

Mehr Geschichten
unter post.ch/aktuell

FÜR MITARBEITENDE
DEZEMBER 2025

Postmag.

Gut möglich, dass du Jonathan Fisch aus dem Fernsehen kennst. Als Leiter unserer Medienstelle steht er Medienschaffenden immer mal wieder Rede und Antwort. Was er und sein Team sonst noch so alles zu tun haben, erfährst du im Schwerpunkt ab Seite 4.

**SBB-Gutscheine
im Wert
von 200 Franken
zu gewinnen**

**Hinter der
Schlagzeile –
die Post
in den Medien**

*Diese Liebe
begann mit
einer Postkarte*



Inhalt



News? Gefällt mir

Die Post ist ständig in den Medien und auf Social Media. Doch was steckt hinter den Schlagzeilen?
In dieser Ausgabe zeigen wir, was den Weg zur Nachricht ebnet: engagierte Mitarbeitende, mutige Entscheide und stille Heldentaten.

postpourri

Trainer mit Erfolg

25

Yannick aus der Finanzabteilung coacht die Unihockey Tigers – zuletzt zum Vize-Meistertitel.

Briefmarke aus Stoff

29

Was eine neue Briefmarke mit Wertschätzung gegenüber den Postmitarbeitenden zu tun hat.

Helvetia 250

p

und vieles mehr!

Weltreise auf Papier

IT-Ingenieur Thomas schreibt in der Freizeit Hunderte Postkarten – und bekommt Antworten aus der ganzen Welt.

48

Musik am Steuer

Postauto-Fahrer Sämi ist ein talentierter Sänger. Sein Jodeln hat ihn bis nach Asien bekannt gemacht.

51



Impressum

Herausgeberin

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

Chefredaktion

Mischa Stünzi (STÜ, Chefredaktor),
Thomas Häusermann (TH,
stv. Chefredaktor)

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.



Hunderte Heldentaten, eine Schlagzeile

Die Post macht Schlagzeilen: wenn wir einen neuen Chef bekommen, wenn wir unser Filialnetz anpassen oder wenn im Bundeshaus über uns gesprochen wird. Dabei frage ich mich manchmal: Was, wenn wir nicht nur die Schlagzeilen lesen, sondern anfangen, Geschichten zu entdecken? Denn hinter jeder Meldung stecken Hunderte Geschichten – Geschichten von Menschen, die anpacken, mitdenken und die Extra-Meile gehen.

«Post: Noch nie so viele Päckli an einem einzigen Tag verteilt», titelte beispielsweise SRF letzten Winter. Eine Schlagzeile, die stolz macht – und doch nur einen Bruchteil erzählt. Hinter dem Rekord standen unzählige Hände, Nachtschichten und viel Herzblut. 45 000 Pöstlerinnen und Pöstler sind die Heldinnen und Helden hinter Schlagzeilen wie dieser.

Im Pmag zeigen wir regelmässig, was sich Spannendes hinter den Kulissen abspielt. In dieser Ausgabe ganz besonders: Schauen wir gemeinsam zurück darauf, was die Medien in den letzten zwölf Monaten über uns berichtet haben, und entdecken wir ein paar der vielen Geschichten hinter den Schlagzeilen.

Mischa

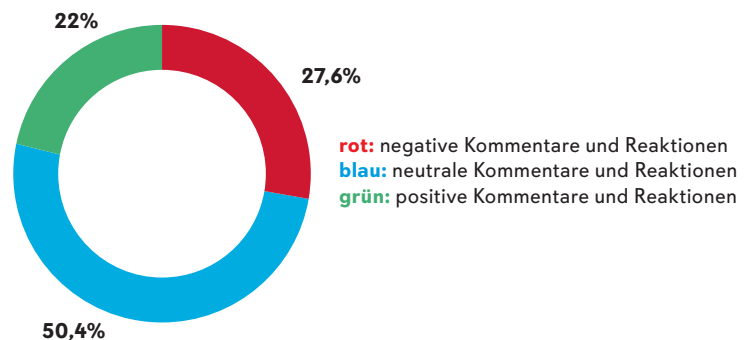
Mischa Stünzi
Chefredaktor Pmag

Die Post macht Schlagzeilen

Über 13 000 Medienberichte sind in den letzten 12 Monaten über die Post erschienen. Dabei sind die Tausenden Beiträge in den sozialen Medien über uns noch gar nicht mitgezählt.

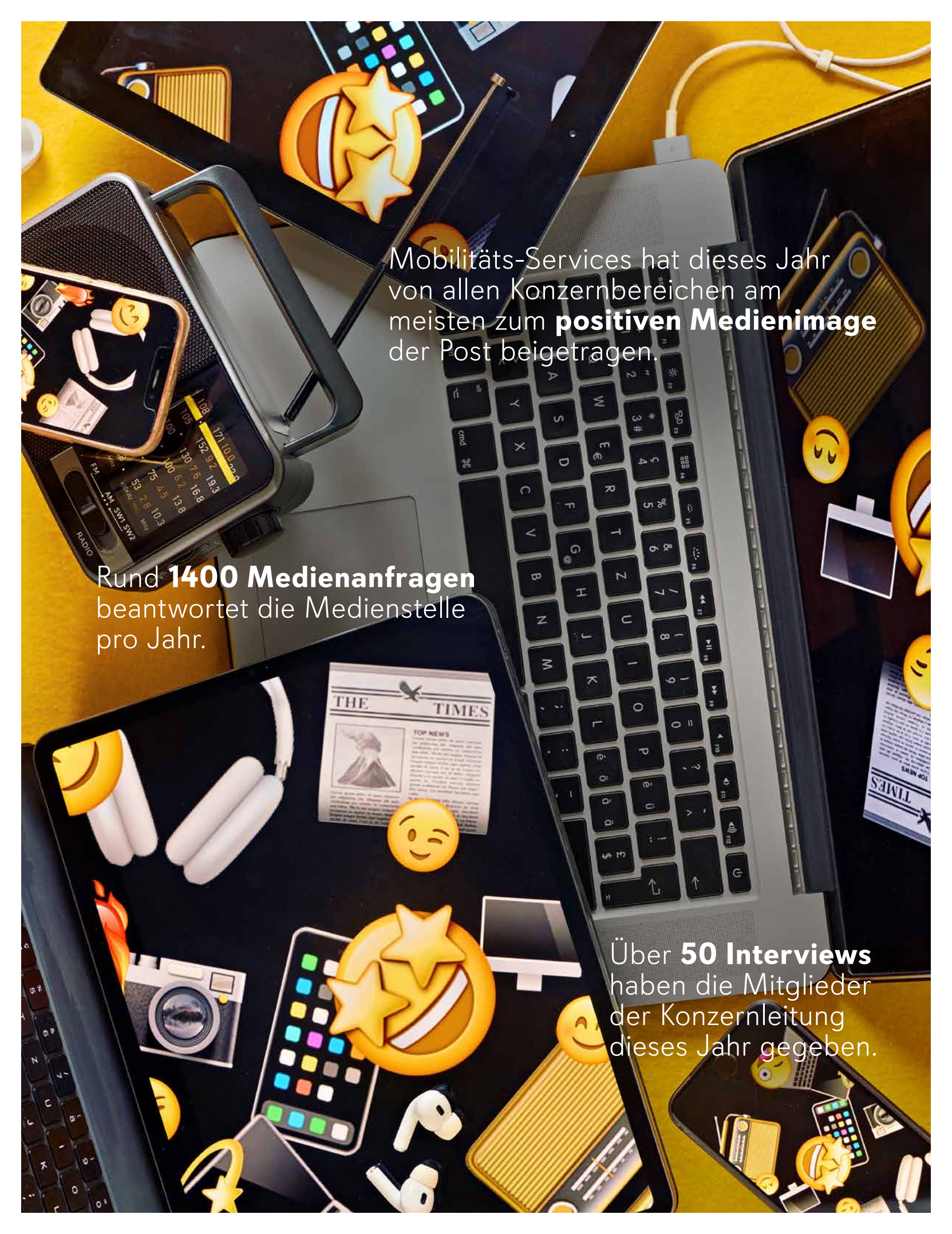
Fotos: Lucas Ziegler

33 390
Kommentare und Reaktionen hat es in den letzten 12 Monaten in den sozialen Medien über uns gegeben – mehrheitlich neutral oder positiv:



Die Post macht Schlagzeilen möglich

Seit ihrer Gründung sorgt die Post dafür, dass abonnierte Zeitungen und Zeitschriften zuverlässig und pünktlich bei den Leserinnen und Lesern ankommen. Ebenso lange werden die Preise für die Zustellung aus politischen Gründen tief gehalten – um eine **breite und unabhängige Meinungsbildung** zu fördern, was in einer Demokratie zentral ist. Auch wenn die Preise die Kosten nicht decken, tragen die vielen zugestellten Zeitungen wesentlich zur Deckung unserer Fixkosten bei.



Mobilitäts-Services hat dieses Jahr von allen Konzernbereichen am meisten zum **positiven Medienimage** der Post beigetragen.

Rund **1400 Medienanfragen** beantwortet die Medienstelle pro Jahr.

Über **50 Interviews** haben die Mitglieder der Konzernleitung dieses Jahr gegeben.

“Wir bauen auf dem auf, was uns heute schon stark macht”

Vom ersten Tag an spürt man seine Begeisterung: Pascal Grieder ist mit Herzblut bei der Post und mit grossem Respekt bei den Menschen, die die Post täglich möglich machen. Im Interview verrät der neue Konzernleiter, was ihn antreibt, wie er die Zukunft der Post sieht und warum Offenheit für ihn das Wichtigste ist.

Text: Carmen Fusco

Pascal Grieder ist 48 Jahre alt und kommt aus Basel. Heute lebt er mit seiner Frau und den drei gemeinsamen Kindern im Kanton Waadt. Der promovierte Ingenieur der ETH Zürich bringt langjährige Führungserfahrung aus der Schweizer Digitalwirtschaft mit. Von 2018 bis 2023 leitete er das Telekomunternehmen Salt Mobile AG als CEO und setzte dort auf Innovation und Kundenorientierung.



★ «Telekommunikation langweilt ihn – jetzt wird er gefordert»

Der Bund
31. Oktober 2025

Pascal, es gibt bei der Post viel zu tun und sehr viel zu bewegen. Was hat dich motiviert, die anspruchsvolle Rolle als CEO der Post zu übernehmen?

Kein anderes Unternehmen berührt täglich so viele Menschen auf so vielen Kanälen – sei es als Fahrgast im Postauto, als Kundin in einer Filiale, beim Online-banking oder bei der Zustellung. Die Relevanz der Post ist einzigartig. Die Aussicht, gemeinsam mit den Mitarbeitenden Kundinnen und Kunden zu begeistern, motiviert mich besonders. Das ist für mich eine Herzensangelegenheit. Denn zur Kundschaft gehören auch mein Freundeskreis, meine Familie und meine Nachbarschaft. Wenn sie zufrieden sind, dann spüre ich das. Und wenn nicht, höre ich das beim nächsten Treffen.

Welche Prioritäten setzt du dir in der Anfangszeit?

Die Post hat in den letzten Jahren bewiesen, dass sie sich weiterentwickeln kann. Es braucht also keine Kehrtwende, sondern eine Evolution: Wir werden Schritt für Schritt auf dem aufbauen, was uns heute schon stark macht. Mein persönliches Ziel ist eine starke, zukunftsfähige Post, eine Post, die wächst – finanziell, kulturell und als Arbeitgeberin. Ich möchte, dass wir stolz auf das sind, was wir leisten. Und gleichzeitig mutig genug, uns zu verändern, wo es nötig ist.

Die Post ist ein grosses und vielfältiges Unternehmen. Worauf legst du Wert bei der Zusammenarbeit mit den Menschen hier?

Mir ist wichtig, dass wir offen miteinander umgehen: Redet mit mir, sagt mir, was gut läuft, was nervt oder wo's klemmt. Ich schätze ehrliches Feedback – kein Flurfunk, keine Schönfärberei. Ich bin überzeugt: Mit dem richtigen Team, einer klaren Richtung und radikaler Offenheit ist alles möglich. Wir haben die Chance, gemeinsam die Weichen für eine starke, zukunftsfähige Post zu stellen. Lasst uns gemeinsam zeigen, dass Team Gelb nicht nur Tradition hat, sondern auch Zukunft. Danke für euren wertvollen Einsatz. Gemeinsam machen wir's möglich.

Entweder oder?

Joggen oder **Sofa?**

Ich darf ich aber nicht mehr, weil Knie kaputt

Frühaufsteher oder **Nachteule?**

Ohne Wecker

Schokolade oder **Chips?**

Spontan oder **Termin im Kalender?**

WhatsApp oder **Postkarte?**

Träue ich mich nicht zu beantworten

My Post 24, pick@home oder **Filiale?**

... ehrlicherweise folg Agentur bei uns im Dorf



Schau dir hier das Video-Interview mit Pascal an.

Alltag zwischen den Schlagzeilen

Die Medienstelle der Post ist unsere Stimme nach aussen – aber nicht nur das. Jonathan Fisch, Leiter Medienstelle und Regionales, nimmt uns einen Tag lang mit bei seiner Arbeit.

Text: Jonathan Fisch

Montag, 20. Oktober, 6.00 Uhr – der erste Blick

Mein Tag beginnt mit dem Blick in die Medien. Mit dem Kaffee in der Hand scanne ich die wichtigsten Onlineportale und Printtitel. Welche Schlagzeilen gibt's heute zur Post? Oft wissen wir im Voraus, was uns in etwa erwartet. Aber es gibt auch Überraschungen. Dann heisst es: rasch analysieren, intern informieren und einordnen.

08.15 Uhr – die Vielfalt der Post

Kurz nach 8 Uhr trifft unser Medienspiegel ein. Die Übersicht enthält alle Artikel des Vortags. Mich fasziniert, wie vielfältig wir in den Medien präsent sind. Es gibt nichts – so scheint es – was die Journalistinnen und Journalisten nicht interessiert. «Welche Banknoten bieten Sie an Ihren Bankomaten an?» «Wie häufig kommt es bei der Schweizerischen Post zu verlorenen oder nicht zugestellten Paketen?» «Was plant die Post genau in Bettlingen (BS)?» Das sind einige der Fragen, die an heute im Mail-Postfach der Medienstelle landen. Sogar zum Preis des Kaffees in unseren Pausenräumen wurden wir schon angefragt.

09.00 Uhr – der Faktencheck

Geben die Medien unsere Statements korrekt wieder? Jeden Tag checken wir im Team die Fakten. Wenn Zahlen, Hintergrundinformationen oder Zitate nicht stimmen, greifen wir zum Telefon und kontaktieren die Redaktion – sachlich, freundlich und mit konkreten Vorschlägen. Unser Netzwerk zu den Journalistinnen und Journalisten ist Gold wert und eng: sie schätzen unseren unkomplizierten Service. Pro Jahr erhalten wir rund 1400 Medienanfragen. Es vergeht kein Tag ohne einen Bericht über die Post. Von den Redaktionen hören wir: Stories über die Post werden gut gelesen und rege kommentiert. Die Post bewegt nicht nur Waren, Menschen, Geld und Informationen. Sie bewegt auch die Gemüter.

11.15 Uhr – strategische Medienarbeit

Die Wirtschaftskommission des Nationalrats will unser Tätigkeitsfeld einschränken. Ein Leistungsabbau und Subventionen wären die Folgen. Über mehrere Wochen ordnen Alex und Christian in Interviews und Gastkommentaren ein. Unsere Botschaft ist immer gleich und immer klar: Unser Service public ist einzigartig, und es ist nicht selbstverständlich, dass wir ihn ohne Steuergelder erbringen können. Die Auswertungen dieser Medienpräsenz zeigt: Wir erreichen damit mehrere Millionen Menschen – darunter viele politische Entscheidungsträgerinnen und -träger.

13.30 Uhr – Black Friday planen

Die Weihnachtszeit rückt näher, und der Black Friday und die Festtagsmengen sind bei Medienschaffenden beliebte Themen. Wir besprechen im Team, wie wir diese intensive Zeit in den Medien zeigen wollen – ohne den laufenden Betrieb zu stören. Welche Kernbotschaft wollen wir in der Zeitung lesen? Welche Medien passen dazu? Wir überlegen frühzeitig, welche Paketzentren sich für eine Medientour eignen.



Falls du von einer Journalistin oder einem Journalisten kontaktiert wirst, melde dich jederzeit bei der Medienstelle: presse@post.ch. Wir übernehmen die Anfrage gerne für dich.

16.30 Uhr – Wirkung messen und Themen setzen

Unsere Medienarbeit endet nicht mit der Publikation. Wir messen und analysieren laufend unser Image in den Medien. Uns ist klar: Nicht alles ist immer positiv. Darum ist uns wichtig, positive Geschichten zu erzählen: Innovationen wie der Lieferroboter, das neue Logistikzentrum in Villmergen oder Hacker-Tests stossen auf grosses Interesse. Die Medien bevorzugen das Aussergewöhnliche – wir liefern es.

19.00 Uhr – Medien kennen keine Bürozeiten

Auch wenn der Arbeitstag offiziell vorbei ist: Wir haben einen Pikettendienst, der jeden Tag rund um die Uhr erreichbar ist.

Medienarbeit ist Teamarbeit

All das gelingt nur mit einem starken Team, das auch in hektischen Momenten einen kühlen Kopf bewahrt und den Humor nie verliert. Unser Team auf der Medienstelle arbeitet immer Hand in Hand mit Kolleginnen und Kollegen aus allen Bereichen der Post. Gemeinsam sorgen wir dafür, dass die Post nicht nur in den Medien präsent ist, sondern auch inhaltlich richtig eingeordnet und verstanden wird. So entstehen jeden Tag starke Geschichten – über eine starke Post mit einem starken Service public für eine starke Schweiz.

14.15 Uhr – Briefing fürs Interview vorbereiten

In zwei Tagen wird Alex Glanzmann in seiner Rolle als CEO ad interim von einer Zeitung interviewt. Davor führen wir wie immer ein Vorgespräch mit der Redaktion. Was ist der Fokus? Welche Fragen sind geplant? Wo können wir spannende Insights liefern, und wo gibt es Grenzen? Auf dieser Basis briefen wir Alex mit aktuellen Zahlen, Entwicklungen und Hintergründen. Wenige Tage später werden wir das Ergebnis sehen: «Postchef im Gespräch: Zwischen Zustellung auf 2100 Metern und Digitalbrief», titelt die Redaktion.

★ «Postchef im Gespräch: Zwischen Zustellung auf 2100 Metern und Digitalbrief»

Südostschweiz/Bündner Zeitung
28. Oktober 2025

Donnerstag, 2. Oktober 2025
Freiburger Nachrichten

Filialschliessung: Post zeigt Lösung

Neuenegg Die Postfiliale in Neuenegg gehört bald der Vergangenheit an. Sie ist eine von 170 in der ganzen Schweiz, die bis 2028 von einer «potenziellen Umwandlung» betroffen sind – kurz, die geschlossen werden (wir berichteten). Nun informiert die Post in einer Mitteilung über die Nachfolgelösung. Die-über kommt in Form einer Partner-filiale, in diesem Fall des Coop-Supermarkts am Dorfplatz. Ab April 2026 werden dort an einer bedienten Theke alle gewohnten Dienstleistungen der Post angeboten. Bis zur Eröffnung der Partnerfiliale bleibe die bestehende Poststelle in Betrieb.

...nach wie vor... lässt sich Ge...

verbunden. Nun liegt
eck. Die Gemeinde
ende die Gemeinde
wie die Gemeinde
Sie zeigt: Die
könnte mit viel Solarstrom nicht
nur nachhaltiger, sondern auch
günstiger werden.

«Mitteln, indem ist mit den
großen Bauernhöfen, die den
Bedingungen und der Industrie-
produktion für Klein- und im Klein-
waren wegen für die Schweizer, sagt
Hansruedi Betschli, Vizepräsident der
Schweizerischen Gewerkschaften und Betriebsbe-
ratungsgesellschaft.

Die Flächung von 1000
Elektronenmikroskopie
Teil des Kantenmeters
habe der Gemeinde. Die
nach der neuen
von 2016 gegliedert
und infolgedessen in 10
und in 10

Freiburger Nachrichten
2. Oktober 2025

«Filialschliessung: Post zeigt Lösung»

Herzblut, Hindernisse und Hausservice

Wir passen unser Filialnetz an – nicht aus Lust an der Veränderung, sondern weil sich die Kundenbedürfnisse wandeln. Mit betroffenen Gemeinden suchen wir Lösungen. Marcel, Maude und Patrick wissen, wie das geht: mit Gesprächen, Kreativität und Fingerspitzengefühl.

Text: Mischa Stünzi



Marcel Bollhalder
Spezialist Netzentwicklung



Maude Chollet
Spécialiste Développement du réseau



Patrick Soldini
Specialista Sviluppo della rete

«Am Anfang steht das Gespräch: Wenn wir eine Filiale überprüfen, treffen wir uns gleich zu Beginn mit den Gemeindebehörden. Im Gespräch zeigen wir auf, wie sich die Nachfrage in der Filiale entwickelt hat, und stellen zwei Lösungen vor: Filiale mit Partner (FilP) und Hausservice. Das Weiterführen der eigenen Filiale steht selten zur Debatte. Die Behörden verstehen heute besser, weshalb wir diesen Schritt machen, als noch vor 17 Jahren. Damals, als ich als Spezialist Netzentwicklung anfang, war der Widerstand deutlich grösser.

Dann geht die Suche nach geeigneten Partnern los. Sie beginnt oft mit einem Spaziergang durch den Ort, gefolgt von Internetrecherchen und Gesprächen mit lokalen Unternehmen. Es gibt auch Gemeinden, die bereits erste Abklärungen getroffen haben. In meinen über 100 Gesprächen hat mir aber noch nie jemand eine fixfertige Lösung präsentiert. Und nur ausnahmsweise stellt sich eine Gemeindeverwaltung für den Betrieb einer Filiale zur Verfügung.

Besonders spannend finde ich kreative Lösungen: In Bern wurde zum Beispiel eine Filiale in eine Brockenstube integriert. In Saas-Fee (VS) gibt es eine am Post-Auto-Schalter. Und in Glis (VS) betreibt die Familie Philippona die Filiale im Tankstellen-Shop – sieben Tage die Woche, von früh bis spät.»

«Die Gespräche mit den Gemeindebehörden erlebe ich als vielfältig, fordernd und bereichernd. Man muss zuhören können und offen sein, dabei aber das Ziel im Auge behalten. In den allermeisten Fällen verstehen die Behörden die Situation und erkennen unseren Handlungsbedarf. Das bedeutet aber nicht, dass sie mit unserem Vorhaben immer einverstanden sind. Trotzdem bleiben die Gespräche meist freundlich, und ich mag die Herausforderung.

Es kommt zwar regelmässig vor, dass sich mögliche Filialpartner bei uns melden und ihr Interesse an einer Zusammenarbeit zeigen, doch der Weg zu einer Filiale mit Partner (FilP) ist nicht immer einfach. Manchmal finden wir am Ende keine Lösung für eine FilP. Damit umzugehen, ist für mich nicht immer einfach. Aber mit solchen Rückschlägen muss ich leben.

Für solche Fälle haben wir zum Glück mit dem Hausservice eine gute Lösung. Dabei erledigt die Kundschaft die Postgeschäfte direkt bei den Zustellenden an der Haustür. Eine tolle Dienstleistung für Menschen, die oft zu Hause sind oder im Homeoffice arbeiten. Ich nutze den Hausservice selbst und kann sagen: Er funktioniert sehr gut.»

«Um eine gute Lösung zu finden, braucht es Zusammenarbeit – innerhalb und ausserhalb der Post. Das beginnt mit dem Dialog mit der betroffenen Gemeinde. Für mich geht es beim Austausch mit den Behörden darum, ein gemeinsames Verständnis zu entwickeln und eine gemeinsame Richtung zu finden, in die wir gehen wollen.

Wir streben immer einen offenen, transparenten Dialog an. Die meisten Gespräche finden in einer verständnisvollen und entspannten Atmosphäre statt. Wenn das nicht möglich ist oder wir auf Ablehnung stossen, suchen wir eigenständig nach der besten Lösung für die postalische Versorgung – etwa durch Gespräche mit Quartierkommissionen und lokalen Geschäften.

Wir prüfen sorgfältig zuverlässige Partner, die einen qualitativ hochwertigen Service bieten und die erforderlichen Vorschriften erfüllen. Wir arbeiten beispielsweise mit Metzgereien, Dorfläden, Apotheken, Altersheimen und Tankstellen zusammen. Wichtig ist, dass die Rechtsform stimmt und die Räume barrierefrei zugänglich sind. Was gerade in ländlichen Regionen, wo die Auswahl an möglichen Partnern häufig beschränkt ist, zum Hindernis werden kann. In solchen Fällen bieten wir den Hausservice an – die Post direkt an der Haustür.»

Wenn es im Postauto eng wird

Hotspots wie das Verzascatal und das Lauterbrunnental ziehen Hunderttausende an – und bringen den öffentlichen Verkehr an seine Grenzen. PostAuto freut sich über volle Busse. Ein Blick hinter die Kulissen zeigt aber: Es kann auch zu viel werden.

Text: Katharina Merkle

Lavertezzo im Verzascatal hat Spektakuläres zu bieten: bunte Felsen, über Jahrtausende vom glasklaren, türkisfarbenen Wasser geschliffen, und über dem Fluss eine 400 Jahre alte, elegant geschwungene Steinbrücke. So viel Schönheit war schon immer ein Touristenmagnet. Doch seitdem die prächtigen Bilder via Social Media um die Welt reisen, reist die ganze Welt nach Lavertezzo. Das Verzascatal im Tessin ist zum Influencer-Hotspot geworden. Das spürt auch PostAuto: Reisten im Jahr 2019 noch 207 000 Menschen mit der Linie 321, waren es 2024 bereits 267 000.

Gleich sechs Postautos auf einmal

Gut besetzte Postautos sind ideal – eigentlich. Auch, dass wegen der begrenzten Anzahl Parkplätze manche Autofahrerinnen und -fahrer lieber mit dem Postauto ins Verzascatal reisen, ist grundsätzlich eine gute Nachricht.

Doch an gewissen Tagen sprengt der betriebliche Aufwand Grenzen. So ist es schon vorgekommen, dass statt eines Fahrzeugs gleich sechs Postautos aufs Mal von Locarno ins Tal fuhren, um alle Fahrgäste zu befördern. Grenzwertig ist zudem die enge Strasse, auf der neben unseren Bussen auch Autos, Camper, Motorräder und Velos ins Tal strömen.





Schulbusse im Wochenend-Einsatz

Eine Trendumkehr ist nicht abzusehen. «Operativ setzen wir alles daran, so flexibel wie möglich zu sein, um alle Fahrgäste zu transportieren – selbst wenn richtig viel los ist», sagt Jole Lancetti, die für PostAuto den Markt Süd leitet. An den Wochenenden stehen zur Verstärkung Fahrzeuge im Einsatz, die unter der Woche für den Schülertransport unterwegs sind. Und ans Steuer setzen sich auch mal Büromitarbeitende, die den Bus-Fahrausweis haben.

Alex Malinverno, Leiter Produkt und Planung bei PostAuto, sagt mit Blick auf das ganze Tessin: «Während die Postautos im Verzascatal übervoll sind, erleben wir beispielsweise in der Leventina und ausserhalb der Touristensaison das Gegenteil: Dort brauchen wir mehr Fahrgäste, sonst könnte das Angebot unter Druck kommen.»

Das Tal durch den Handy-Sucher

Ist das Verzascatal von Ostern bis Oktober und bei schönem Wetter ein Hotspot, fliesst der Touristenstrom im Lauterbrunnental im Berner Oberland das ganze Jahr, ohne Unterbruch. Angelockt von den Social-Media-Fotos der spektakulären Felswände mit den mächtigen Wasserfällen Trümmelbach und Staubbach wollen die Gäste aus Asien und Übersee vor allem eines: auch so ein Foto posten. So wird der Ausflug ins prächtige Tal für viele von ihnen zum hektischen Kurzbesuch.

Bei den Postauto-Fahrerinnen und -Fahrern ist höchste Aufmerksamkeit gefragt. «Der Blick durch den Sucher der Handykamera macht unachtsam. Fussgängerinnen und Fussgänger stellen sich in Lauterbrunnen abrupt auf die Fahrbahn. Oder Mietwagen-Touristen treten jäh auf die Bremse, um das ideale Sujet direkt aus dem Fenster zu filmen», weiss Ruedi Simmler, Betriebsleiter Bern-Oberwallis.

Noch vor ein paar Jahren sei der Besuch der fremden Gäste geordneter verlaufen. Damals kamen sie mit Guides und in Cars; heute sind sie individuell unterwegs. Zudem wusste man, wann die arabischen und indischen Gäste anreisen: vor allem zu Ramadan und zur Monsunzeit. Heute kommen sie das ganze Jahr.

Luftseilbahn verdoppelt gerade die Kapazität

2019 waren 560 000 Fahrgäste auf der Lauterbrunnen-Linie unterwegs, 2024 waren es 780 000, und 2025 dürften es über 850 000 werden. Wie im Verzascatal baut PostAuto das Angebot laufend aus. Dieses Jahr kam zur Verstärkung ein drittes Anhänger-Postauto («Buszug») zum Einsatz, und es wurde der Viertelstundentakt eingeführt. «Im Sommer 2026 werden wir das so durchziehen», sagt Ruedi.

Er weiss: Trotzdem und trotz guter Vernetzung mit den Behörden und dem Tourismus dürften die Engpässe zunehmen. Denn das Postauto ist der Zubringer zur Schilthornbahn hinten im Tal. Und deren Kapazität wird gerade für 130 Millionen Franken verdoppelt.

Die Post macht's möglich – dank euch

Ob zielstrebig oder einfühlsam – jede Stärke zählt. Gerade in der Adventszeit zeigt sich, was möglich ist, wenn wir zusammenarbeiten. Die Post sagt Danke und fragt: Welcher Möglichmacher-Typ bist du?

Jetzt ist sie wieder da, die schönste und für viele bei der Post zugleich strengste Zeit des Jahres. Wochen, in denen wir nicht nur Briefe, Karten und Pakete, sondern auch Emotionen zustellen. Wie im neuen Advents-Spot: Ein Grossvater verwandelt unseren My Post 24-Automaten in einen Adventskalender für seine Enkelin. Der Kurzfilm endet mit dem Dank an euch alle für den täglichen Einsatz und der Botschaft: «Die Post

macht's möglich». Damit dieses Versprechen Wirklichkeit wird, braucht es euch, die Möglichmacherinnen und Möglichmacher – in allen Regionen, in allen Bereichen, in allen Jobprofilen. Doch Möglichmachen hat viele Gesichter: Die eine setzt auf zielstrebige Effizienz, der andere auf wertschätzende Kundennähe. Beides ist richtig und wichtig. Erst im Zusammenspiel unserer Stärken bringen wir die Post vorwärts.

Gewinne ein Möglichmacher-Tool

Mit dem neuen Advents-Spot zeigt die Post erstmals ihr neues Markenversprechen: «Die Post macht's möglich». Der Spot zeigt, wie wir Lösungen für die Bedürfnisse unserer Kundinnen und Kunden erarbeiten – damit ihr Alltag einfacher wird, Wege kürzer werden und Möglichkeiten entstehen. Die Kampagne macht sichtbar, wofür wir gemeinsam stehen: Verlässlichkeit, Nähe und den Mut, Neues möglich zu machen. Entdecke jetzt unser neues Markenversprechen und die Kampagne auf post.ch/markenversprechen und **gewinne dort eins von 1000 Victorinox-Taschenmessern**. Es ist das Möglichmacher-Tool für deinen Alltag.



Hier gehts direkt zum Advents-Spot.

Und welcher Möglichmacher-Typ bist du?

Wenn ich auf eine neue Herausforderung treffe, ...

- ...bleibe ich ruhig und suche Schritt für Schritt eine Lösung. ◆
- ...frage ich nach Unterstützung – zwei Köpfe wissen mehr als einer. ✿
- ...freue ich mich – Neues auszuprobieren, motiviert mich. ★
- ...denke ich zuerst daran, wie die Lösung jemandem helfen könnte. ▲

Wenn ich jemandem im Advent eine Freude machen will, ...

- ...überlege ich mir etwas Unerwartetes, das für Staunen sorgt. ★
- ...plane ich etwas Praktisches, das den Alltag erleichtert. ◆
- ...überrasche ich sie mit einer kleinen Geste, die zeigt, dass ich an sie denke. ▲
- ...trommle ich meinen Freundeskreis oder die Familie zusammen – gemeinsam ist's am schönsten. ✿

Welche Superkraft hättest du bei der Arbeit am liebsten?

- Energiefeld – damit das Team zusammensteht. ✿
- Gedankenlesen – um zu verstehen, was mein Gegenüber wirklich braucht. ▲
- Zukunftsblick – um Trends früh zu erkennen. ★
- Turbo-Speed – um alles noch rascher umsetzen zu können. ◆

Mein Lieblingsmoment im Arbeitsalltag ist, ...

- ...wenn ich Kundinnen und Kunden ein Lächeln entlocke. ▲
- ...wenn ein Plan Wirklichkeit wird. ◆
- ...wenn wir gemeinsam Ziele erreichen. ✿
- ...wenn ich eine neue Idee ausprobieren darf. ★

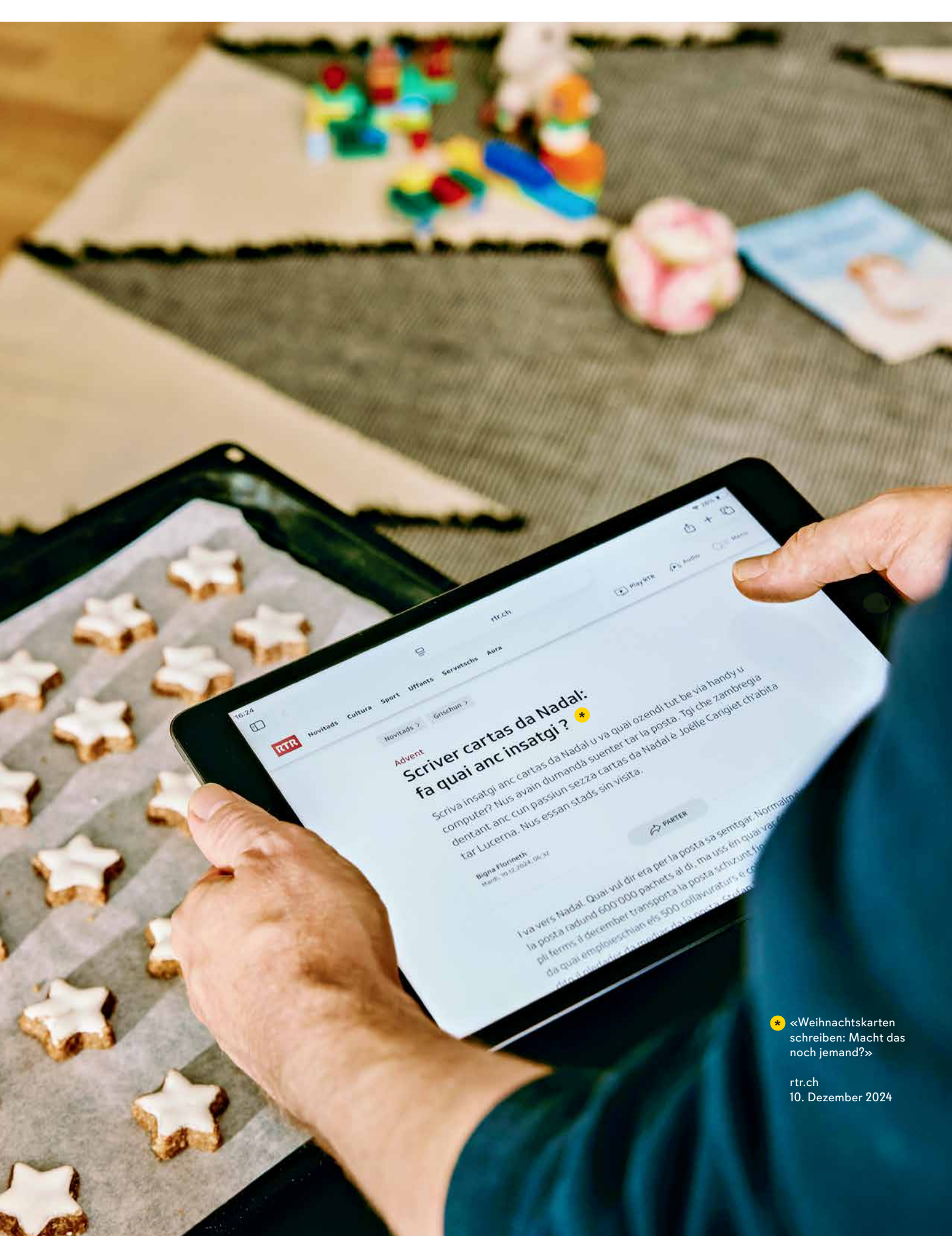
Zähle, welche Farbe bei deinen Antworten am häufigsten vorkommt. Das ergibt deinen Möglichmacher-Typ.

▲ **Service Champions** wollen wissen, was unsere Kundschaft braucht. Sie stellen die Bedürfnisse unserer Kundinnen und Kunden ins Zentrum.

◆ **Lösungsorientierte Macherinnen und Macher** wollen beim Umsetzen schneller, wirkungsvoller und anpassungsfähiger werden. Sie sehen sich als Teil eines leistungsstarken Teams.

✿ **Am-gleichen-Strang-Ziehende** richten die Zusammenarbeit so aus, dass der Wertbeitrag für die Kundschaft im Vordergrund steht. Zielkonflikten begegnen sie konstruktiv.

★ **Kreative Gestalterinnen und Gestalter** wollen die Möglichkeiten der Digitalisierung ausschöpfen. Sie schätzen das Potenzial neuer Technologien.



★ «Weihnachtskarten schreiben: Macht das noch jemand?»

rtr.ch
10. Dezember 2024

Die Zukunft mitgestalten

Über die Post wird derzeit viel geredet: Medien, Politik und Öffentlichkeit diskutieren die künftigen Rahmenbedingungen. Die Post bringt ihre Expertise aktiv in die politische Diskussion ein. Zwei spezialisierte Teams übernehmen diese Aufgabe.

Text: Simon Tscherrig

Die Post steht vor wichtigen Veränderungen: Der Bundesrat will die Postverordnung modernisieren und das Postgesetz sowie das Postorganisationsgesetz grundlegend überarbeiten. Ziel ist eine zeitgemässe und wirtschaftlich tragfähige Grundversorgung.

Im August präsentierte Bundesrat Albert Rösti Eckwerte, die eine dynamische Anpassung der Grundversorgung vorsehen – ausgehend vom heutigen Standard. «Telegiornale» auf RSI titelte: «La Posta del futuro». Damit wir diese Zukunft mitgestalten können, braucht es Fachleute, die Gesetzgebung, Behördenarbeit und politische Kommunikation beherrschen. Hier kommen die Teams Regulatory Affairs (RA) und Public & International Affairs (PIA) ins Spiel. Sie analysieren, beraten, koordinieren und stellen sicher, dass die Sicht der Post in der Verwaltung und in der politischen Arena gehört wird.

Regulatory Affairs (RA) – im Dialog mit den Behörden

Die Post erfüllt einen gesetzlichen Auftrag und gehört vollständig dem Bund. Sie unterliegt daher einer strengen Regulierung. RA kennt diesen Rahmen im Detail und ist Anlaufstelle für den Eigner, das BAKOM, die PostCom und weitere Aufsichtsbehörden.

Bei Gesetzgebungsprozessen zeigt das Team auf, welche Gesetzesänderungen der Post helfen würden, formuliert Änderungsvorschläge und analysiert die finanziellen Auswirkungen. Auf dieser Basis koordiniert es die interne Haltung und legt diese den Behörden dar.

Grundversorgung:

Gesetzlich definierter Mindeststandard bei Post- und Zahlungsverkehrsdiensten, den die Post in der ganzen Schweiz sicherstellen muss – geregelt im Postgesetz und in der Postverordnung.

Postgesetz:

Vom Parlament beschlossenes Gesetz, das die grundlegenden Rahmenbedingungen für die Postdienste in der Schweiz sowie die Grundversorgung der Post festlegt.

Postverordnung:

Vom Bundesrat erlassene Ausführungsbestimmungen, die die Details und die konkrete Umsetzung des Postgesetzes regeln.





* «Die Post der Zukunft»

Telegiornale/RSI
13. August 2025

RA bringt die Konzernsicht früh in die Gesetzgebungsprozesse ein und kann diese so aktiv mitgestalten. Dabei behält RA stets das grosse Ganze im Blick: «Unsere Arbeit trägt dazu bei, dass die Post eine gute Zukunft hat», sagt Felix Gottschalk, Leiter RA. Sobald eine Vorlage vom Bundesrat ans Parlament überwiesen wird, übernimmt PIA.

Public & International Affairs (PIA) – im Dialog mit der Politik

PIA vermittelt Wissen, vertritt Interessen und bringt die Post-Perspektive bei Parlament, Parteien und Verbänden ein. «Überzeugungsarbeit gelingt nur, wenn die Politik versteht, welche Herausforderungen sich der Post stellen», sagt Alexandra Perina-Werz, Leiterin PIA.

Das Team begleitet politische Dossiers oft über Jahre und stellt sicher, dass die Post in den relevanten Gremien kontinuierlich präsent ist. Zudem beobachtet PIA das politische Umfeld, um früh zu erkennen, welche Entwicklungen für die Post Chancen oder Risiken darstellen.

Die Arbeit erfordert strategisches Denken, Fingerspitzengefühl und ein breites Netzwerk. Im Austausch mit ihren Anspruchsgruppen zeigt PIA mögliche Folgen politischer Vorstösse auf und setzt sich dafür ein, dass Rahmenbedingungen so ausgestaltet werden, dass die Post ihren Auftrag verlässlich erfüllen kann.

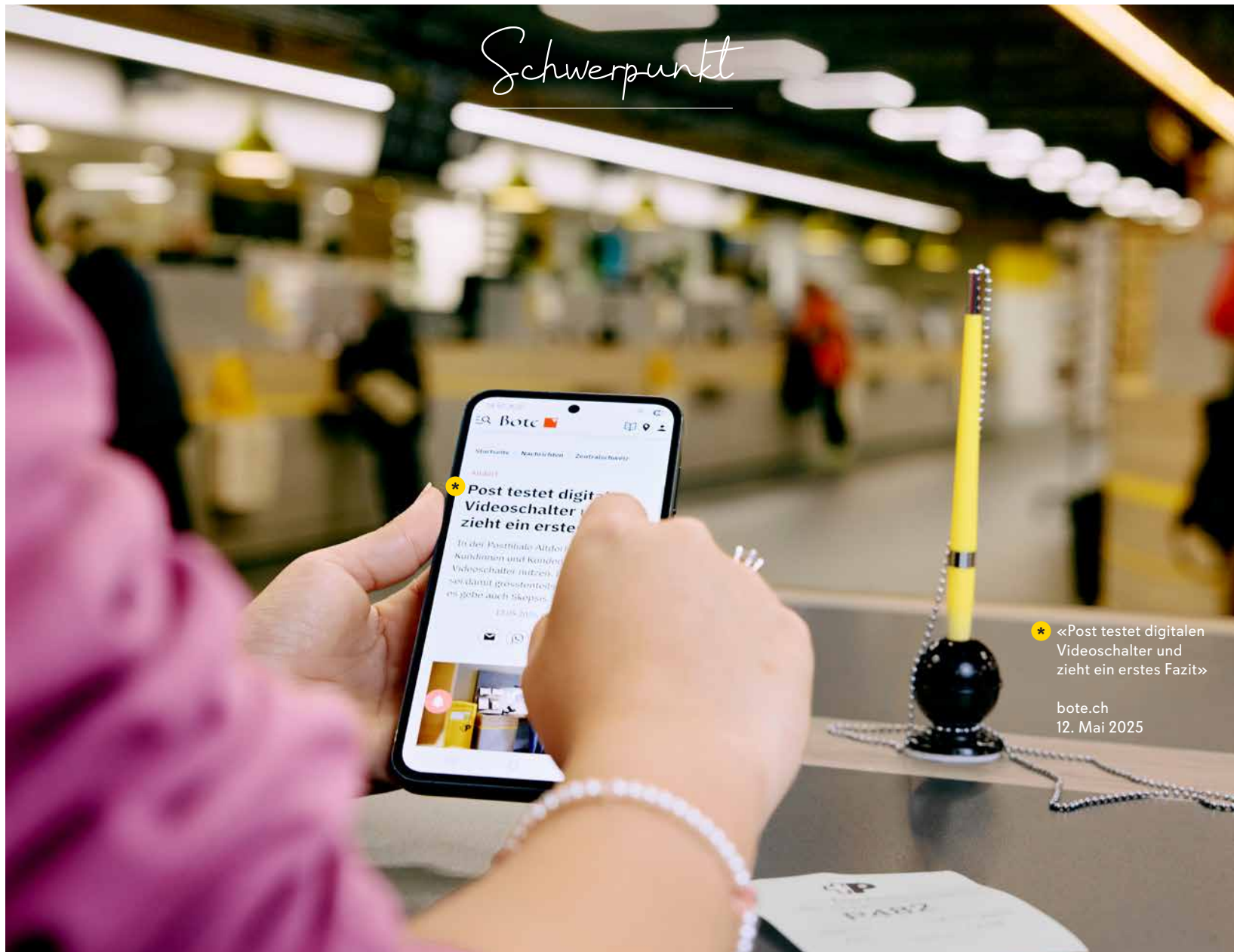
Die Zukunft der Post wird jetzt diskutiert – wir reden mit

Der Bundesrat entscheidet aktuell über die Revision der Postverordnung, etwa über die Aufnahme des Digitalen Briefs in die Grundversorgung oder einheitliche Pünktlichkeitsvorgaben. Was davon umgesetzt wird, war bis Redaktionsschluss offen (Aktuelles erfährst du mit dem QR-Code unten). Die Post unterstützt die Modernisierung, betont aber, dass sie allein nicht genügt. Parallel läuft die umfassende Revision der Postgesetzgebung. Sie soll Umfang, Qualität und Finanzierung der Grundversorgung sowie den Tätigkeitsbereich der Post neu regeln und veraltete Vorgaben durch zukunftsfähige Rahmenbedingungen ersetzen. Die Post begrüsst diesen Ansatz.

Die politischen Entwicklungen sind zentral für die künftige Relevanz und das unternehmerische Funktionieren der Post. Hinter Schlagzeilen wie «La Posta del futuro» steckt viel Arbeit nach innen und aussen – oft unsichtbar, aber entscheidend.



Scanne den QR-Code,
um bei der Revision der
Postgesetzgebung auf dem
Laufenden zu bleiben.



* «Post testet digitalen Videoschalter und zieht ein erstes Fazit»

bote.ch
12. Mai 2025

“Huch, da ist ja jemand”

Ob in der Innerschweiz oder im Tessin, ob am Schalter oder im Homeoffice: Die Post zeigt, wie moderne Kundenberatung funktioniert – persönlich, effizient und überraschend flexibel.

Text: Mischa Stünzi

Die Idee ist einfach: Statt am Schalter Schlange zu stehen, lassen sich Kundinnen und Kunden in der Filiale am Bildschirm von unseren Fachleuten beraten. Gerade zu Stosszeiten ist das eine gute Sache.

Wenn in einer Filiale besonders viele Leute anstehen, springen Beraterinnen und Berater per Video ein. Kürzere Wartezeiten für die Kundschaft, mehr Flexibilität beim Personaleinsatz für die Post. Und das Beste: Auch die Mitarbeitenden profitieren.

«Ich arbeite gerne in der Videoberatung, weil ich den direkten Kundenkontakt mag und merke, dass auch die Kundschaft den direkten Austausch schätzt», erzählt Elija Stutz. Nach seiner Ausbildung im Contact Center Kriens (LU) bringt die Videoberatung für ihn spürbar mehr Abwechslung: Kein Tag gleicht dem anderen, die Anliegen der Kundschaft sind so vielfältig wie die Schweiz selbst.

Warum nicht bald im Homeoffice?

Immer mehr Kundinnen und Kunden entdecken die Vorteile. Das bestätigt auch Karin Fischer. Sie arbeitet in Wolhusen, Escholz matt und Schüpfheim am Schalter und hat sich vor zwei Jahren für die damals neue Beratungsform beworben: «Ich arbeite zwei Tage die Woche für die Videoberatung und zwei Tage am Schalter. Für mich ist das eine spannende Abwechslung.» Manche Kundinnen und Kunden hat sie immer wieder auf dem Bildschirm. «Ich merke, dass es mittlerweile Leute gibt, die sich bewusst für die Beratung per Video entscheiden.»

Zu Beginn musste Karin für die Videoberatung extra nach Kriens fahren, heute kann sie dezentral beraten – etwa vom Büro in Wolhusen aus. Und warum nicht bald auch im Homeoffice? Künftig soll das möglich sein. Das trägt zur Flexibilisierung des Arbeitsalltags bei und macht die Post als Arbeitgeberin noch attraktiver. Was hält Karin davon? «Ich könnte es mir gut vorstellen, auch mal ein paar Tage an einem anderen Standort zu arbeiten – oder von zu Hause aus, wenn das technisch möglich ist.»

Natürlich gibt es Herausforderungen

Stört es Elija und Karin, dass ein Bildschirm zwischen ihnen und der Kundschaft ist? «Anfangs war es ungewohnt», sagt Elija. «Mittlerweile nehme ich den Bildschirm kaum noch wahr. Und mir fällt auf, dass auch die

Kundinnen und Kunden im Verlauf der Beratung oft vergessen, dass sie mit mir über einen Bildschirm sprechen.» Die meisten seien positiv überrascht, dass am anderen Ende der Leitung überhaupt ein Mensch sitzt, erzählt Karin. «Huch, da ist ja jemand. Ich dachte schon, ich müsse mich durch ein ganzes Menü tippen», habe ihr mal jemand gesagt.

Natürlich gibt es auch Herausforderungen: Manchmal hakt die Technik. Manchmal sind die Kundinnen und Kunden überfordert. «Es ist nicht immer einfach, jemandem zu erklären, wo der Brief genau hingehört, damit ich die Adresse sehe, oder der Ausweis für die Identifizierung», sagt Karin. Zum Glück beschriften viele Filialen gerade deshalb mittlerweile die entsprechenden Bereiche. Insgesamt dauere die Beratung länger als am Schalter, weil der Erklärungsbedarf etwas höher sei. Für die Kundschaft bleibe es aber ein Zeitgewinn.

Die Technik ist Mittel zum Zweck

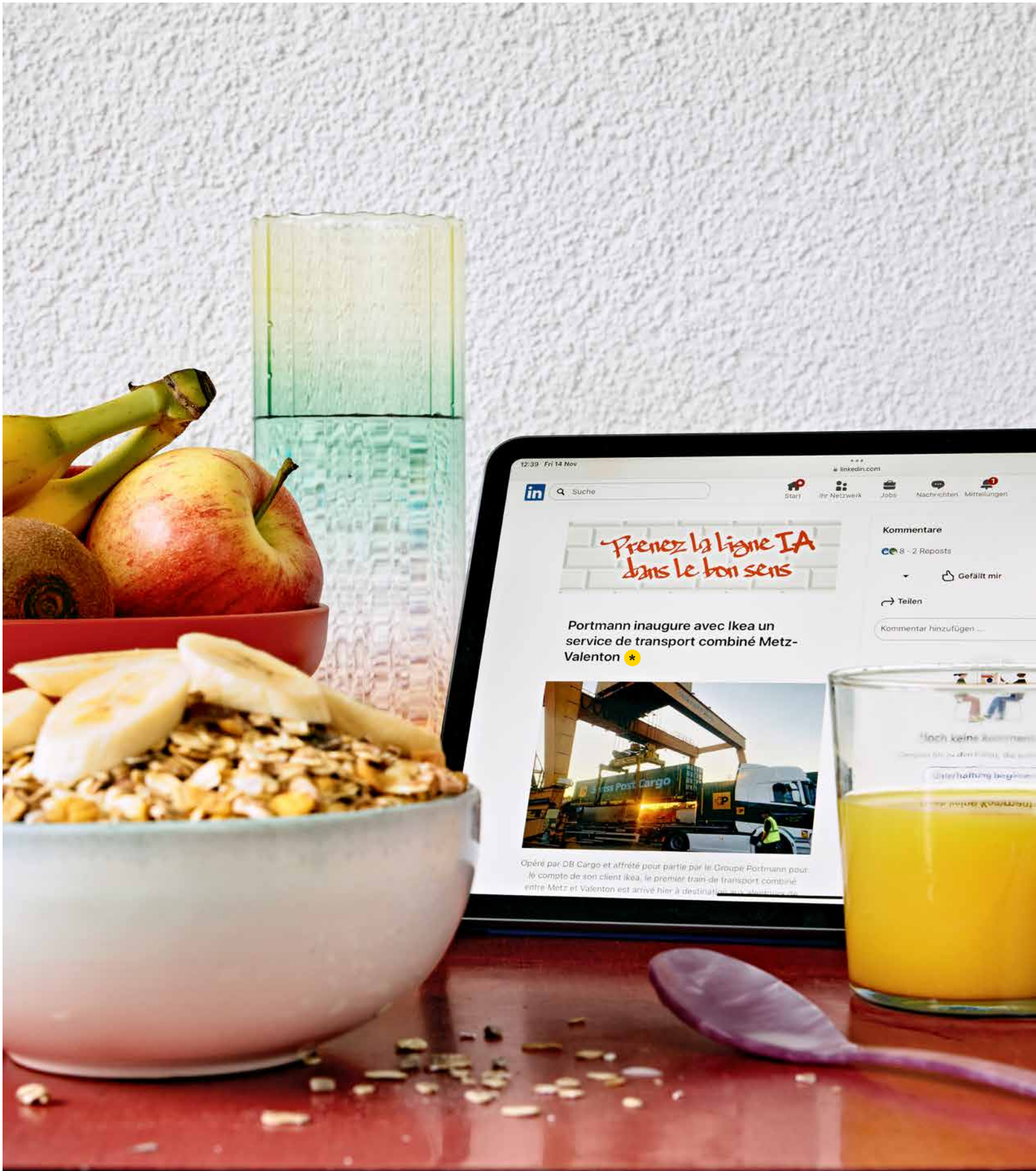
Die Resonanz ist überwiegend positiv – bei den Mitarbeitenden wie bei der Kundschaft. Karins Fazit: «In den zwei Jahren, die ich per Video berate, ist mir nur einmal ein Kunde davongelaufen, weil er die Technologie nicht mochte.»

Die Erfahrungen sind so gut, dass das Angebot laufend ausgebaut wird. Bereits testen wir in 20 Filialen mit Partner eine Beratung per Videocall. Bei spezialisierten Anliegen können Kundinnen und Kunden dort direkt mit Postmitarbeitenden sprechen. Neu können sie sich auch vom My Post 24-Automaten aus über den Handy-Bildschirm beraten lassen. Zudem öffnen wir die Videoberatung für Partnerunternehmen. Den Anfang machte im Herbst die Rechtsberatung der Dextra-Versicherung.

Und wie geht es weiter? Die Videoberatung steht erst am Anfang. Künftig könnten Mitarbeitende noch flexibler arbeiten – regelmässig aus dem Homeoffice, von wechselnden Standorten oder sogar standortübergreifend als Fachspezialistinnen und -spezialisten für bestimmte Produkte. Egal, was noch kommt: Die Technik ist Mittel zum Zweck. Entscheidend bleibt, wie wir miteinander sprechen.

Was hält die Kundschaft von der Videoberatung? Erfahre es hier.





Prenez la ligne IA
dans le bon sens

Portmann inaugure avec Ikea un
service de transport combiné Metz-
Valenton *



Opéré par DB Cargo et affrété pour partie par le Groupe Portmann pour
le compte de son client Ikea, le premier train de transport combiné
entre Metz et Valenton est arrivé hier à destination de Valenton.

* «Portmann und Ikea führen den kombinierten
Güterverkehr ein zwischen Metz und Valenton»

“Schweizerische Post ist Weltspitze”

Unternehmerzeitung, 15. September 2025

Wir sind zum neunten Mal in Folge die beste Post der Welt – und das im Vergleich mit Postorganisationen aus 180 Ländern. Das sagen nicht wir, das sagt eine fundierte Analyse des Weltpostvereins. Bewertet werden harte Fakten: die internationale Vernetzung, unsere Zuverlässigkeit, unsere Relevanz für die Bevölkerung sowie unsere Widerstands- und Anpassungsfähigkeit. Darüber hinaus werden unsere ökologischen Leistungen berücksichtigt, insbesondere die CO₂-Reduktion.

Das Ranking zeigt: Wir liefern nicht nur heute zuverlässig, sondern stellen auch die Weichen für morgen – und das über alle Bereiche hinweg. Dass wir diese Spitzenposition bereits zum neunten Mal erreichen konnten, ist ein starkes Zeichen. Mit Tatkraft, Innovationsgeist und Verantwortung wollen wir gemeinsam auch in Zukunft zuvorderst mit dabei sein. (CF)

Mehr Hintergründe erfährst du im Interview mit José Anson, Chefökonom des Weltpostvereins:



Lokal bis global

So vielfältig sind unsere Themen und so unterschiedlich die Medien, die darüber berichten.

“Die Post stellt das «modernste Dienstleistungs- zentrum der Schweiz» vor”

www.corrieredelticino.ch,
1. Dezember 2025



Wenn du mehr über die lange, bewegte Geschichte der Sihlpost und das neue Konzept erfahren willst, scanne den QR-Code.

Nach einem zehnmonatigen Umbau hat die neue Sihlpost am 1. Dezember ihre Türen geöffnet und damit ein neues Kapitel aufgeschlagen: Von der «Postfabrik» zum Begegnungsort mit viel Holz, offenen Schaltern und einem Konzept, das auf Kundennähe setzt. Bereits bei der Eröffnung in den 1930er-Jahren läutete der wuchtige Bau neben dem Zürcher Hauptbahnhof ein neues Zeitalter für die Post ein. (TH)

“Portmann und IKEA führen den kombinierten Güterverkehr ein”

Supply Chain Magazine,
1. Juli 2025

IKEA Frankreich wollte den Warentransport in den Ballungsraum Paris umweltverträglicher und effizienter machen. Der Möbelriese wandte sich damit an seinen langjährigen Transportpartner Portmann – Teil von Swiss Post Cargo.

Portmann hat gemeinsam mit DB Cargo ein intermodales Bahnkonzept entwickelt. Fünf Tage pro Woche bringen Züge je 26 Container vom Umschlagterminal Metz nach Valenton, südlich von Paris. Die Lösung versorgt seit Juni acht Filialen und drei Verteilzentren zuverlässig. Dadurch entfallen jährlich Tausende LKW-Fahrten.

Die Umsetzung war alles andere als trivial: Zwei Jahre lang strukturierten IKEA und Portmann gemeinsam den neuen Ansatz. Portmann stellt die Container bereit, koordiniert und organisiert die Strassentransporte zur Bahn und von dort zu den Einrichtungshäusern. Die Lösung bringt einen Mehraufwand mit sich, der von der Kundin übernommen wird. Für Portmann ist es eine Herausforderung, Kundschaft für die Rückführung der Container zwischen Paris und Nordostfrankreich zu finden und die Rentabilität des Systems sicherzustellen. (CR)



Jetzt
gewinnen



Winterzeit ist Wickelzeit

Gewinnen Sie eine von acht Wickelapotheken
im Wert von CHF 69.–.

Ob Mode oder Mickey Mouse – gewinne ein Medien-Abo!

Mach mit beim Pmag-Quiz, gewinne einen Gutschein im Wert von 100 Franken und abonniere eine Publikation deiner Wahl aus dem breiten Sortiment der Asendia Press Edigroup – von Nachrichten- bis Reisemagazin.

1. Wie viele Artikel und Sendungen über die Post sind in den letzten zwölf Monaten in den Medien erschienen?

- a) Rund 2000
- b) Rund 13 000
- c) Rund 50 000

2. Wie heisst ein wichtiges Werkzeug, das unsere Medienstelle täglich braucht?

- a) Medienspiegel
- b) Medienbild
- c) Medienreflektion

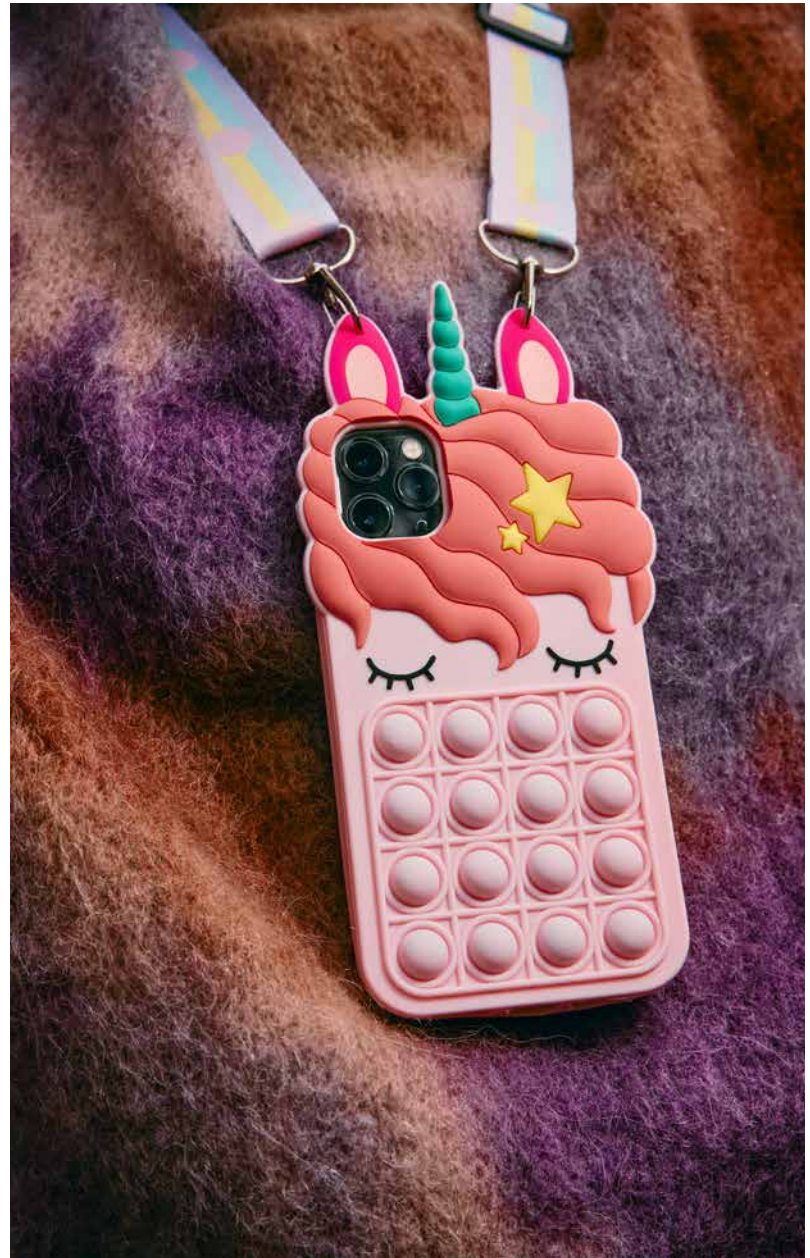
3. Frühaufsteher oder Nachteule – als was sieht sich Pascal Grieder, unser neuer Konzernchef, eher?

- a) Frühaufsteher
- b) Nachteule

4. Statt mit nur einem Fahrzeug, mit wie vielen Postautos fahren wir an schönen Tagen aufs Mal ins Verzascatal, um alle Fahrgäste mitnehmen zu können?

- a) Zwei
- b) Vier
- c) Sechs

Alle Antworten findest du wie immer im aktuellen Schwerpunkt.



Mach mit und gewinne

Asendia Press Edigroup, ein Tochterunternehmen unseres Joint Venture mit La Poste (Frankreich), vertreibt weltweit Zeitschriften und Zeitungen. Das Angebot reicht von Kinderzeitschriften über Lifestyle- und Sportmagazine bis zu internationalen Publikationen wie dem Time Magazine. Wir verlosen **drei Abo-Gutscheine im Wert von je 100 Franken** von Edigroup. Beantworte die Fragen und schick deine Antworten mit Betreff «Schlagzeile» an: quiz.pmag@post.ch. Teilnahmeschluss: 31. Januar 2026. Viel Glück. (STÜ)

Nie mehr Zeit verlieren!

Die Post macht's möglich.



**Dank der
Post-App!**
Jetzt herunterladen:



postpourri

Wichtiges für dich

Yannick steht in der vierten Saison an der Bande der Unihockey Tigers aus Langnau.

Scanne den QR-Code und erlebe die Highlights des Finalspiels:



Der Tiger-Dompteur

Zahlen im Büro, Siege auf dem Feld: Yannick Rubini coacht unsere Finanzabteilung in die digitale Zukunft – und die Unihockey Tigers in Richtung Meistertitel.

Ende April 2025 steht Yannick Rubini mit seinen Unihockey Tigers im Finale um den Schweizermeistertitel. 8892 Fans in der Halle, Zehntausende am Fernseher: Auch für ihn als Trainer ein aufregender Moment. Zwar unterliegt das Team knapp dem Titelverteidiger aus Zug. Trotzdem ist es ein Erfolg für die Langnauer, die zum ersten Mal überhaupt im Endspiel stehen. «Früher kämpfte die Mannschaft meistens eher gegen den Abstieg als um den Titel», sagt Yannick.

Das Ende seiner Spielerkarriere

Als Junior spielt Yannick selbst Unihockey. Doch kurz vor dem Sprung in die oberste Liga verletzt er sich. Das Ende seiner Spielerkarriere hinterlässt eine Leere, die er füllen will.

Yannick trainiert zu diesem Zeitpunkt bereits die Kleinen. Über Nachwuchsteams und Weiterbildungen gelingt ihm der Aufstieg, bis er mit 28 die A-Mannschaft der Herren übernimmt. Eine 20-Prozent-Anstellung und viel Ehrenamt. «Auch wenn sich in den letzten Jahren viel getan hat, sind wir finanziell weit weg vom Profibetrieb», meint Yannick. «In anderen Bereichen dagegen sind wir sehr professionell.

Ich schaue oft bei den Eishockey-Profis rein und staune, wie viel wir gleich machen.»

Die Revanche gelingt

Derzeit absolviert Yannick den Lehrgang zum Trainer Spitzensport. Wie bringt er Ausbildung, Traineramt und 80-Prozent-Pensum bei der Post unter einen Hut? «Ich habe flexible Arbeitszeiten, oft nur kurze Mittagspausen, eine Partnerin und Familie, die mir den Rücken freihalten, und kaum Freizeit.»

Der Einsatz lohnt sich: In seiner ersten Saison erreicht das Team erstmals die Playoffs, in Saison zwei den Halbfinal und dieses Jahr den erwähnten Vize-Meistertitel. Mit dem Erfolg steigen die Ansprüche. Ein Balanceakt: «Je mehr du für die Sache brennst, desto mehr Aufgaben und Verantwortung lädst du dir auf.» Die meisten Trainer machen das nur vorübergehend. «Dass jemand vier Saisons in der obersten Liga coacht wie ich, ist selten.»

Vor wenigen Wochen gelingt im Cup die Revanche gegen Zug. «So darf es weitergehen», findet Yannick dann trotzdem.



Süsser die Marken nie kleben

Mit unseren Weihnachtsmarken kannst du auch dieses Jahr deine Festtagsgrüsse und -pakete passend verzieren. Die von Sandro Reichmuth in der Region St. Gallen fotografierten «Wintermomente» zeigen vier Abschnitte des Winters: Adventszeit, Weihnachten, Jahreswechsel und das frühjährliche Wintererlebnis.

Du erhältst die Marken auf postshop.ch und in unseren Filialen. (TH)

Wer weiss schon, wo das Christkind wohnt ...

Nur wenige wissen, wo das Christkind und der Weihnachtsmann zu Hause sind. Wir von der Post gehören zu den Eingeweihten. Deshalb erhalten wir Jahr für Jahr gut 30 000 Briefe für die beiden. Und unsere fleissigen Wichtelinnen und Wichtel im Tessin unterstützen sie beim Beantworten der vielen Anliegen – seit über 75 Jahren.

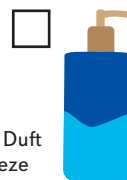
Die genaue Adresse von Christkind und Weihnachtsmann geben wir natürlich nicht bekannt – Ehrensache. Es reicht aber, wenn der Brief mit «an das Christkind» oder «an den Weihnachtsmann» adressiert ist, damit wir wissen, wer gemeint ist (Briefmarke nicht vergessen). Damit aber auch die beiden wissen, wem sie antworten sollen, bitte unbedingt die Absenderadresse angeben. (STÜ)

2 × Weihnachten: Das gehört ins Päckli – und das nicht

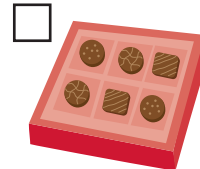
Seit 1997 führen wir die gemeinnützige Aktion «2 × Weihnachten» zusammen mit dem Schweizerischen Roten Kreuz (SRK), der SRG und Coop durch. Dabei sammeln wir gespendete, lang haltbare Lebensmittel und Körperhygieneartikel und verteilen sie an armutsbetroffene Menschen in der Schweiz.

Spendenpakete können vom 24. Dezember bis zum 18. Januar gratis in unseren Filialen abgegeben werden. Oder noch einfacher: Über www.post.ch/2xweihnachten, pick@home, holen wir die Pakete sogar gratis zu Hause ab.

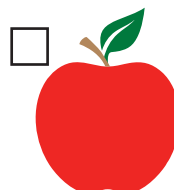
Doch was soll eigentlich in ein solches Päckli – und was lieber nicht? Die Antworten findest du auf der Seite nebenan. (STÜ)



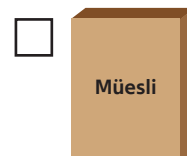
Flüssigseife, Duft Ocean Breeze



geöffnete Pralinschachtel, war nicht mein Geschmack



Apfel, frisch aus dem Garten



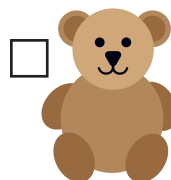
Muesli, haltbar bis Oktober 2026



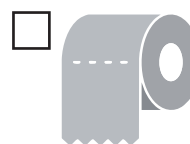
Bierdose, Marke «Prost Post»



Socken, selbstgestrickt



Plüschtier, Benny



Toilettenpapier, extra-soft

“Ein Kunstwerk, das euer Engagement feiert”

Die diesjährige Weihnachtskarte ist etwas Besonderes. Der Künstler Francisco Sierra hat sie speziell für uns Postmitarbeitende entworfen. Ihr dürft gespannt sein.



Tag für Tag begeistert ihr unsere Kundinnen und Kunden mit eurem Einsatz. Dafür danken wir euch herzlich. Als Zeichen unserer Wertschätzung haben wir eine besondere Weihnachtskarte gestalten lassen: ein Kunstwerk, das euer Engagement feiert und gleichzeitig unser über 100-jähriges Kunstengagement sichtbar macht.

Alex Glanzmann, Leiter Finanzen und Mitglied der Konzernleitung



Zwei Bilder von Francisco Sierra entstanden speziell für die Weihnachtskarten der Post. Sie sind eine künstlerische Antwort darauf, was der Jahreswechsel, dieser Moment des Innehaltens, für uns bedeuten könnte. Als Kunstkommission der Post freuen wir uns sehr, damit eine weitere Plattform für das Kunstschaffen in der Schweiz ermöglicht zu haben.

Yasmin Afschar, Co-Direktorin Migros Museum für Gegenwartskunst in Zürich und externe Expertin der Kunstkommission der Post



Die Gestaltung der Weihnachtskarte der Post war für mich ein schöner und spannender Prozess. Etwas zu finden, das zu den Festtagen passt, im Einklang mit meiner künstlerischen Arbeit steht und gleichzeitig möglichst viele Menschen für einen kurzen Moment berühren kann.

Francisco Sierra, Künstler



Ausschnitt aus der Weihnachtskarte. Die ganze Karte findest du schon bald in deinem Briefkasten.

Willst du, dass dein Päckli oder deine Weihnachtskarte rechtzeitig ankommt? Schau dir die spätesten Aufgabezeiten an:



- Lösung 2 x Weihnachten:**
- ✓ Nahrungsmittel wie Muesli, Konserven, Öl, Babyernährung und Kaffee, die noch lange haltbar sind.
 - ✓ Hygieneartikel wie Toilettenpapier, Flüssigseife, Windeln, Periodenprodukte und Zahnbürsten.
 - ✗ Geschenke wie Plüschtiere und gestrickte Socken sind nett gemeint, kommen aber meist nicht bei den Personen an, die wirklich Freude daran hätten.
 - ✗ Angebrochene Verpackungen und frische Lebensmittel gehören nicht ins Paket – auch nicht, wenn sie noch fast voll oder ganz frisch sind.
 - ✗ Bitte keine alkoholischen Getränke – die Pakete sollen für die ganze Familie sein.



Automatisierte Postautos in der Ostschweiz

PostAuto lanciert mit AmiGo ein neues Angebot mit 25 automatisierten Fahrzeugen. In der Nordostschweiz fahren die Autos On-Demand als Ruftaxis. Die Testfahrten starten Ende 2025.

In der Testphase ab Ende 2025 sitzt bei den AmiGo-Fahrzeugen noch jemand am Steuer. Es werden nämlich die Daten des bedienten Gebiets eingelesen. Ebenfalls begleitet sind die Fahrten mit Testkundinnen und -kunden, die im Verlauf von 2026 starten werden. Der reguläre Betrieb von AmiGo soll 2027 losgehen. Und zwar dort, wo der klassische Linienverkehr nicht optimal ist: in weniger erschlossenen Regionen oder zu Randzeiten.

Das Angebot mit den automatisierten AmiGos wird von den Kantonen St. Gallen, Thurgau, Appenzell Ausserrhoden und Appenzell Innerrhoden, dem Bundesamt für Verkehr (BAV), dem Bundesamt für Strassen (ASTRA), dem TCS und weiteren Partnern unterstützt. Technologiepartner ist das Unternehmen Baidu Apollo, das in Asien mehrere tausend selbstfahrende Fahrzeuge betreibt.

Mit den SmartShuttles in Sitten hatte PostAuto von 2016 bis 2019 die weltweit ersten automatisierten ÖV-Busse auf die Strasse gebracht. (KM)

Jetzt profitieren: Bikesharing zu Sonderkonditionen

Morgens frische Luft, freie Fahrt und ein Lächeln auf dem Weg zur Arbeit – mit dem Bikesharing-Angebot der Post wird das möglich. Für nur 10 Franken pro Jahr stehen schweizweit mehr als 10 000 Fahrräder und E-Bikes rund um die Uhr für dich bereit. Die ersten 30 Minuten jeder Fahrt mit PubliBike Velospot sind geschenkt, danach rollst du zum günstigen Minutenpreis weiter. Ob Arbeitsweg, Freizeit oder spontane Spritztour – du entscheidest. Bald genügt eine App für die ganze Schweiz. Einfach anmelden, aufsteigen, losradeln. (KR)

Alle Infos zum Bikesharing-Angebot für pendelnde Postmitarbeitende

Hier findest du das Factsheet zum Angebot:



Der Promocode für Postmitarbeitende lautet: **postxpublibike**



Für nur 10 Franken pro Jahr kannst du das Bikesharing-Angebot von PubliBike Velospot nutzen und nachhaltig pendeln.

Sichere dir ein Stück Post-Geschichte

20 Jahre waren die gelb gestreiften Blusen und Hemden Teil der Uniform bei PostNetz – ehe sie dieses Jahr durch die neuen Kleider abgelöst wurden. Um die Mitarbeitenden zu würdigen, die diesen Stoff fast täglich getragen haben, hat die Post die Stoffresten zu Briefmarken verarbeiten lassen. «Für mich sind die wertigen Arbeitskleider und die Briefmarke Zeichen der Wertschätzung gegenüber uns Mitarbeitenden», sagt Cornelia von Siebenthal, die seit über 30 Jahren bei der Post und seit 2020 an der Briefmarkentheke der Sihlpost arbeitet. Sie selbst sei zwar keine Sammlerin, «aber davon werde ich mir ein paar Bogen kaufen und beiseitelegen».

Die Briefmarken (Taxwert 250) sind in den Filialen und auf postshop.ch erhältlich (solange der Vorrat reicht).



Cornelia von Siebenthal sieht es als Zeichen der Wertschätzung gegenüber den Angestellten, dass die alte Postuniform als Briefmarke verewigt wurde.



Betty Bossi feiert Jubiläum – wir feiern mit!

Seit 1956 versorgt Betty Bossi die Schweiz mit Rezepten und Haushaltstipps. Zum 70-Jahr-Jubiläum zeigt der Kinofilm «Hallo Betty» die bewegte Geschichte der Betty-Bossi-Erfinderin Emmi Creola.

Zudem entstand gemeinsam mit der Post ein interessantes Kitchen-Talk-Video: Julia von Betty Bossi

und Tessa von LS Operations kochen gemeinsam ein Kultrezept und sprechen dabei offen über Karriere, Führung und Chancen für Frauen.



Neugierig? Scanne den QR-Code und teile den «Kitchen Talk» mit deinen Kolleginnen und Kollegen.



Jesko Herre leitet neu die Unternehmensentwicklung

Mitte Oktober hat **Jesko Herre** die Leitung der Unternehmensentwicklung im Stab CEO der Post übernommen. Jesko ist seit Ende 2019 als Leiter HR-Strategie Mitglied der Funktionsleitung Personal und hat in dieser Funktion den Bereich massgeblich mitgeprägt. Vor seinem Eintritt bei der Post war der promovierte Ökonom in verschiedenen Beratungs- und Führungsfunktionen in der Energiewirtschaft tätig.



Marco Grütter ist neuer Leiter HR-Strategie

Als Nachfolger von Jesko Herre wird **Marco Grütter** Leiter HR-Strategie und Bereichs-entwicklung (P Strat). Marco startet am 1. Februar 2026 und wird Mitglied der Funktionsleitung P. Er kennt die Post seit über acht Jahren und bringt umfangreiche Erfahrung mit in Strategiearbeit, Führung und im HR der Post. Bis zu Marcos Stellenantritt leitet **Laura Niederhauser** P Strat ad interim.

Transferfenster



Roland Heizmann



Stefan Luginbühl

Swiss Post Cargo: Wechsel in der Führung

Roland Heizmann hat sich entschieden, die operative Führung von Swiss Post Cargo abzugeben. Er übernimmt Sonderaufgaben im Unternehmen und wirkt bis auf Weiteres als Verwaltungsratspräsident für Italien. Die Leitung übernimmt per 1. November 2025 ad interim **Stefan Luginbühl**, bisher Leiter Kompetenz-Center Annahme, Transport und Sortierung bei der Schweizerischen Post. Die Suche für eine dauerhafte Neubesetzung der Leitung von Swiss Post Cargo ist eingeleitet.



Temporäre Stellenwechsel: Nadia von Veltheim und Ruedi Henke

Am 1. November 2025 hat **Ruedi Henke**, Leiter Region Ost bei LS Operations, für acht Monate die Aufgabe des Chief Transformation Officer bei Mobilitäts-Services übernommen. **Nadia von Veltheim**, Leiterin Post Immobilien, wechselt gleichzeitig zu Logistik-Services und wird die Region Ost mit rund 7000 Mitarbeitenden führen.



Leiterin HR-Geschäftspartner PostNetz: Chloé Kessi

Chloé Kessi hat am 1. September 2025 die Leitung des HR-Geschäftspartner-Teams für PostNetz übernommen. Sie hat über 15 Jahre Führungserfahrung im HR-Bereich im Versicherungs- und Gesundheitswesen und war zuletzt bei der Groupe Mutuel tätig, wo sie das Talent Management und die Rekrutierung verantwortete.



Christian Mähr neu in der PostFinance-Geschäftsleitung

Ab 1. Januar 2026 leitet Christian Mähr die im Rahmen von «Pulse» neu geschaffene Organisationseinheit «PF3 Corporate Development & People». Sie umfasst seit dem 1. Dezember die Bereiche Strategie, Innovation, Data und HR. Christian Mähr kommt von der UBS; der Verwaltungsrat PostFinance hat ihn in die Geschäftsleitung gewählt.



Die neue Geschäftsleitung von PostNetz bei ihrer ersten Retraite (v. l. n. r.): Tommy Baur (Leitung), René Tausendfreund (F), Patric Marchand (Privatkunden), Alexandra Hofmann (KMU und CX), Michael Schertenleib (Bereichsentwicklung), Ophélie Döbler (Vertriebs- und Serviceplattform), Merce Borrull (IT), Corinne Hunziker (FU), Chloé Kessi (P) und Kerstin Eichenberger (K).

Neustart für PostNetz: noch näher bei den Kundinnen und Kunden

Die Stellenbesetzung läuft noch, aber die neue Geschäftsleitung ist schon bereit. Ab dem neuen Jahr richtet sich die Zentrale von PostNetz noch konsequenter auf unsere Kundinnen und Kunden aus. Dafür bündeln wir bei PostNetz das Wissen über unserer Privat- und KMU-Geschäftskunden. Welche Bedürfnisse haben sie? Und welche Erfahrungen machen sie mit uns? So können wir die physischen und digitalen Kanäle künftig noch besser aufeinander abstimmen – für ein durchgängiges Kundenerlebnis.

Der Kundenfokus, den du in deinem Alltag lebst – ob in der Filiale, im Logistikzentrum, unterwegs oder im Büro –, soll bereichsübergreifend besser koordiniert werden. Gemeinsam machen wir den Alltag für unsere Kundinnen und Kunden einfacher. (KE)

Jetzt
Wickelapotheke
gewinnen!

Wir verlosen 8 Wickelapotheken
im Wert von 69.- Franken.
Mitmachen unter egk.ch/post



Wickelwissen für den Winter – jetzt Apotheke gewinnen

Ob bei Erkältung, Ohrenschmerzen oder Verspannungen – Wickel sind einfache, natürliche Helfer mit grosser Wirkung. Zutaten wie Zwiebeln, Kartoffeln, Quark oder Essig wirken wärmend, entzündungshemmend und lindernd.

Wickel blicken auf eine lange Tradition zurück – heute sind sie auch in der modernen Medizin anerkannt. Sie haben nicht nur heilenden Wirkung, sondern spenden auch Nähe und Fürsorge.

Die **EGK-Gesundheitskasse** teilt dieses Wissen im digitalen Wickelratgeber – mit praxiserprobten Anleitungen, die sich einfach im Familienalltag umsetzen lassen.

Als Gesundheitskasse mit Fokus auf Natur- und Schulmedizin bieten wir mit der Zusatzversicherung **EGK-SUN** freien Zugang zur Komplementärmedizin – mit besonderen Vorteilen für Mitarbeitende der Post.

Arztzeugnis, Arbeitszeit, Adressänderung – alles auf dem Handy erledigen

Unsere Gesellschaft wird immer digitaler – und damit auch unsere Arbeitswelt. Neu kannst du ausgewählte HR-Angebote und -Dienste direkt auf deinem Smartphone nutzen.

Die mobile, digitale HR-Welt haben die Kolleginnen und Kollegen im Büro zuerst getestet – Schritt für Schritt werden jetzt alle im Betrieb Zugang dazu erhalten. Über Microsoft Teams findest du zur digitalen HR-Welt, um z. B. ein Arztzeugnis einzureichen, deine Adresse zu ändern oder ein

HR-Ticket zu erfassen. Die Plattform «My HR» findest du in MS Teams unter «PostWeb» > «Ressourcen». Damit bist du jederzeit informiert und verwaltest deine HR-Daten flexibel. Die ersten Erfahrungen sind vielversprechend:



Nicola Negro, Zusteller Zustellstelle Bern

«Ich konnte die SAP-App testen, mit der man unter anderem **Arztzeugnisse** hochladen kann – das funktioniert einwandfrei und unkompliziert. Die App ist selbst-erklärend – zum Beispiel einfach auf den Button «Arztzeugnis» drücken und das Dokument hochladen. Ich finde das eine optimale Lösung.»



Silvio Rocci, Zusteller Zustellstelle Bern

«Jetzt können wir mit dem Handy ganz einfach persönliche Daten anpassen, Dokumente hochladen oder Anfragen stellen. Auch Infos zu Themen wie Lohn, Ferien und **Arbeitszeit** können wir jederzeit abrufen. Das spart nicht nur Zeit, sondern sorgt auch dafür, dass man schneller die Unterstützung bekommt, die man braucht.»



Christoph Gurtner, Team- leiter Zustellstelle Bern

«Ich finde es spannend, wie viele Dinge die Mitarbeitenden jetzt selbst erledigen können – wie beispielsweise eine **Adressänderung**. Das bringt uns als Teamleitung enorme Entlastung. Beeindruckend war auch zu sehen, wie viel Arbeit hinter den funktionierenden Abläufen steckt.»

Future Persy – mobil, transparent und ohne Umwege

Mit dem IT-Grossprojekt «Future Persy» digitalisieren wir unsere HR-Prozesse. Sie werden bis 2028 schrittweise für alle 45 000 Mitarbeitenden zugänglicher: mehr Selbstständigkeit, mehr Selbstservice. Ihr könnt damit eure Daten und Dokumente jederzeit selbst verwalten – mobil, transparent und ohne Umwege. Das verbessert die Kommunikation, spart Zeit und sorgt für aktuelle, sichere Informationen. Alles an einem Ort, jederzeit verfügbar.



42.80
statt ~~111.90*~~

Nur bis
31.12.2025

BENEFIT
PROGRAM

X-MAS SPECIAL

Weihnachtszeit = Vorteilszeit!
Schnellstes Internet und bestes
TV-Erlebnis jetzt nochmals günstiger –
für Post-Mitarbeitende exklusiv

 QR-Code
scannen und fürs
«Benefit Program»
anmelden

*Angebot gültig bei Neubestellung.
Preis beinhaltet: Rabatt (CHF 8.–/Mt.)
in Form von Rechnungsgutschriften.
Preis Up Home XL: CHF 42.80/Mt., so-
lange Sie für das «Benefit Program»
von Sunrise berechtigt sind. Danach
CHF 111.90/Mt. Mindestvertragsdauer
12 Monate. Bonus-Angebot gültig bis
31.12.2025. Änderungen vorbehalten.



postpourri

Finance Boost

Liebe Finance Booster, wie viel Geld sollte ich für Notfälle auf der Seite haben?

Die optimale Höhe des Notgroschens ist von Person zu Person und von Haushalt zu Haushalt unterschiedlich und hängt von der Lebenssituation und dem Sicherheitsbedürfnis ab. Eine Faustregel ist: ein bis zwei Monatslöhne auf dem Zahlungskonto für laufende Ausgaben und zwei bis vier Monatslöhne als Notreserve auf einem Sparkonto – etwa für unerwartete Ausgaben wie eine hohe Zahnarztrechnung oder eine Autoreparatur.

Ein Notgroschen gibt dir Sicherheit, Unabhängigkeit und Ruhe – und ist der erste Schritt zu einer stabilen finanziellen Basis.

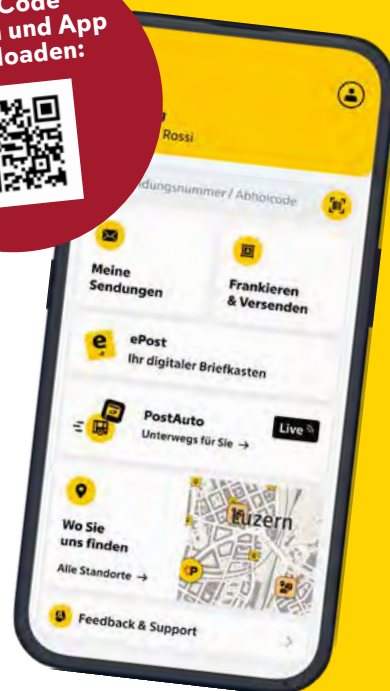
Tipp: Der Aufbau eines Notgroschens schliesst Investieren nicht aus.

Bei PostFinance lassen sich bereits kleinere Beträge in einem ETF- oder Fondssparplan anlegen – ab 20 Franken pro Monat. So kombinierst du finanzielle Sicherheit mit langfristigem Vermögensaufbau.



Philipp Merkt, Chief Investment
Officer bei PostFinance

Du hast ein Anliegen zu Anlagen? Eine Frage zur Finanzlage? Oder Sorgen wegen der Vorsorge? An dieser Stelle beantworten 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.



Unser neues Multitalent

Ob Sendungen steuern, Briefe frankieren oder das Postauto live verfolgen – die neue Post-App macht's möglich. Gerade vor Weihnachten, wenn viele Geschenke und Karten verschickt werden, hilft sie, alles ohne Stress zu erledigen.

Die neue Post-App erleichtert dir den Alltag: Verfolge Sendungen und steuere sie flexibel. Frankiere Briefe und Pakete direkt per Smartphone und lass sie auf Wunsch zuhause abholen. Finde im Handumdrehen Filialen, Briefeinwürfe und My Post 24-Automaten in der Nähe.

Mit dem digitalen Briefkasten hast du jederzeit Zugriff auf deine Briefe und Dokumente. Am Schalter der Post kannst du Belege und Quittungen mit deinem persönlichen QR-Code direkt in die App erhalten. Und unterwegs kannst du das Postauto live verfolgen.

Gemeinsam entwickelt

Die neue Post-App haben wir mit unseren Kundinnen und Kunden weiterentwickelt. Interessierte haben die Preview-Version getestet und wertvolles Feedback gegeben. Auch dank diesen Rückmeldungen hat die App verbesserte Funktionen, ein moderneres Design und eine vereinfachte Bedienung. (LC)

Jetzt auf PostFinance Pay umsteigen

PostFinance Pay ist unsere neue Onlinezahlungsart und löst nach und nach die bisherigen Optionen PostFinance Card und PostFinance E-Finance in Onlineshops ab. Der Vorteil von PostFinance Pay: Du musst keine Kartendaten mehr eintippen – deine Zahlungen gibst du schnell und bequem in der PostFinance App frei. Neu sind auch die SBB auf PostFinance Pay umgestiegen. Diesen Meilenstein feiern wir mit einem Wettbewerb. (LA)
Mehr Infos auf postfinance.ch/pfpay

SBB-Gutschein im Wert von 200 Franken gewinnen

Beantworte die folgende Frage und gewinne mit etwas Glück einen von vier SBB-Gutscheinen im Wert von je 200 Franken.

Wo kannst du neu mit PostFinance Pay bezahlen?

Schick deine Antwort vor Ende Januar an quiz.pmag@post.ch. Viel Glück!

NEUES FEATURE IN DER POSTFINANCE TWINT APP

Nutzt du mehrere Konten oder Karten für deine täglichen Ausgaben? Ob Haushaltskonto, Privatkonto oder Kreditkarte: Neu kannst du in der PostFinance TWINT App beim Bezahlen und Geld senden auswählen, welches Konto belastet wird. Aktualisiere dazu die App und füge im Menü deine verschiedenen Konten und Kreditkarten hinzu. Anschliessend wählst du beim Bezahlvorgang das gewünschte Konto spontan aus. (LA)

Mehr Infos auf postfinance.ch/twint.

Leserservice



« BENEFIT PROGRAMM »

DAS EXKLUSIVE ANGEBOT
FÜR DIE MITARBEITER DER POST

Über 180 Zeitschriften-Abos
auf [leserservice.ch](https://www.leserservice.ch) entdecken
Nachrichten, Jugend, Kultur, Freizeit...

-15%
mit dem Code
ELITE



Asendia Press Edigroup SA
ist Mitglied der Swiss Post-Gruppe
und Partner der grössten
internationalen Presseverlage.

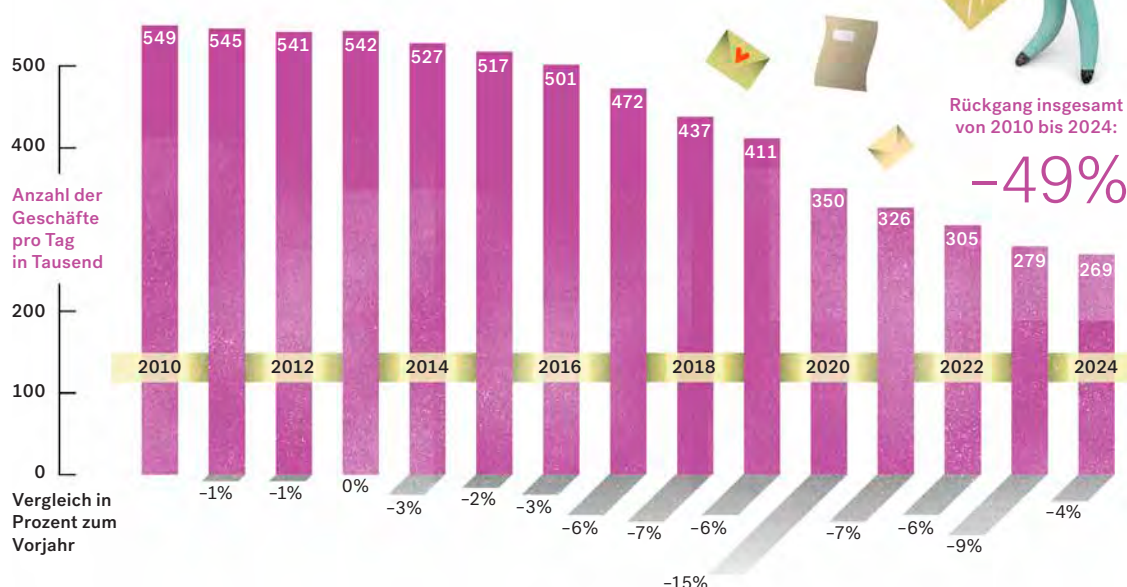
Scannen Sie mich,
um unsere Abos zu entdecken!



Wieso die Post die Preise erhöht

Die Post hat sich mit dem Preisüberwacher auf neue Preise ab 2026 für Economy-Pakete sowie für internationale Sendungen geeinigt. Grund für die Preiserhöhungen sind die Mengenentwicklungen und die gestiegenen Kosten in der Logistik.

Entwicklung Kundengeschäfte in Filialen der Post



Seit 2010 hat sich die Zahl der Kundengeschäfte in Postfilialen praktisch halbiert. Das und die sinkenden Briefvolumen stellen uns vor finanzielle Herausforderungen.

Anfang Jahr erhöhen wir die Preise für Economy-Pakete und internationale Kleinwarensendungen leicht. Alle Gewichtsstufen kosten neu 50 Rappen mehr (ein Economy-Paket bis 2 Kilogramm kostet neu beispielsweise 9 Franken, bisher waren es 8.50 Franken).

Unsere Kundinnen und Kunden profitieren aber weiterhin von einem Onlinerabatt von 1.50 Franken pro Paket (Priority-, Economy- und Sperrgut-Sendungen). Zudem schreiben wir ihnen 5 Franken gut, wenn sie bis Februar 2026 mindestens ein Post-Pac Priority oder Economy mit der Post-App oder online frankieren.

Wir arbeiten ständig an uns

Aktuelle Berechnungen zeigen: Die finanzielle Belastung der Post durch die Grundversorgung steigt auf-

grund der rückläufigen Briefmengen und Schaltergeschäfte. Sie beträgt derzeit über 360 Millionen Franken. Die Kosten steigen auch, weil wir in eine moderne Infrastruktur und neue Technologien investieren. Nur so kann die Post die Qualität ihrer Dienstleistungen sicherstellen.

Wir können einen Grossteil der höheren Kosten durch interne Effizienzmassnahmen auffangen. Nur einen kleinen Teil geben wir an unsere Kundschaft weiter. Wir kommen nicht darum herum, die Preise vereinzelt moderat anzuheben.

Trotz der Herausforderungen bleibt klar: Die Post will auch künftig eine wichtige Rolle im Alltag der Bevölkerung spielen. Genau dafür arbeiten wir ständig an uns, unseren Prozessen und unseren Angeboten. (AM)

Alle Preissmassnahmen findest du auf post.ch/angebot26.

Hier lauert Gefahr – und so kannst du dich schützen

Über die Hälfte der Unfälle bei der Post passieren durch Stolpern, Stürzen oder Fehltritte. Hier lauert Stolpergefahr. Und an diesen Körperteilen verletzen sich Postmitarbeitende bei solchen Unfällen.

Hier lauert Stolpergefahr



Wo sich Postmitarbeitende bei Stolperunfällen verletzen



Die Zahlen sind aus dem Jahr 2024.

Deine Gesundheit und Sicherheit sind der Post sehr wichtig. Aber auch du kannst etwas dafür tun, dass du sicher unterwegs bist. Auf StayFit bekommst du Tipps, wie du dich schützen kannst:



Die Mitarbeitenden bei Logistik-Services erhalten während eines Jahres laufend spezifische Tipps und Tricks, wie man Stolper- und Sturzunfälle verhindern kann. Aktuell geht es um Rutschgefahr im Winter. Haben deine Schuhe genug Profil, damit du auf Schnee und Eis standfest bleibst?



Damals

(1988)

**Empfehlungen für den
Versand der Zeitungen und Zeitschriften**

Zielsicher
vom Verlag – an die Post – zum Empfänger



Generaldirektion PTT

März 1988

Zeitungen zeitig zustellen

Das Zustellen von Zeitungen gehört zu unserem Grundversorgungsauftrag. Trotzdem kommt es vor, dass eine Zeitung nicht ordnungsgemäss im Briefkasten landet. Das kann verschiedene Gründe haben – etwa, dass ein Verlag seine Zeitungen nicht korrekt bündelt. Das könne «Beschädigungen, Umtriebe und eine verzögerte Auslieferung zur Folge haben», teilten wir 1988 in einer Broschüre mit. Oder, dass Pöstlerinnen und Pöstler Leseratten sind: 1953 beschwerte sich ein Verlag bei uns, dass «Postpersonal einzelne Exemplare aus den Ortsbunden herausnimmt und nach Durchsicht nicht wieder einsteckt».



Er schreibt schon mal 100 Postkarten im Monat

Thomas Streit aus Faulensee am Thunersee
ist ein IT-Profi mit Herz für analoge Botschaften:
Sein Hobby, Postcrossing, führt ihn in die ganze Welt
und die ganze Welt zu ihm – per Postkarte.

Text: Fredy Gasser Foto: Tom Huber

Bei der Post sorgt Thomas Streit dafür, dass digitale Tools wie Jira und Confluence reibungslos funktionieren. In seiner Freizeit begibt sich der IT-Ingenieur auf eine Reise in eine analoge Welt voller Handschriften, Briefmarken und Geschichten aus fernen Ländern. Thomas ist Postcrosser – und verschickt bis zu 100 Postkarten pro Monat an teils wildfremde Menschen auf der ganzen Welt.

Was für viele wie ein nostalgisches Hobby klingt, ist für ihn «eine faszinierende Mischung aus Kultur, Gemeinschaft und menschlicher Nähe». Postcrossing verbindet digitale und analoge Welten auf einzigartige Weise.

Karten aus über 80 Ländern

Seit 2018 ist Thomas aktiv auf postcrossing.com, einer globalen Plattform, die Postkartenfans weltweit vernetzt. Dort erhalten User per Zufall Adressen, schreiben handgeschriebene Grüsse und senden sie in alle Ecken der Welt. Im Gegenzug empfangen sie selbst Postkarten aus über 80 Ländern. Seine eigenen Karten haben bereits 87 Länder bereist.

In der Schweiz zählt er zu den Top 30 der aktivsten Postcrosser – eine stolze Leistung, die eine Menge Hingabe und Organisation verlangt: Jede verschickte Karte erhält eine eindeutige ID, die von der Empfängerin oder

Eine besonders schöne Erfahrung verbindet Thomas mit Melina aus Dortmund. Ihre Freundschaft begann 2023 mit einer handgeschriebenen Postkarte. Heute leben sie gemeinsam in Faulensee.

vom Empfänger online registriert wird. So kann Thomas präzise verfolgen, wann seine Grüsse ankommen und wie lange sie unterwegs sind. Ausserdem archiviert er jede einzelne Karte digital mit einem eigenen Bild – ein kleines, persönliches Tagebuch seiner weltweiten, analogen Reisen.

Jeder Gruss ein kleines Kunstwerk

Für Thomas liegt die Faszination von Postcrossing in der Harmonie aller Details: «Für mich ist es das Zusammenspiel von Karte, Briefmarke und Stempel, die das Ganze besonders macht», erklärt er. Er wähle seine Postkarten sorgfältig aus und achte darauf, dass nicht nur das Bildmotiv stimmt, sondern auch die Briefmarke zur Karte und zur Empfängerin bzw. zum Empfänger passt.

«Besonders wichtig ist mir ein echter Poststempel von einer richtigen Poststelle.» Einen Stempel aus einem

Verteilzentrum möge er für Postcrossing nicht. Um an rare kantonale Poststempel zu kommen, reist er auch mal durch die Schweiz. «So wird jeder Gruss zu einem kleinen Kunstwerk, das eine Geschichte erzählt und Persönlichkeit hat.»

Eine lebendige Community

In Sachen Porto kennt Thomas ebenfalls viele Varianten. Während eine Karte innerhalb der Schweiz 1.00 bzw. 1.20 Franken kostet, sind es für Europa 1.90 Franken und weltweit 2.50 Franken. Damit liege die Schweiz in Europa im Mittelfeld, so Thomas. «Viel teurer wird es zum Beispiel in Dänemark. Dort kostet eine Postkarte in die Schweiz aktuell 50 Dänische Kronen, also etwas mehr als 6 Franken.» Das Porto ist aber auch in Ländern ausserhalb Europas sehr hoch, «zum Beispiel in Argentinien, dort liegt es bei etwa 7.50 Franken.» Leider gebe es bereits erste Länder, die keine neuen Briefmarken mehr ausgeben, etwa Island. «Als Postcrosser», so Thomas, «bedauere ich das natürlich sehr.»

Postcrossing ist für Thomas weit mehr als ein einfaches Hobby. «Es ist eine lebendige Community», sagt er, mit Menschen aus allen Lebensbereichen: von Studierenden über Hausfrauen und -männer bis hin zu Professorinnen und Professoren und Pflegefachleuten. Thomas organisiert und besucht auch Treffen, bei denen sich Postcrosser aus der Schweiz und ganz Europa persönlich austauschen. «So wächst die Gemeinschaft auch offline», sagt er.

Liebe per Postkarte

Eine besonders schöne Erfahrung verbindet Thomas mit Melina aus Dortmund. Ihre Freundschaft begann 2023 mit einer handgeschriebenen Postkarte, die Thomas in der Nacht schrieb. Nach über eineinhalb Jahren des Austauschs per Postkarte, E-Mail und Videoanruf trafen sie sich schliesslich persönlich in Nürnberg.

Heute leben sie gemeinsam in Faulensee. Für Thomas ist das der Beweis, dass Postkarten mehr sind als nur Papier: «Postkarten sind ein Stück gelebte Menschlichkeit. Sie verbinden Menschen, schaffen Freundschaften und öffnen Herzen – gerade in einer Zeit, die immer digitaler wird.»

Die Post verbindet weltweit

Netzwerke wie Postcrossing wären nicht möglich ohne den Weltpostverein (UPU, Universal Postal Union): Seit seiner Gründung 1874 standardisiert er die internationalen Postdienste; er legt Regeln für Formate, Gewichte und Tarife fest und fördert die Zusammenarbeit nationaler Postgesellschaften, um den weltweiten und zuverlässigen Postversand zu gewährleisten. Der Weltpostverein hat seinen Sitz in Bern.

Die globale Bedeutung der Post wird an mehreren Tagen hervorgehoben: etwa am 1. Oktober, dem Weltpostkartentag und am 9. Oktober, dem Weltposttag. Da zeigt sich, wie die Post Menschen und Kulturen verbindet, wie relevant sie für Wirtschaft und Handel ist und dass sie Zugang zu grundlegenden Dienstleistungen bietet.

Sämi singt, wenn sein Herz danach verlangt

Als Chauffeur hat Sämi Zumbrunn vier Millionen Kilometer zurückgelegt. Als Jodler singt er über vier Oktaven, seit mehr als 40 Jahren auf Bühnen zwischen der Bussalp und Bhutan. Im östlichen Berner Oberland kennt man ihn als "Sämi", Medien auf der ganzen Welt nennen ihn "the Singing Driver".

Text: Fredy Gasser Fotos: Tom Huber



Sämi Zumbrunn erfreut mit seinem Gesang Schulkinder und Gäste aus Übersee gleichermassen.

An seinem Küchentisch im frisch renovierten Bauernhaus aus dem Jahr 1607 erzählt Sämi zu Kaffee und selbstgebackenem Apfelkuchen, wie das war, als er begann, für PostAuto zu fahren: «Ich musste extra nach Bern, um eine Spezialbewilligung zu erhalten.» Er erhielt sie, und dank ihr darf er hochhoffiziell neben dem Fahren auch jodeln.

Und Sämi fährt oft: die Schulkinder im Berner Oberland, die Touristinnen und Touristen aus Asien, den USA und der restlichen Welt. «Wenn ich den Moment spüre, dann muss es einfach raus aus mir», sagt er, «dann singe ich einen Naturjutz oder ein Jodellied – und alle freuen sich.» Nein, beklagt habe sich noch nie jemand, lacht er – auch nicht bei der engsten Spitzkehre oder dem steilsten Abhang vor den Fensterscheiben.



Fürs Jodeln am Steuer hat Sämti eine Spezialbewilligung. Die Tracht trägt er am Steuer aber nur fürs Fotoshooting.

Wie einst Whitney Houston

Sämi Zumbrunn aus Meiringen. Aufgewachsen in einfachen Verhältnissen mit hartem Alltag in der Schule und zu Hause. Gesegnet mit einem wunderbaren Talent. «Meinen ersten Jutz sang ich als kleiner Bub beim Melken auf der Alp.»

Heute ist Sämi 62 Jahre alt und lebt mit seiner Partnerin hoch über Meiringen. Seine Stimme umfasst vier Oktaven; so umfangreich sang einst auch Popstar Whitney Houston.

Er hält inne mit Erzählen, steht auf und setzt zu einem Naturjutz an. Klar, rein, absolut tonsicher. «Ja, natürlich übe ich täglich», sagt er, «mit Talent allein geht das nicht über eine so lange Zeit.» Er jodelt mittlerweile seit 40 Jahren auf den verschiedensten Bühnen dieser Welt.

Jodeln auf dem Kilimandscharo

Er hat schon auf dem Kilimandscharo auf 5998 Metern über Meer gesungen. In einer Universität in Bhutan im Himalaya, auf 4000 Metern Höhe, wo ihm danach die Königin die Hand schüttelte. Im russischen St. Petersburg, in Finnland, Südkorea, Brasilien, Alaska, in Seattle, in New York und auch in der taiwanesischen Hauptstadt Taipeh. Er ist ein weltweiter Botschafter des Jodelns. Doch seine liebste Bühne ist und bleibt das Postauto.

«Schulkinder im öffentlichen Verkehr sind für viele ein rotes Tuch, weil sie oft lärmig sind und ungeduldig – bei mir sind sie es nicht.» Sein Rezept: Er lässt sie einsteigen, stellt sich vor, «Guete Tag mitenand, i bi dr Sämi», dann fährt er los und beginnt zu singen. «Manchmal fordere ich die Kinder auf, mitzusingen, das klappt fast immer, und am Ende der Fahrt bedanken sich alle bei mir.»

**“Meinen ersten
Jutz sang ich als
kleiner Bub
beim Melken auf
der Alp.”**



QR-Code scannen und
Sämi jodeln hören.

**“Manchmal
fordere ich die
Kinder auf,
mitzusingen.
Das klappt fast
immer, und
am Ende der Fahrt
bedanken
sich alle bei mir.”**

Als Bub fährt er das Grosi heim

Fahren lernte er wie das Jodeln bereits als kleiner Bub. Auf den Bauernhöfen fuhren alle schon als Kind mit dem Traktor oder der Mähmaschine. «Da hiess es dann auch mal: Sämi, fahr die Grossmutter heim.» Es sei ja nur in den Nachbarort, einen Kilometer weit. «Natürlich habe ich das gemacht. Auto- und Postautofahren war und ist meine zweite Leidenschaft.»

Er lernte Zimmermann, arbeitete eineinhalb Jahre in Kanada, kehrte zurück und arbeitete bei verschiedenen Firmen als Chauffeur. Seine Lieblingsstrecke bis heute: von Grindelwald auf die Bussalp und zurück – eine Strecke, die jahrelang in seinem Dienstplan stand. Inbegriffen natürlich fast bei jeder Fahrt ein Jodellied für die Fahrgäste – oder auch mehrere. «Auch mir tut es unglaublich gut, wenn ich jodeln und den Menschen damit Freude bereiten kann.»

Die Elbphilharmonie als Ziel

Sein grösster Wunsch nach 40 Jahren Auftritten, mehreren CD- und Videoaufnahmen sowie Fernsehauftritten: ein Auftritt in der Elbphilharmonie in Hamburg. «Ich weiss nicht, ob das je sein wird», sagt Sämi, «aber wenn es sein soll, dann wird es gelingen.»

Seine Philosophie vergleicht er mit dem Reifen eines Apfels: «Wenn du zu früh reinbeisst, ist er sauer. Du musst dich gedulden, bis er die richtige Reife hat.» So sei es auch mit seinem Wunsch: «Nichts erzwingen. Reifen lassen», sagt Sämi, der Singing Driver aus dem Berner Oberland, der überall jodelt, wenn der Moment dafür reif ist.

Klick mich!

Neulich wartete ich auf der Post, bis ich an der Reihe war, um ein Paket zu retournieren. Neben mir stand ein älterer Herr, unter dem Arm eine Tageszeitung. Ich konnte die Überschrift lesen: «Kältewelle erreicht die Schweiz». Eine sachliche Schlagzeile, leise, unaufgeregt. Keine Explosion, kein Drama. Nur Wetter. Ich dachte: Je langweiliger eine Schlagzeile, desto lesenswerter ist die Geschichte – und umso besser steht es um die Welt.

Früher galt: Je grösser und schriller die Schlagzeile, desto tiefer die Qualität der Zeitung. Im Umkehrschluss: Je kleiner und ruhiger die Headline, desto seriöser das Produkt. Und vor allem: Es gab **die** eine Schlagzeile auf der Titelseite, die ziehen musste und auch auf den kleinen Plakaten an den Kiosken prangte.

Heute hat sich der Medienkonsum drastisch verändert. Gedruckte Zeitungen sind selten geworden. Es gibt nicht mehr die eine Schlagzeile, sondern eine erschlagende Vielzahl davon – und alle wollen unsere Aufmerksamkeit. Die Schlagzeile will auch nicht mehr bloss gelesen, sondern geklickt werden. Deshalb wird kräftig an der Aufmerksamkeitsspirale gedreht. Verführerische Schlagzeilen locken uns an und versprechen bisweilen gar wahre Sensationen. Wir öffnen sie wie eine Wundertüte und stellen nicht selten fest: Die Wundertüte ist voller Enttäuschung.

Aber ob der Artikel gelesen wird oder nicht, spielt keine Rolle. Hauptsache, er wurde geklickt. **Clickbait** nennen sie das. Eigentlich ein schönes Wort – wie etwas, das man beim Fischen verwendet, nur dass man diesmal selbst der Fisch ist.



**“Je langweiliger
eine Schlagzeile, desto
lesenswerter
ist die Geschichte.”**

Als das Paket auf dem Weg und ich wieder draussen war, war die angekündigte Kältewelle noch nicht angekommen. Es nieselte. Der Gewohnheit folgend wollte ich mein Handy aus der Tasche ziehen, die News checken, denn irgendwo wäre sicherlich irgendetwas passiert. Aber ich liess es sein; und für einen Moment war ich offline. Nicht verbunden mit der Welt und ihren Schlagzeilen – aber mittendrin im Nieselregen. Ein schöner, stiller Moment. Fast eine Schlagzeile wert.



Max Küng (56) ist Kolumnist und Autor und lebt in Zürich.



Weihnachten leicht gemacht:

Mit dem Geschenk, das immer passt.



Ein Geschenk,
tausende
Möglichkeiten.



Bilder, die mit KI erstellt worden sind. GVSCH250002

Beim Kauf einer Autobahnvignette erhältst du eine Powerbank zum Spezialpreis.*

Powerbank für
CHF 9.95 statt
CHF 39.95



postshop.ch



Im nächsten Pmag:

Kreieren wir noch digitale Welten –
oder hat die digitale Welt längst damit
begonnen, uns zu programmieren?

Foto: Dennis van Zijl/ekom

Die Post bewegt sich in der **physischen und der digitalen Welt.** Im **März-Pmag** schauen wir, was dort passiert, wo die beiden Welten aufeinander treffen.