paketzustellpersonals sind sehr gefragt. Viele unserer Käuferinnen und Käufer bauen diese zum Camping-Fahrzeug um», weiss Roger.

Mitarbeiterrabatte gibts wegen des bereits sehr guten Preis-Leistungs-Verhältnisses nicht, doch: «Jährlich kaufen rund 35 Kolleginnen und Kollegen ein Auto bei uns – Tendenz steigend. Jedes Fahrzeug lassen wir von einer neutralen Fachperson begutachten, und wir haben dadurch eine perfekte Dokumentation des Ist-Zustands. Kurzum: Die Käuferinnen und Käufer können von uns nichts weniger als erstklassige Occasionsfahrzeuge erwarten», ist Roger Dähler überzeugt.

Öffnungszeiten und Kontaktdaten für eine Probefahrt findest du unter postcompanycars.post.ch/occasionen.

Warum öV fahren teurer wird

Erstmals seit sieben Jahren steigen ab dem Fahrplanwechsel vom 10. Dezember 2023 die Tarife im öffentlichen Verkehr. Damit will die Branche gestiegene Kosten – beispielsweise für Energie – sowie die aufgelaufene Teuerung der letzten Jahre ausgleichen. Im nationalen

Verkehr beträgt die Anpassung durchschnittlich 3,7 Prozent. Die Tarifierungen in den Tarifverbunden fallen unterschiedlich aus. PostAuto ist sowohl in Tarifverbunden als auch in Gebieten mit Tarifen gemäss dem nationalen Verkehr unterwegs. (ubi)



Innovatorin

Flexibler pendeln

Wie fährst du zur Arbeit? Mit dem Zug? Mit dem Auto? Mit dem Velo? Fürs Klima fällt dieser Entscheid bei einem Grossunternehmen wie der Post ganz schön ins Gewicht: Schweizweit werden aktuell 55 Prozent der Pendlerstrecken mit dem Auto zurückgelegt. Nun animiert uns eine Innovation dazu, neue Verkehrsmittel auszuprobieren: Mobilitäts-Services arbeitet an der Entwicklung eines Mobilitätsbudgets, das Pendlerinnen und Pendler individuell für Tickets für den öffentlichen Verkehr, Carsharing, Trottnett- und Velomiete sowie für Park and Rail einsetzen können. Im Mai und Juni fand ein erster Test statt. Unsere Innovatorin Meropi Nassikas verantwortet das Projekt. Im Video verrät sie, was die ersten Erkenntnisse sind. (TH)



Scanne den QR-Code und erfahre mehr über die Innovation des Monats.

Valuu und CredEx gehen zusammen

PostFinance beteiligt sich an der Credit Exchange AG (CredEx) und nimmt Einsitz im Verwaltungsrat. Mit dem neuen Refinanzierungspartner CredEx will sie ihr Hypothekenvolumen weiter steigern. Zudem bringt sie ihre Vergleichs- und Abschlussplattform Valuu bei der CredEx ein. Durch den Zusammenschluss der beiden Parteien werden maximale Synergieeffekte erzielt.



Partnerschaft mit Sanitas

PostFinance und Sanitas sind eine Partnerschaft eingegangen. Damit kann PostFinance ihr Angebot in der Finanz- und Vorsorgeberatung erweitern. Das Angebot an Krankenversicherungslösungen fügt sich optimal in die bestehende Gesamtberatung ein. Die Zusammenarbeit wird bis Ende 2023 an allen PostFinance-Standorten ausgerollt. (KB)



Top Scorer im Frauen-Eishockey

Was vom Männer-Eishockey bekannt ist, wurde nun auch in der PostFinance Women's League eingeführt: die PostFinance Top Scorer. Damit unterstützt PostFinance gezielt den Eishockeynachwuchs – mit insgesamt 150 000 Franken pro Saison. Der Betrag wird gleichmässig auf die acht Teams aufgeteilt. PostFinance ist seit der Saison 2022/2023 Hauptpartnerin der höchsten Liga im Schweizer Frauen-Eishockey und setzt sich so gezielt für Gleichberechtigung und Chancengleichheit auch im Eishockey ein. (KB)

Finance Boost

«Liebe Finance Booster, ich Sorge mit meinem 3a-Konto fürs Alter vor und spare gleichzeitig Steuern. Das geht ganz einfach. Oder übersehe ich etwas?»

Das Vorsorgekonto 3a ist eine einfache und sinnvolle Möglichkeit der Altersvorsorge. Jahr für Jahr entscheidest du, ob und wie viel du darauf einzahlst. Der Maximalbetrag liegt 2023 bei 7056 Franken für Erwerbstätige, die bei einer Pensionskasse versichert sind – also z. B. für Angestellte der Post.

Du sparst aber nicht nur für die Zukunft, sondern auch mehrfach Steuern: Die einbezahlten Beiträge kannst du vom steuerbaren Einkommen abziehen und bei der Auszahlung profitierst du von einem reduzierten Steuersatz. Zudem sind die Zinsen einkommens- und verrechnungssteuerfrei, und es wird keine Vermögenssteuer auf das Guthaben erhoben.

Wenn deine Pension noch in weiter Ferne liegt, kann es sich lohnen, dein 3a-Guthaben in Vorsorgefonds anzulegen. Vielleicht denkst du jetzt noch nicht ans Alter, aber möchtest dich einmal selbstständig machen, Wohneigentum erwerben, deine Hypothek amortisieren oder auswandern? Auch dafür kannst du deine 3a-Gelder verwenden.



Tino Staub, Customer Journey Owner Vorsorgekonto 3a bei PostFinance

Tipp: Du kannst deine Personalgutscheine für Einzahlungen auf dein PostFinance Vorsorgekonto 3a nutzen.

Du hast ein Anliegen zu Anlagen? Eine Frage zur Finanzlage? Oder Sorgen wegen der Vorsorge? An dieser Stelle beantworten neu Expertinnen und Experten von PostFinance **deine Finanzfragen** und geben **wertvolle Tipps** rund ums Geld. Gerne kannst du uns deine Fragen an redaktion@post.ch schicken.

Geld anlegen und Verantwortung übernehmen

Erfolgsmeldung: Im Rahmen der Corporate-Responsibility-Strategie erreicht PostFinance vorzeitig ihre Nachhaltigkeitsziele im Anlagegeschäft. Bei nachhaltig ausgerichteten Geldanlagen zählen nicht nur Rentabilität, Liquidität und Sicherheit, sondern zusätzlich ökologische, soziale und ethische Kriterien – das «ESG Rating». ESG steht für Environment (Ökologie), Social (Soziales) und Governance (verantwortungsvolle Unternehmensführung).

Im Bereich Anlegen wurden die Meilensteine, die für 2024 geplant waren, bereits im Herbst 2022 erreicht. So sind nun schon zwei Drittel aller PostFinance Fonds, Anlagelösungen und Vorsorgefonds (gemessen am Volumen) nach ESG-Kriterien ausgezeichnet. Das vorzeitige Erreichen der Ziele bedeutet jedoch nicht, dass wir die Bemühungen einstellen. Das neue, hoch gesteckte Ziel für 2024 ist, 80 Prozent aller Anlagelösungen und Fonds nach ESG-Standards zu gestalten. (KB)



Wissen für alle!

Wie aktiviere ich M365 auf meinem Smartphone?
Was ist ARIBA und wo finde ich es im Intranet?
Wo finde ich das Passwort für WLAN-Access?

Das sind die drei am häufigsten gelesenen Fragen auf unserer internen Wissensplattform «Starmind». Egal, ob du diese beantworten kannst oder nicht: Gehe jetzt auf «Starmind» und hilf deinen Kolleginnen und Kollegen mit deinem Wissen in deinem Fachgebiet, stelle selbst Fragen oder finde passende Antworten auf bereits gestellte Fragen. Denn auf «Starmind» lernen wir alle voneinander und profitieren vom kollektiven Wissen innerhalb der Post. (JG) post.starmind.com

A woman with long brown hair, wearing a blue long-sleeved shirt, a tan quilted vest, and light-colored pants, stands on a wooden deck. She is smiling and looking down at a large, fluffy brown dog lying on the deck. To her right, a small white dog with brown spots is standing. In the foreground, two Shiba Inu dogs are sitting on the grass, and a black and white dog is lying down. A blue and black rope toy is on the deck. In the background, there are green trees and a green fence.

CHF 100.–
geschenkt

Dieses Konto könnte Tieren ein Zuhause geben.

CHF 100.– behalten oder spenden.
Ist doch ganz normal.

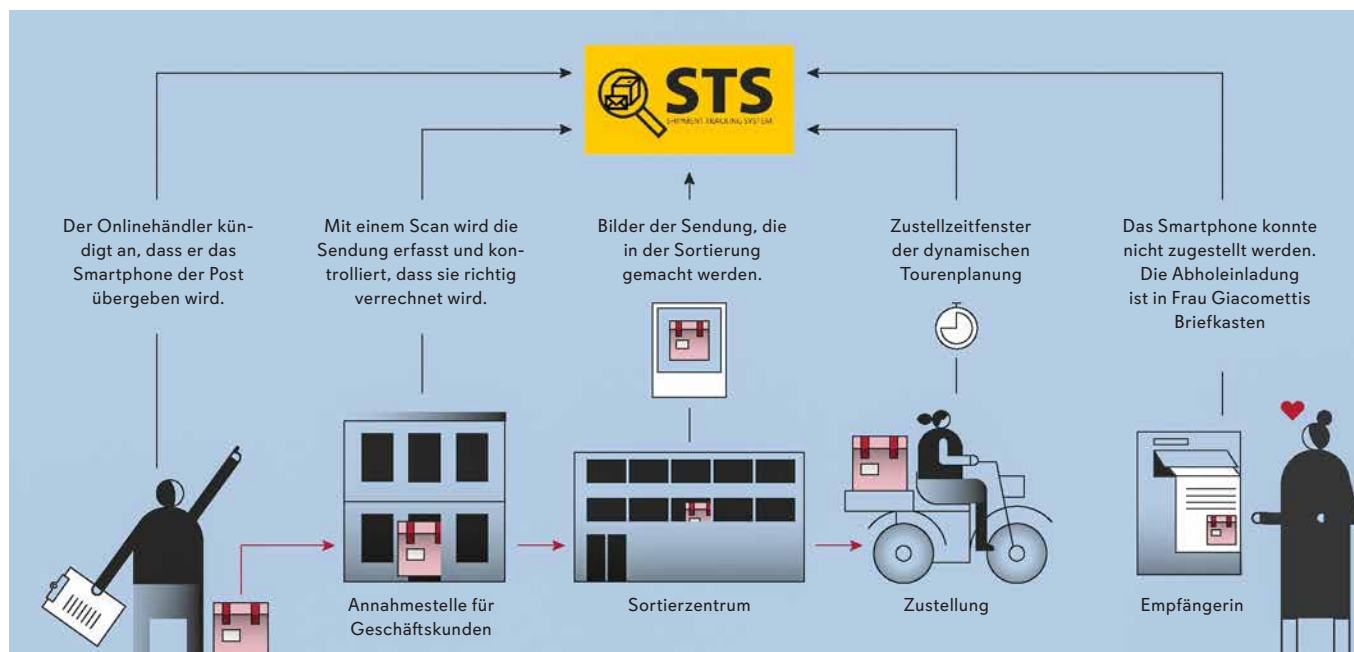
Einfach Kund:in werden:

postfinance.ch/neu

PostFinance 

Ein Tool vereinfacht die Arbeit für über 20 000 Mitarbeitende

Wer Informationen zu Paketen und Briefen mit Barcode erfasst oder sucht, braucht dafür drei Tools – künftig reicht eines: Das Shipment Tracking System – kurz STS – wird ab 2025 in vielen Bereichen den Arbeitsalltag erleichtern. Wie, erzählen drei Mitarbeitende anhand eines fiktiven Beispiels.



Im erfundenen Beispiel bestellt Bettina Giacometti online ein Smartphone. Hier siehst du eine Auswahl der Infos, die dazu in STS abrufbar wären. Im Tool, das 2025 eingeführt wird, werden aber noch viel mehr Informationen zu finden sein.

Mehr erfahren zur Einführung von STS



Fallbeispiel 1

Bettina Giacometti ruft beim Kundendienst an. Sie hat ein Smartphone bestellt und will wissen, wann es bei ihr eintreffen wird.



Magali Wymann
Contact Center

«Um einer Kundin wie Frau Giacometti Auskunft zu geben, muss ich heute oft zwischen den drei Tools BMZ, PINS und PBS wechseln. Ich freue mich, dass wir mit STS alles in einem Tool finden werden.»

Fallbeispiel 2

Der Onlinehändler gibt das Smartphone am Geschäftskundenschalter ab.



Besnik Hamidi,
Geschäftskundenschalter

«Um sicherzustellen, dass der Händler die Leistung der Post reibungslos bezahlen kann, muss ich heute zweimal scannen: einmal, um die Barcodeliste zu erfassen; einmal, um zu prüfen, ob die Sendung bezahlt ist. Mit STS wird ein Scan reichen.»

Fallbeispiel 3

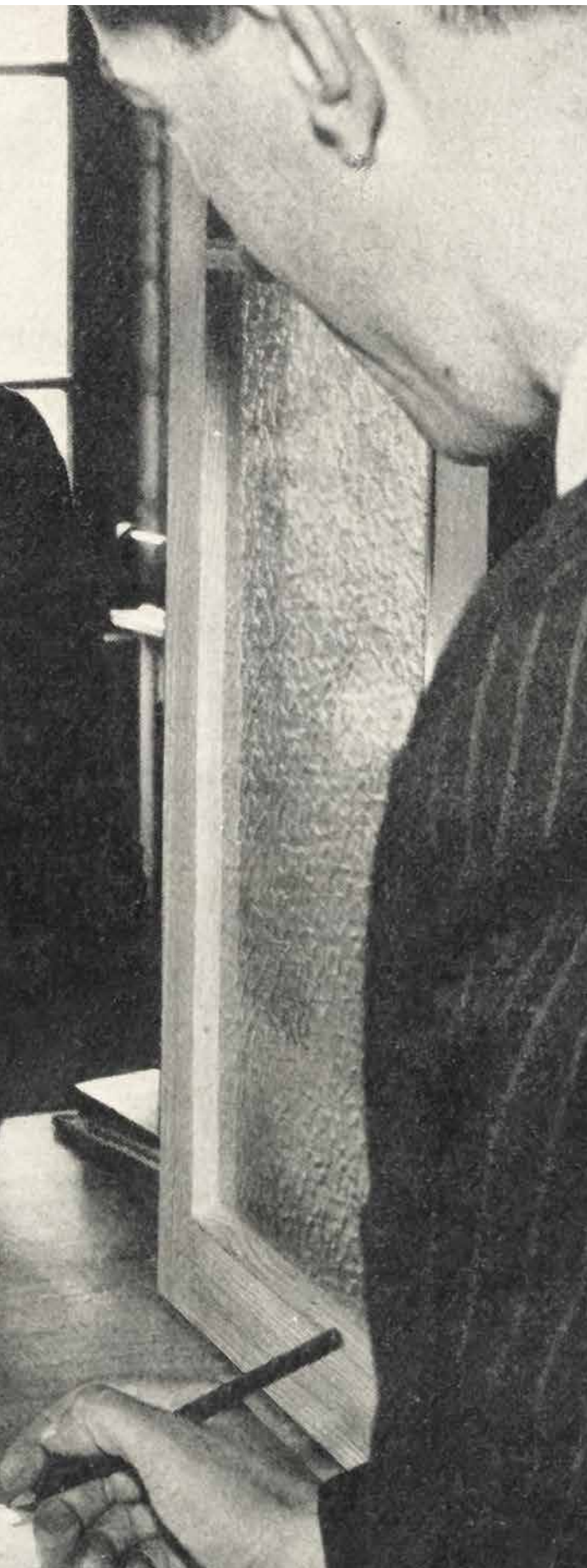
Bettina Giacometti kommt an den Schalter der Post. Sie hat die Abholungseinladung vergessen und kann deshalb das Smartphone, das im My Post 24-Automaten für sie bereitliegt, nicht herausnehmen.



Nadine Wittwer
Filiale Langnau

«Heute muss ich aus der Filiale raus zum Automaten und für die Kundin oder den Kunden die Sendung herausholen. Mit STS werde ich die Abholungseinladung ausdrucken können und die Kundin oder der Kunde kann das Paket selbst abholen.»





Damals

(1958)

Kunden und Kinder

Multitasking vor 65 Jahren: In einer Ausgabe der PTT-Zeitung aus dem Jahr 1958 wurden «Frauenberufe» bei der Post vorgestellt – zum Beispiel der Beruf der Posthalterin. Das Bild zeigt eine von damals 674 amtierenden Posthalterinnen. Sie bedient einen Kunden am Schalter, während ihre Kinder im Hintergrund spielen. Im Text dazu heisst es: «Auf dem Lande und in Berggegenden werden die Poststellen vielfach von Frauen geführt. Oft versehen sie diesen wichtigen Dienst neben ihren Pflichten als Hausfrau und Mutter.» In anderen Bereichen der Post war es Frauen kaum möglich, eine leitende Funktion auszuüben – oder überhaupt ihre Anstellung zu behalten, nachdem sie geheiratet hatten.

Text: Susanna Stalder Foto: PTT-Archiv

Impressum

Herausgeberin

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

Chefredaktion

Mischa Stünzi (STÜ)

Art Director / Visuelles Konzept

Dieter Rössli

Redaktion

Ludovic Cuany (LC), Gabriel Ehrbar (GE), Carmen Fusco (CF), Fredy Gasser (FG), Janina Gassner (JG), Sandra Gonseth (SG), Thomas Häusermann (TH), Florence Herndl (FH), Claudia Iraoui (CI), Stefan Kern (SK), Sarah Meyer (SM), Sasa Rasic (SR), Leona Sager, Ramona Schafer (RS), Ines Schumacher (ISW), Susanna Stalder (SS), Magalie Terre (MT), Günseli Ünlü (GÜ)

Layout

Kathrin Bänziger, Kaspar Eigensatz, Natalie Fankhauser

Mitwirkende

Katja Bauder, Urs Bloch, Romy Blümel, Doreen Borsutzki, Adrian Brand, Melanie Eberhard, Urs Graber, Tom Huber, Thomas Hügli, Katharina Merkle (KLE), Joan Minder, Diana Pavlicek, Loan Schläppi, Jonas Schneiter, Timon Stuber, Typopress Bern AG, Reto von Arx, Markus Williner

Übersetzung und Korrektorat

Sprachdienst Post

Anzeigen

FACHMEDIEN – Zürichsee Werbe AG
8712 Stäfa
martin.traber@fachmedien.ch
044 928 56 09

Druck

CH Media Print AG, Aarau

Cover-Foto

Remo Stalder

Auflage

Deutsche Ausgabe: 53 300 Ex.
Französische Ausgabe: 16 500 Ex.
Italienische Ausgabe: 5200 Ex.
Total: 75 000 Ex.

Nachdruck mit schriftlicher Einwilligung der Redaktion gestattet. Abos und Adressänderungen

Aktivpersonal:
PostWeb (HR-Portal > Persönliche Daten), bei den zuständigen HR-Services (gemäss Lohnabrechnung) oder unter hrservices@post.ch
Rentenbezüger:
Schriftlich an Pensionskasse Post, Viktoriastrasse 72, Postfach, 3000 Bern 22
Andere Abonnenten:
E-Mail: abo@post.ch,
Tel. 058 338 20 61

Wichtige Adressen

Sozialberatung, Laufbahnzentrum:
058 341 40 40
gesundheitundsoziales@post.ch
Personalfonds Post:
personalfondspost.ch

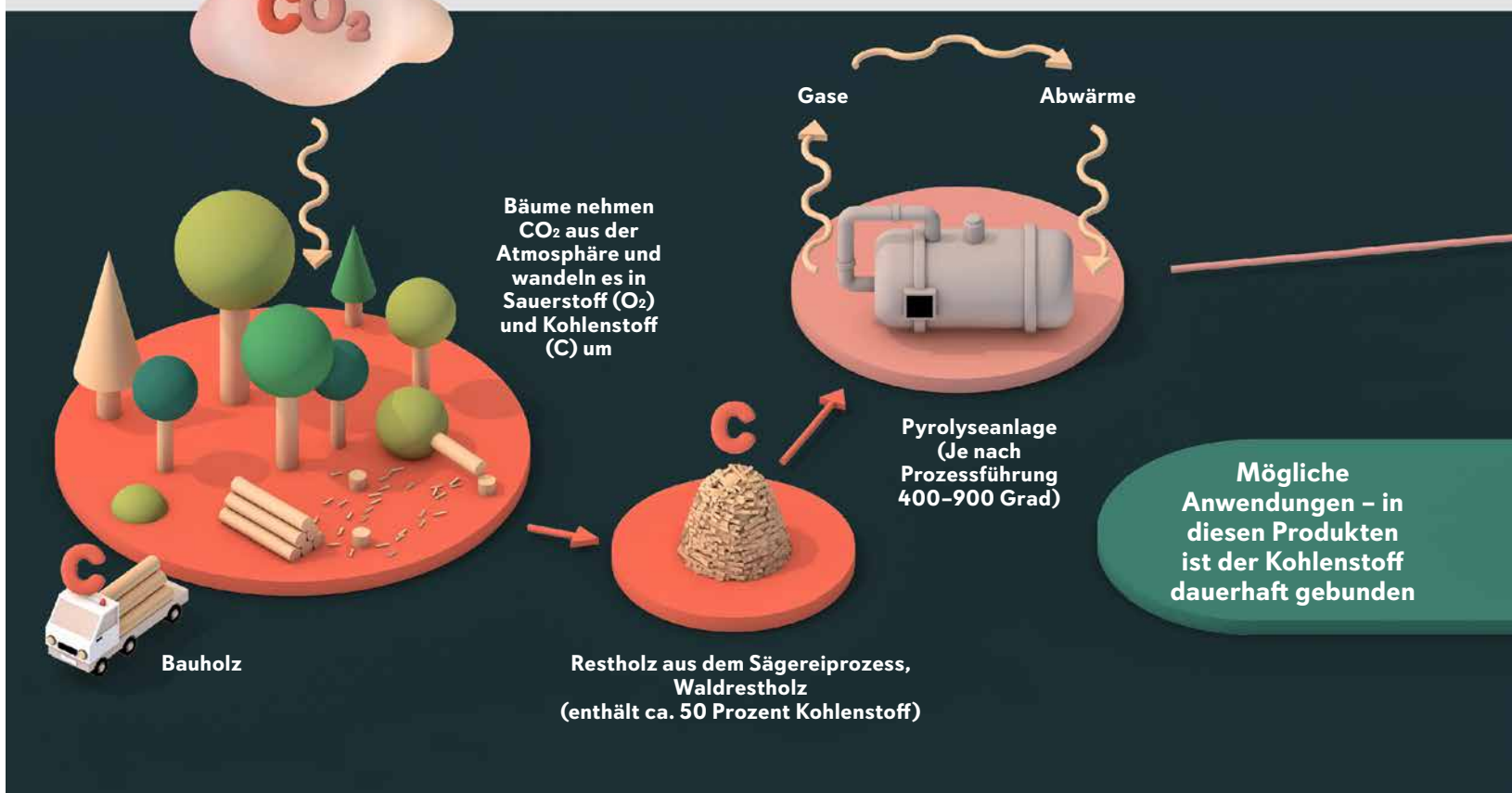
Wettbewerbsbedingungen

Sofern nichts anderes vermerkt, gelten für die Wettbewerbe im Pmag folgende Bedingungen: Gewinnberechtigt sind nur Mitarbeitende der Schweizerischen Post. Die Gewinnerinnen und Gewinner werden durch die Redaktion ausgelost und informiert. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Es wird keine Korrespondenz geführt.

gedruckt in der
schweiz

Wir wollen deine Fotos!

Schicke uns für diese Seiten historische Fotos aus deinem Arbeitsleben bei der Post. Bitte mit Vermerk «Archivperle» an redaktion@post.ch.



CO_2 einfach einmauern

Seit Kurzem wird in Maienfeld ein innovativer und CO_2 -neutraler Klimabeton hergestellt. Der Schlüssel dazu ist Pflanzenkohle – ein vielversprechendes Material, das der Atmosphäre dauerhaft CO_2 entzieht. Das nutzt die Post, um ihre nicht vermeidbaren CO_2 -Emissionen zu neutralisieren.

Text: Günseli Ünlü Illustration: Doreen Borsutzki

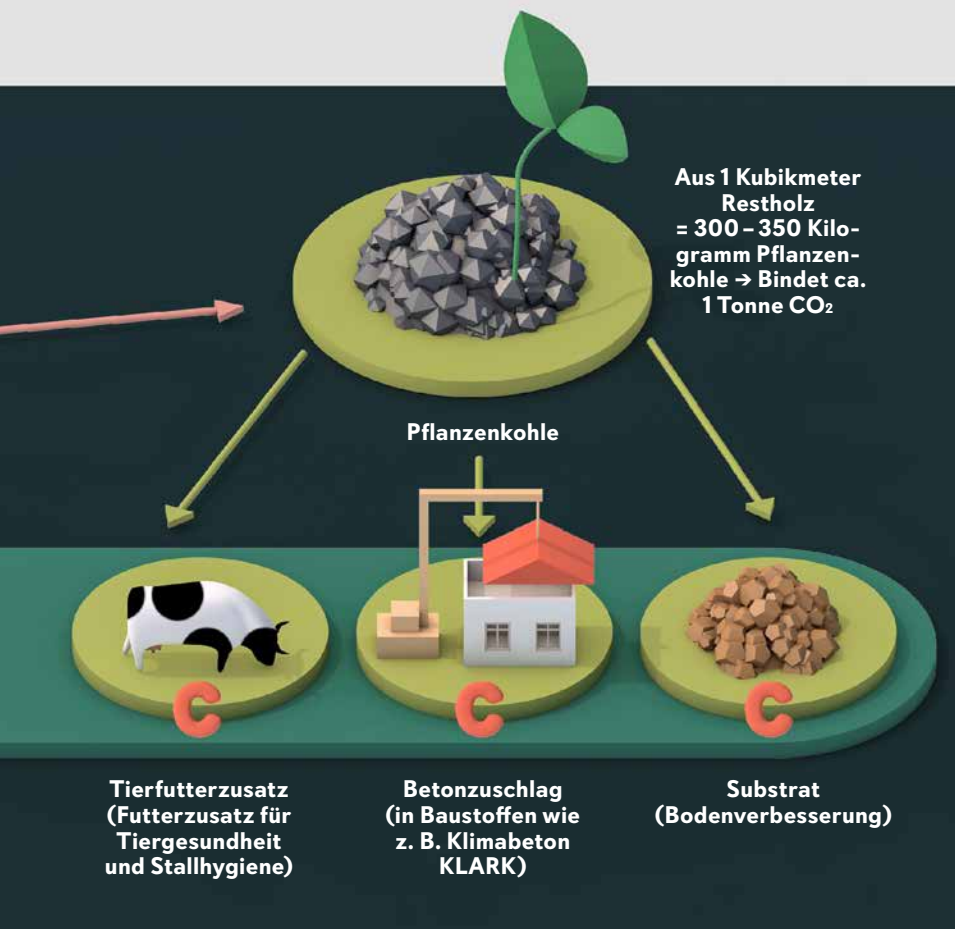
Besitzt du Möbel aus Holz? Dann tust du bereits etwas gegen den Klimawandel – in ganz kleinem Umfang. Denn wenn Bäume wachsen, nehmen sie eine Menge CO_2 auf. Wird das Holz beispielsweise für den Bau eines Hauses oder Möbelstücks verwendet, bleibt das vom Baum gebundene CO_2 über die gesamte Nutzungsdauer gespeichert. Das bedeutet, dass der Atmosphäre über Jahrhunderte CO_2 entzogen wird.

Dieses Prinzip nutzt auch die Inkoh AG aus Maienfeld, um Hunderte Tonnen CO_2 dauerhaft zu binden: Durch ein äusserst effizientes Pyrolyseverfahren stellt Inkoh aus Restholz Pflanzenkohle her. Da in Pflanzenkohle grosse Mengen CO_2 gebunden sind, könnte sie zu einem Gamechanger im Kampf gegen den Klimawandel werden. Die Post investiert in Pflanzenkohle, um ihre ambitionierten Klimaziele zu erreichen und zum Klimaschutz beizutragen (siehe Interview).

Klimabeton: eine dauerhafte CO_2 -Senke

Herkömmlicher Beton ist der meistbenutzte Baustoff in der Schweiz und weist eine sehr schlechte CO_2 -Bilanz auf. Um diesen ökologischen Fussabdruck zu verbessern, hat die Logbau AG in Maienfeld mit der Fachhoch-

#GelbGrün



schule OST in Rapperswil KLARK entwickelt. Das ist eine völlig neue Art von klimafreundlichem Beton mit hochwertiger Pflanzenkohle von Logbaus Schwesterfirma Inkoh. KLARK weist im Hochbau gleiche technische Eigenschaften auf wie herkömmlicher Beton. Mit einem Unterschied: Dem neuen Beton wird so viel Pflanzenkohle beigemischt, wie nötig ist, um eine CO₂-neutrale Bilanz zu erreichen. Ein Kubikmeter Klimabeton kann rund 200 Kilogramm CO₂ speichern. Das entspricht der Menge CO₂, die bei der Herstellung eines Kubikmeters herkömmlichen Betons freigesetzt wird.

Die ersten Gebäude mit Klimabeton stehen bereits, etwa die Inkoh-Produktionshalle im Bündnerland. Optisch unterscheidet sich Klimabeton kaum von normalem Beton. Am Ende seines Lebenszyklus kann er zu 100 Prozent recycelt werden, ohne dass das in ihm gebundene CO₂ freigesetzt wird.

Nebst Pflanzenkohle setzen wir auch auf aktive Waldbewirtschaftung, um unsere ambitionierten Klimaziele zu erreichen. Erfahre hier, wie das funktioniert und wieso wir Wald gekauft haben:



Brigitt Hausamann
Senior Manager
Corporate Responsibility

“Unser Klimaziel ist im Einklang mit dem Ziel der Vereinten Nationen”

Wir haben 2022 unsere Klimaziele deutlich verschärft. Was bedeutet das?

Wir setzen auf Elektrozustellfahrzeuge, fossilsfreie Heizungen und beziehen Strom aus erneuerbaren Energien. Bis 2040 streben wir Netto-Null-Emissionen an. Dafür müssen wir die Emissionen im Betrieb und in der Wertschöpfungskette um 90 Prozent reduzieren, unterstützt durch Partnerschaften mit Kundinnen und Kunden von PostFinance und die Förderung emissionsarmer Lieferanten.

Was ist mit den restlichen 10 Prozent?

Wir suchen derzeit nach Lösungen, um diese Restemissionen aus der Atmosphäre zu entfernen und langfristig zu speichern. Aktuell stehen naturnahe Waldbewirtschaftung und Pflanzenkohle im Zentrum.

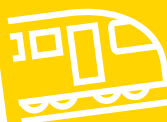
Was tun wir, um nicht in die Kritik zu geraten wie Unternehmen, die sich fälschlich als klimaneutral ausgeben?

Wir lassen unsere Treibhausgasbilanz prüfen, unsere Klimaziele validieren und sind transparent in der Kommunikation.

Vor Kurzem wurde unser Klimaziel von der Science Based Targets initiative (SBTi) erfolgreich geprüft. Was hat es damit auf sich?

Unser Klimaziel ist im Einklang mit dem Klimaziel der Vereinten Nationen, die Erderwärmung auf maximal 1,5 Grad zu begrenzen. Die SBTi hat unseren Ansatz wissenschaftlich geprüft und validiert. Das ist ein wichtiges Signal für unsere Glaubwürdigkeit.

Wir transportieren Briefe und Pakete vermehrt auf der Schiene. Mit neuen Bahnverbindungen, die wir diesen Herbst in Betrieb nehmen, sparen wir insgesamt knapp 900 000 Kilometer Lastwagentransporte und voraussichtlich 680 Tonnen CO₂ pro Jahr ein.



Wandererlebnisse

Abwechslungsreiche Ideen für Familien

Jetzt am
Wettbewerb
teilnehmen!



post.ch/wandern-pmag-verlosung



Hauptpartnerin der



**Schweizer
Wanderwege**

“Nicht immer seinen Kopf durchsetzen”

Katrin Nussbaumer und Matthias Dietrich teilen sich ihre Führungsposition. Sie sind eines von gut 70 Co-Lead-Duos bei der Post. Ein Gespräch über ein Modell, das auch bei uns immer beliebter wird.

Text: Claudia Iraoui Foto: Loan Schläppi

Katrin und Matthias, weshalb teilt ihr euch eure Führungsposition?

KN: Die Leitung Stab der Post ist eine sehr spannende und stark exponierte Stelle mit einer grossen Vielfalt an Themen. Zu zweit können wir die Last laufend verteilen, können Entscheidungen challengen und sind so viel effizienter. Die Zweisamkeit hilft auch in belastenden Situationen wie zum Beispiel im Personalbereich. In der Summe erlaubt die geteilte Führung, dass du deine Ressourcen nachhaltiger einteilen kannst, was aus meiner Sicht ein wichtiger Pluspunkt ist – auch für den Arbeitgeber.

MD: Meine Hauptmotivation ist der Job als solches, der enorm spannend ist. Dazu gehört auch das Integrieren von verschiedenen Perspektiven. In einer Führungsposition ist man manchmal allein – in einer Co-Leitung ändert sich das. Wenn man gemeinsam bei gleicher Verantwortung entscheidet, gibt das eine ganz neue Qualität der Arbeit.

Katrin Nussbaumer und **Matthias Dietrich** teilen sich mit je 50 Stellenprozent die Leitung des Stabs CEO bei der Post im Co-Lead, führen zusammen einen Funktionsbereich und sind ständige Beisitzende in der Konzernleitung. Die restlichen Stellenprozente – Matthias arbeitet Vollzeit, Katrin im 80-Prozent-Pensum – wenden sie für die Beziehungspflege zu Parlament und Eigner auf.

Dafür dauert ein Entscheid länger?

MD: Nein, Diskussion und Diversität bringen mehr Reflektion und damit bessere und meist auch schnellere Entscheidungen. Manchmal braucht es eben Flexibilität, um Probleme zu lösen, nicht nur Durchsetzungskraft.

Was braucht es für die erfolgreiche Co-Leitung?

KN: Ein Bekenntnis zum Modell und grosses Vertrauen ins Gegenüber. Und letztlich die Gelassenheit, dass man nicht immer und überall seinen Kopf durchsetzen muss. Das ist für mich ein kleiner Preis, den ich für dieses Arbeitsmodell gerne zahle.

MD: Neben den Verschiedenheiten haben wir einen starken gemeinsamen Nenner: dasselbe Verständnis von Leadership und Einigkeit darüber, was wir für die Post als wesentlich erachten, nach welchen Prinzipien und nach welcher Kultur wir arbeiten wollen.





Saroj Duwadi (l.) und Patrick Gribi (r.): Normalerweise liegen 1600 Kilometer zwischen den Arbeitskollegen. Hier ist Saroj zu Besuch in Bern.

Zusammenarbeiten trotz 1600 Kilometern Distanz

Seit diesem Jahr beschäftigen wir in Lissabon 32 IT-Fachkräfte. In Zukunft sollen es noch mehr werden. Aber warum machen wir das? Und funktioniert die Zusammenarbeit auf Distanz überhaupt? Der Autor hat sich vor Ort und am IT-Standort Zollikofen umgehört.

Text: Markus Williner

That's cool!» freut sich Patrick sichtlich, als sein Kollege Saroj ihn durchs Testprotokoll für die neue Applikation führt. Auch Saroj's Freude ist spürbar: «Beim letzten Mal hatten wir den Link zum Botenbezirk noch nicht implementiert, nun klappt's.» Beide lachen erleichtert. Eine alltägliche Szene bei der IT der Post, wo Patrick und Saroj arbeiten: der 29-jährige Saroj Duwadi als Test Engineer, der 32-jährige Patrick Gribi als Business Analyst. Gemeinsam arbeiten sie an der Applikation für die wochentagbasierte Domizilplanung (DOPLA) fürs Zustellpersonal von Logistik-Services. Saroj und Patrick arbeiten eng zusammen. Und das, ob-

wohl 1600 Kilometer sie trennen: Während Patrick am IT-Standort Zollikofen arbeitet, schaltet sich Saroj aus Lissabon zu. Er arbeitet am posteigenen IT-Entwicklungsstandort Portugal. Der sogenannte IT-Campus Lissabon wurde in diesem Frühjahr eröffnet. Er hilft, den Mangel an IT-Fachkräften in der Schweiz zu reduzieren. Denn wegen der sich verändernden Kundenbedürfnisse basieren auch bei der Post immer mehr Lösungen, Prozesse und Arbeitsabläufe auf Informatik. Und IT-Fachkräfte sind in der Schweiz knapp: Das Institut für Wirtschaftsstudien Basel rechnet mit 28 000 fehlenden Informatikfachkräften bis 2030.

“Ich konnte bereits einmal in die Schweiz reisen und meine Kolleginnen und Kollegen persönlich kennenlernen.”

Trotz geplantem IT-Personalwachstum in der Schweiz und weiteren Massnahmen zur Erhöhung der Arbeitgeberattraktivität spürt auch die Post diesen Fachkräftemangel hautnah. Der IT-Campus in Portugal hilft, die Personalknappheit etwas abzufedern.

Aus Lissabon zu Besuch in der Schweiz

Patrick und Saroj gehen Punkt für Punkt durchs Testprotokoll. Bevor die Anwendung DOPLA dereinst bei den Zustellmitarbeitenden im täglichen Einsatz ist, liegt noch ein langer Weg vor ihnen. Während Patrick die Sicht von Logistik-Services einnimmt und Anforderungen an die Applikation umsetzt, stellt Saroj sicher, dass die Applikation auf Herz und Nieren geprüft wird.

Aktuell arbeiten 32 Mitarbeitende verschiedener Nationalitäten am IT-Campus in der Altstadt von Lissabon – davon etwa ein Drittel Frauen. Der IT-Campus soll dereinst über 100 Fachkräfte beschäftigen. Aber auch in der Schweiz will die IT der Post in den kommenden Jahren weiterwachsen. Die Zusammenarbeit mit über 1600 Kilometer Entfernung und in Englisch ist neu für die Post, auch wenn Englisch in der IT längst etabliert ist. Saroj, der die Schweizerische Post zuvor nicht kannte, mag aber solche Herausforderungen: «Ich konnte bereits einmal in die Schweiz reisen und meine Kolleginnen und Kollegen persönlich kennenlernen. Das hat mir geholfen zu verstehen, was die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden in der Schweiz sind und wie wir aus der Ferne helfen können.» Für neue Mitarbeitende am IT-Campus Lissabon organisiert die Post in den ersten drei Monaten einen solchen Besuch in der Schweiz. «Die Zusammenarbeit zwischen uns und unseren Kolleginnen und Kollegen in der Schweiz wird dadurch deutlich besser», stimmt Nuno Pedro, der Standortleiter des IT-Campus Lissabon, zu.

Dem Zustellpersonal die Arbeit erleichtern

Saroj und Patrick arbeiten eng zusammen. «Ich bin beeindruckt, wie schnell sich Saroj in die für ihn völlig neue gelbe Logistik-Welt eingelebt hat», so Patrick. «Der Blick von aussen erlaubt auch immer, Dinge zu hinter-



Büros im Zentrum von Lissabon: Aktuell arbeiten hier 32 IT-Fachleute – dereinst sollen es über 100 sein.

fragen, und Saroj hat schon viele Inputs gegeben, die wir einbauen konnten», zeigt sich Patrick zufrieden.

Der IT-Campus ist eine hundertprozentige Tochtergesellschaft der Schweizerischen Post. Wenn für ein Vorhaben in der Schweiz nicht genügend IT-Fachkräfte zur Verfügung stehen, werden die in der Schweiz fehlenden Ressourcen in Portugal angefragt. Kommt es zu einer Zusammenarbeit, ist von der Distanz bald nichts mehr zu merken.

«Letztes Mal hat das noch nicht funktioniert, erinnerst du dich?», fragt Saroj. «Ja. Super, dass du diesen Bug gefixt hast, danke.» Patricks und Sarojs Arbeit mit der Applikation DOPLA ist ihr Beitrag für noch bessere IT-gestützte Kundenerlebnisse der Zukunft. Wenn dank ihnen die Domizilplanung besser läuft und Briefe und Pakete noch zuverlässiger und schneller den Weg zu den Empfängerinnen und Empfängern finden, steckt da auch etwas Portugal drin.

Sie sind im Notfall für dich da

Ob kleinere Blessur oder richtiger Notfall: Die Betriebssanität der Post ist immer nur einen Anruf entfernt und schnell zur Stelle. Sind bei dir die Basics der Ersten Hilfe schon etwas eingerostet? Dann melde dich zur Auffrischung für den Mini-Parcours an.

Text: Sasa Rasic

Die Zahl der Berufsunfälle ist tendenziell steigend. Auch bei uns ist diese Entwicklung ersichtlich. Ein vertiefter Blick in den Jahresbericht zeigt: 2022 kam es zu 7 Berufsunfällen pro 100 Personaleinheiten. Das ist zwar weniger als im Vorjahr (7,4), aber doch eine klare Zunahme im Vergleich zum Jahr 2018 (6,0).

Im Notfall zählt jede Minute. Deshalb gibt es an mehreren Post-Standorten Betriebssanitäten. Das Team von sehr gut ausgebildeten Ersthelferinnen und -helfern ist nur einen Anruf entfernt – die Rufnummer findest du an diversen prominenten Orten am Arbeitsplatz und in der Regel auch auf den Klebern an den Monitoren.

Die Berufssanität übt regelmässig am Arbeitsplatz verschiedene Szenarien und ist auch bei den Blutspendeaktionen vorne mit dabei (siehe Box). Die Anzahl Einsätze ist je nach Standort unterschiedlich – die

Sanität am Hauptsitz im Espace Bern-Wankdorf beispielsweise behandelt pro Jahr durchschnittlich 30 bis 50 Fälle. Du kannst dich im Notfall ohne Vorbehalte an die Kolleginnen und Kollegen der Berufs-

sanität wenden – sie unterstehen der Schweigepflicht. Ebenfalls gut zu wissen: Von der Berufssanität werden keine Medikamente abgegeben, nicht einmal ein Aspirin. Das verbietet das Arzneimittelgesetz.

Erste Hilfe – Auffrischung nicht hinauschieben

Wie steht es um deine eigenen Kenntnisse? Falls dein letzter Nothelfer-Kurs schon etwas länger her ist, wäre der Mini-Erste-Hilfe-Parcours etwas für dich. Dort werden die Basics bezüglich Erster Hilfe aufgefrischt: von der stabilen Seitenlage über Reanimation bis hin zum Umgang mit dem

Blutspenden leicht gemacht

Nach den Sommerferien sind die Vorräte bei den Blutspendediensten an vielen Orten knapp. Die Gründe sind einerseits die Abwesenheit von Spendenden, andererseits Wartefristen aufgrund von Ferientaufenthalten in Risikogebieten (zu denen wegen des West-Nil-Virus aktuell auch italienische Adria-Regionen zählen).

Mehrmals pro Jahr und an verschiedenen Standorten haben Mitarbeitende der Post die Möglichkeit, in der Nähe des Arbeitsplatzes Blut zu spenden und damit Leben zu retten. Am Hauptsitz findet der Anlass zweimal pro Jahr statt (in der Regel Juli und Dezember). Der nächste Termin ist am 19. Dezember 2023. Einen individuellen Termin bei einem Spendenzentrum kannst du auch hier vereinbaren: reservation.ichspendeblut.ch



Foto: iStock



Defibrillator. Unter anderem lernst du auch die unterschiedlichen Symptome des Herzinfarkts und des Schlaganfalls kennen.

Der nächste Parcours findet am 26. Oktober 2023 am Hauptsitz im Espace Bern-Wankdorf statt. Du bist dir nicht ganz sicher, ob du wirklich eine Auffrischung brauchst? Beweise es! Im kurzen Online-Notfall-Quiz werden Grundlagen zu den Techniken der Ersten Hilfe und wichtige Notrufnummern abgefragt. Du siehst sofort, wie es um dein Wissen steht und wo eine Vertiefung wieder einmal angebracht wäre.

Hier gehts zum Quiz:



Anmeldung für den Parcours:



Wichtige Nummern für den Notfall:

Betriebssanität	058 338 66 66
EspacePost	058 386 51 50
Zürich-Mülligen	0848 144 004
Härkingen	058 448 70 00
Frauenfeld	079 541 62 34 und
Zollikofen	079 541 64 26
Sanität	144
Polizei	117
Feuerwehr	118
Rega	1414
Int. Notruf	112
Dargebotene Hand	143
Toxikologisches Institut	145

Demnächst in Pontresina

Auf den Vias d'art Pontresina sind Werke von Schweizer Künstlerinnen und Künstlern zu sehen. Zustellerin Angela Jutzi kommt auf ihren Touren an vielen Werken vorbei und betrachtet für uns eines aus der Nähe.

Text: Sarah Meyer Foto: Tom Huber

14 Werke der Vias d'art sind in Pontresina anzutreffen – viele davon im Freien. Angela Jutzi begegnet ihnen auf ihrer Zustelltour. Sie hat sich ein Werk ausgesucht, das ihr besonders aufgefallen ist, und erzählt von ihren Beobachtungen.

«Während der Zustellung habe ich wenig Zeit, mich umzusehen», sagt Angela. «Einige der Werke konnte ich noch nicht näher anschauen. Ich bin aber neugierig, mehr zu erfahren.» Die Kunstwerke fügen sich gut in ihre Umgebung ein. «Ein Objekt, an dem ich bei der Zustellung vorbeifahre, sieht aus der Ferne wie ein Fahrplan aus.» Anmerkung der Redaktion: «Xylotomie Puntraschigna» von Annina Thomann.

Eine Arbeit, die Angela besonders interessiert, ist direkt beim Bahnhof von Pontresina. «Coming soon» steht da auf einer Fahne an der Bahnhofsfassade. «Wenn ich den Schriftzug lese, nimmt es mich wunder, was hier demnächst kommt. Fahre ich bald wohin, oder komme ich eher hier an?», fragt Angela. Wir kennen «Coming soon» oder «Demnächst» aus der Kinoreklame. Nun steht dieser Hinweis aber an einem Bahnhof. Eine Aufforderung zu reisen, aber auch anzukommen.

«Es ist für mich auch eine Willkommensbotschaft für alle, die hier sind», findet Angela. «Das Werk scheint auf den ersten Blick sehr einfach zu verstehen zu sein. Wenn man aber anfängt, darüber nachzudenken, ist es gar nicht simpel. Was hat das mit mir zu tun? Hoffe ich, dass etwas zu mir kommt, oder gehe ich aktiv auf etwas zu?» «Coming soon» lädt dazu ein, demnächst nach Pontresina zu kommen und sich die Vias d'art selbst anzuschauen. Mit etwas Glück begegnet man dabei sogar Angela.

Fahne «Coming soon» von Daniel Mettler (*1965) und Pascale Wiedemann (*1966) – beide in Chur geboren. Bahnhof Pontresina, Werk 3.2, Vias d'art Pontresina.

Vias d'art Pontresina

Die Ausstellung Vias d'art Pontresina für zeitgenössische Kunst erstreckt sich vom Engadin über den Bernina bis ins Val Poschiavo. Sie ist kostenlos zugänglich und kann zu Fuss, mit dem Bike oder dem öffentlichen Verkehr (Zug, Engadin Bus und Postauto) als Hop-on-Hop-off-Tour besucht werden. Die Veranstaltungen der Vias dauern noch bis zum 19. Oktober.

Die Post fördert Kunst auch abseits der Städte

Die Vias d'art Pontresina sind einer von mehreren Kunstanlässen, die unter kunst-entdecken.ch zu finden sind. Mit der Website und dem Engagement «Kunst in der Peripherie» bietet die Post regionalen Kunstveranstaltungen eine Plattform. So helfen wir mit, Kunst auch ausserhalb der urbanen Zentren zu entdecken.





Angela Jutzi (*1984) ist seit 17 Jahren Zustellerin im Oberengadin. Sie wohnt mit ihrer Familie ausserhalb von Pontresina.

Blitzglas und Zeigefinger

Flurina, Jérémie, euer Werk «E VENT I/II» ist Bestandteil der diesjährigen Vias d'art Pontresina. Was zeigt ihr uns?

Jérémie: Das Werk zeigt das Verhältnis zwischen belebter und unbelebter Materie. Es geht um die Frage, wie Leben überhaupt entstanden ist. Ausschlag dafür gab ein beim Piz Linard entdecktes «Blitzglas». Dieses entsteht in den Bergen, wenn ein Blitz einschlägt. Die Hitze beim Einschlag verflüssigt das Gestein und lässt es beim Aushärten zu Glas werden. Die in Cavaglia gezeigte Installation entstand aus unterschiedlichen Fotos von Blitzglas.

Euer Schaffen zeichnet sich durch eine besondere und vielschichtige Nähe aus. Was bedeutet das?

Flurina: In den zehn Jahren unserer Zusammenarbeit gab es immer unterschiedliche Phasen und Herangehensweisen an dieses Miteinander. Es ist intensiv und wir reden viel und über alles. Räumlich müssen wir dafür aber gar nicht andauernd am selben Ort sein. Wichtig ist uns, dass jede und jeder seine eigenen persönlich relevanten Themen einbringen kann.

Ihr arbeitet viel mit Themen und Materialien aus eurer unmittelbaren Nähe und Umgebung. So kam das Werk «Index Finger» zu Stande, das neu Teil der Kunstsammlung der Post ist. Wie unterscheiden sich «Index Finger» und «E VENT I/II»?

Jérémie: Die Arbeitsweise unterscheidet sich nicht, da der Ausgangspunkt die unmittelbare Umgebung des Ateliers ist. Durch die Globalisierung und Digitalisierung wurden die Distanzen zwischen den unterschiedlichen Lebenswirklichkeiten aufgelöst. Bei der Werkgruppe «Lost Waters and Found Stairs», zu der auch «Index Finger» gehört, wurde der neben dem Atelier fliessende Bergbach zum Ausgangspunkt und bei «E VENT I/II» das in Gipfelnähe gefundene Blitzglas. Beides sind Orte in unserer Nähe.

Interview: Diana Pavlicek



Wo sind die Bilder? Auf post.ch/aktuell findest du eine längere Version des Interviews und die Bilder vom Duo mit den Werken.

Die vier Prinzipien der Nähe

Hast du schon darüber nachgedacht, dass diese Nähe nicht rein räumlich sein muss? Zähle einmal als fast schon philosophische Übung all das auf, was dir nahe scheint, obwohl es weit entfernt ist. Und wenn sich die Nähe nicht oder nicht nur auf die Distanz zwischen Kundschaft und Dienstleistung beschränkt, welche anderen Faktoren müssen wir berücksichtigen? Psychologische Studien zeigen, dass eine auf die Kundenerwartungen abgestimmte Unternehmenskultur entscheidend ist, um dieses wertvolle Gefühl der Nähe zu erzeugen. Das würde also heissen, Empathie und kulturelle Vielfalt zu fördern. Es geht auch darum, die Mitarbeitenden zu ermutigen, feste und vertrauensvolle Beziehungen aufzubauen, sowohl im Team als auch zu den Kundinnen und Kunden.

Wenn es um Fragen von Distanz und Nähe geht, ist «Der kleine Prinz» von Antoine de Saint-Exupéry noch immer eine unerschöpfliche Fundgrube für Lektionen. Wenn du dir die Zeit nimmst, das Buch erneut zu lesen, wirst du feststellen, dass diese auch auf die Arbeitswelt anwendbar sind! Ich möchte vier besonders inspirierende Lektionen aufgreifen. Als erstes den Wert der Individualität. Der kleine Prinz liebt die Rose nicht wegen der Eigenschaften, die allen Rosen gemein sind, sondern wegen denjenigen, die sie einzigartig machen. Genauso kann ein Unternehmen die Nähe fördern, indem es die Individualität seiner Kundschaft, Mitarbeitenden und Partner schätzt. Als Nächstes die Wichtigkeit des Zuhörens. Der kleine Prinz trifft auf seiner Reise auf viele Charaktere, jeder mit seiner eigenen Geschichte und

seinen individuellen Sorgen. Er hört ihnen aufmerksam zu und misst ihnen Bedeutung zu, wodurch er sich ihnen annähern kann. Die dritte Lektion betrifft das Verantwortungsbewusstsein. Der kleine Prinz fühlt sich für die Rose verantwortlich. Indem man diese Verantwortung übernimmt, verstärkt man sein Engagement für die Kundinnen und Kunden und die Bindung zu ihnen. Schliesslich sollten wir nicht die Wichtigkeit von langfristigen Beziehungen vergessen. Der kleine Prinz erkennt, dass bei Beziehungen Qualität und Nachhaltigkeit entscheidend sind. Nähe entsteht nicht an einem Tag – sie erfordert Zeit, Geduld und Engagement.



Jonas Schneiter, 32 Jahre, ist Journalist, Radiomoderator, Produzent und Autor. Er lebt in Lausanne und ist sonntags mit «Les beaux parleurs» auf La Première und RTS 2 auf Sendung.

An dieser Stelle unterhalten uns abwechselnd die Kolumnisten Jonas Schneiter und Max Küng mit ihren Gedanken zum aktuellen Pmag-Schwerpunktthema.



EXKLUSIVES «BENEFIT PROGRAM» FÜR POST-MITARBEITENDE

Highspeed Internet und
beste Unterhaltung
für nur CHF 49.90/Mt.

Nur bis zum
30.11.2023

**3 Monats-
gebühren
geschenkt!**



Sunrise

Angebot gültig bei Neubestellung Up Home XL. Preis Up Home XL: CHF 49.90/Mt. während 24 Monaten, danach CHF 109.90/Mt. Mindestvertragsdauer 24 Monate. Änderungen vorbehalten. Promotion gültig bis 30.11.2023

Scannen Sie diesen
QR-Code und melden
Sie sich an.



Covermodel

Pfannkuchen mit tausend Löchern



Linda Baroudi ist stellvertretende Teamleiterin in La Chaux-de-Fonds. In ihrer Freizeit begeistert sie Freundinnen, Freunde und Verwandte mit nordafrikanischen Gerichten und algerischen Spezialitäten.

Selbstgemachte kulinarische Genüsse gehören zu Lindas Alltag. Das war nicht immer so. Früher stand sie selten am Kochherd. Das änderte sich erst, als sie mit ihrem Mann zusammenzog. «Kochen für zwei ergibt mehr Sinn», findet Linda Baroudi. Sie fing an, regelmässig den Kochlöffel zu schwingen. Ihre Mutter – gebürtige Algerierin und leidenschaftliche Köchin – gab ihr wertvolle Tipps. «Sie hat mich inspiriert und die Liebe zum Kochen weitergegeben», erzählt Linda. Die 29-Jährige wohnt in Marin und arbeitet seit zehn Jahren bei der Post, aktuell als stellvertretende Teamleiterin in La Chaux-de-Fonds.

Gemeinsam mit der Teamleiterin und einer Arbeitskollegin führt Linda ein Team von 27 Mitarbeitenden.

Stets mit einem Lächeln sorgt sie dafür, dass sich die Menschen um sie herum wohlfühlen. Ihre Mitarbeitenden nennen sie «Sonnen-schein». Sie ist aber nicht nur warmherzig, sondern auch ehrgeizig. Ihr Wunsch ist es, Teamleiterin zu werden – und sie ist auf dem besten Weg dazu.

Abseits von Job und Karriere kocht Linda am Wochenende für ihre Familie, Freundinnen und

Bekannte – oft Spezialitäten aus Algerien. «Die gemeinsame Zeit, die wir am Tisch mit Essen und Plaudern verbringen, erfüllt mich mit Glück und Freude», offenbart sie. «Für andere zu kochen, schafft Nähe und stärkt Bindungen.» Lindas Freundeskreis hat sie sogar dazu bewogen, ihre Kochkünste mit anderen zu teilen. Seit sechs Monaten führt die Postmitarbeiterin als «travelfoodbylili» eine kulinarische Seite auf Instagram. Dort postet Linda Bilder ihrer Lieblingsrezepte inklusive Kochanleitung. Eines ihrer Lieblingsrezepte sind die Pfannkuchen mit tausend Löchern. Sie stammen aus der nordafrikanischen Küche und sehen nicht nur faszinierend aus, sondern schmecken auch toll.

In der Serie
«Humans of Swiss Post»
zeigen wir Pöstlerinnen und
Pöstler und ihre Geschichten.
Entdecke sie auf Instagram:

