

Bericht zum Umbau des Poststellennetzes 2001–2005

November 2005



Das Netz ist neu geknüpft.

DIE POST 

Inhaltsverzeichnis

Einführung	5
Das Poststellennetz an der Jahrhundertwende	6
Leitplanken und Ziele	7
Umbau des Landnetzes	8
Typisierung der Poststellen	8
Die Post sucht und findet neue Lösungen	9
Realisierung des Umbaus	10
Die Post stellt sich der Diskussion	11
Umbau der Stadtnetze	12
Ballungsräume: Zu viele Poststellen am falschen Ort	12
Ein Umbau auf wissenschaftlichem Fundament	13
Realisierung des Umbaus	15
Vorher – nachher: Resultate	16
Kennzahlen zum Poststellennetz	16
Hohe Kundenzufriedenheit	18
Blick in die Zukunft	19
Veränderung im Poststellenbestand pro Kanton (2001 – 2005)	20

Einführung



Immer wieder hat die Schweizerische Post in den vergangenen Jahrzehnten Poststellen eröffnet und geschlossen. In den 1990er-Jahren verstärkte sich der Druck, das Poststellennetz zu reorganisieren. Dieser Reformdruck ist kein helvetisches Phänomen. Die meisten europäischen Länder haben in den letzten Jahren ihre Postinfrastruktur grundlegend reorganisiert. Der Umbau der Netze ist zur Daueraufgabe geworden.

Am 18. Januar 2001 fiel der Startschuss zum bisher grössten Umbau des Schweizer Poststellennetzes. In zwei Projekten wurden sowohl das ländliche wie auch das Netz der 17 grössten Schweizer Städte analysiert und modernisiert. Die Post war bemüht, in dieser Reorganisation sämtliche Partner aus Politik, Behörden, Verbänden, Gewerkschaften und Mitarbeitenden einzubinden.

Nach über vier Jahren wurden die beiden Projekte am 31. Mai 2005 abgeschlossen. Der vorliegende Bericht lässt die wichtigsten Etappen nochmals Revue passieren und präsentiert die definitiven Resultate.

Das Poststellennetz an der Jahrtausendwende

Die Gründe zum Netzbau waren vielschichtig:

Historische Entwicklung

Die Grundstruktur des Poststellennetzes hatte den Mobilisierungs-, Urbanisierungs- und demographischen Wachstumsschub der Bevölkerung im 20. Jahrhundert kaum mitgemacht. Es spiegelte Verkehrsströme, Einkaufsgewohnheiten und Siedlungsmuster nur ungenügend wieder.

Verändertes Kundenverhalten

Das Verhalten der Kundschaft wandelt sich in immer kürzeren Zyklen. Trends folgen sich Schlag auf Schlag. Neue Arbeitszeitmodelle, Familien- und Verkehrsstrukturen führen zu neuen Bedürfnissen an die Post. Telefon, Fax, Handy, E-Mail und SMS lösen die traditionellen Briefe ab. Der Zahlungsverkehr wird immer häufiger elektronisch abgewickelt. Geschäftskunden wünschen die direkte Abholung ihrer Sendungen oder die Berücksichtigung anderer spezifischer Bedürfnisse.

Wachsender Wettbewerb

Der Monopolsenkungsfahrplan der EU ist stramm. Der Druck auf die Schweiz, ihren Postmarkt zu öffnen, wächst. Kürzlich hat der Bundesrat die Monopolgrenze bei Briefen auf 100 Gramm gesenkt. Immer mehr ausländische Postkonzerne und private Unternehmen mit flexiblen Strukturen bedrängen die Schweizerische Post.

Die Folge davon: eine Deckungslücke im Poststellennetz von über einer halben Milliarde Franken im Jahr 2000. Damals arbeiteten drei von vier Poststellen defizitär, die Hälfte davon konnte ihre Kosten zu weniger als 80 % decken. Angesichts des bundesrätlichen Auftrags, die Post habe wettbewerbsfähig, kundenorientiert und eigenwirtschaftlich zu arbeiten, war der Handlungsbedarf mehr als deutlich.

Leitplanken und Ziele



Der im Januar 2001 lancierte Umbau orientierte sich am Kundenverhalten, einer besseren Wirtschaftlichkeit und am gesetzlichen Auftrag, den postalischen Service public auch künftig flächendeckend und in bester Qualität zu erbringen. Im Bewusstsein ihrer Verantwortung als zweitgrösste Arbeitgeberin in der Schweiz gestaltete die Post den Umbau sozialverträglich.

Der Umbau zielte an, die Zahl der Poststellen von 3396 (2001) auf rund 2500 (2005) zu senken. Diese Restrukturierung des Landnetzes und der Stadtnetze sollte die ungedeckten Netzkosten um 100 Millionen Franken senken.

Umbau des Landnetzes

Typisierung der Poststellen

Zu Beginn des Netzumbaus wurden sämtliche Poststellen in drei Typen eingeteilt: kleine Poststellen (Typ P), mittelgrosse Poststellen (Typ PP) und grosse Poststellen (Typ PPP). Die Einteilung erfolgte nach Kriterien wie Umsatz, Kundenfrequenz oder Anzahl bedienter Haushaltungen. Für jeden der Poststellentypen wurde eine Produkt- und Dienstleistungsplatte definiert und Rahmenöffnungszeiten fixiert.

Statt wie bisher interne, organisatorische Faktoren bildeten neu also die Bedürfnisse und das Verhalten der Kundinnen und Kunden das Fundament des Poststellennetzes. Dies bedeutete den Abschied von der bisherigen Praxis, in jeder Poststelle unabhängig von der Nachfrage das Gesamtsortiment anzubieten. Ausser Frage stand dabei, dass die kleinen Poststellen weiterhin mindestens die gesetzlich definierten postalischen Grundleistungen anbieten würden (siehe Abbildung 1).

Gesamthaft wurden 1500 kleine Poststellen (P-Poststellen) definiert. Beim Umbau des Landnetzes standen allein diese Poststellen zur Debatte. Die Post suchte nach neuen Möglichkeiten, um den postalischen Service public dieser Poststellen weiterhin, aber teilweise in anderer Form gewährleisten zu können. Möglich waren die Ablösung durch einen Haus-Service, eine Agentur, Filiale oder eine mobile Poststelle (PostMobil). In einigen Fällen war auch eine ersatzlose Schliessung zu erwägen.

Postalischer Service public

Gemäss Postgesetz umfasst der postalische Service public (Universaldienst) die folgenden Grundleistungen:

- Annahme und Aufgabe von Briefen und Paketen (ohne Express)
- Einzahlungen und Auszahlungen
- Verkauf von Briefmarken

Abbildung 1:
Der postalische Service public

Kleine Poststellen (P)

Kleine und kleinste Poststellen vor allem in wenig bevölkerten Regionen.

Produkt- und Dienstleistungsangebot decken mindestens den postalischen Service public ab.

Etwa 1500 Poststellen.

Überführung in eine neue Betriebsform (Haus-Service, Agentur, Filiale, PostMobil)

Mittlere Poststellen (PP)

Die herkömmlichen Poststellen in Gemeinden durchschnittlicher Grösse.

Mittelgrosse Poststellen mit einem breiten Produkt- und Dienstleistungsangebot. Sie bilden das Grundgerüst des Poststellennetzes.

Grosse Poststellen (PPP)

«Supermärkte» der Post.

Breites Produkt- und Dienstleistungsangebot mit zahlreichen nicht-postalischen Markenartikeln.

Beispiele: Sihlpost (Zürich), Schanzenpost (Bern), Mont-Blanc (Genève), Lugano 1.

Abbildung 2: Kurzporträt der drei Poststellentypen



Die Post sucht und findet neue Lösungen

Haus-Service

Beim Haus-Service steht der Postbote im Rampenlicht. Er bringt den Postschalter an die Haustür. Die Kundinnen und Kunden signalisieren mit einem Schild am Briefkasten, dass sie ein Postgeschäft tätigen möchten. Der Postbote klingelt, verkauft zum Beispiel Briefmarken und nimmt Briefe und Pakete entgegen. Auch Einzahlungen können einfach erledigt werden. Und auf Verlangen bringt der Postbote auch Geld ins Haus. Publikumsbefragungen einige Monate nach Einführung des Haus-Services machten deutlich, dass die Kundinnen und Kunden diesen Service schätzen. In der Regel zeigten sich vier von fünf Befragten mit der Dienstleistung zufrieden bis sehr zufrieden.

Agentur

Um die Post im Dorf erhalten zu können, arbeitet die Post bei dieser Lösung mit externen Partnern zusammen. Diese betreiben im Auftrag der Post eine Agentur. Vor allem in kleineren Ortschaften können damit Synergien genutzt werden. Partnerschaften gibt es mit Gemeinden, Bahngesellschaften, Tourismusverbänden, Spitälern, Detaillisten usw. Die Kundschaft profitiert dabei von längeren Öffnungszeiten.

Filiale

Filialen sind kleine Poststellen, die administrativ wie buchhalterisch einer grösseren Poststelle unterstellt sind. Mit der Filiale bleibt die Post vor Ort. Die Kundinnen und Kunden werden weiterhin im vertrauten Postgebäude bedient – allerdings zu eingeschränkten Öffnungszeiten. Die Post bietet gewöhnlich aber weiterhin mehr Produkte und Dienstleistungen an, als ihr das Postgesetz vorschreibt.

Mobile Poststelle (PostMobil)

Bereits beim Start des Netzausbaus wurden sieben Gemeinden in Graubünden (Calancatal) und in der Nordwestschweiz (Burg im Leimental, BL; Mariastein, SO) per PostMobil versorgt. Das PostMobil bedient die Ortschaften zweimal täglich nach Fahrplan. Der einzige Unterschied zu einer «normalen» Poststelle besteht darin, dass die Kundschaft in einem Fahrzeug bedient wird – dem PostMobil eben. In der Praxis hat sich die mobile Post bewährt, die betroffene Bevölkerung ist mit dem Angebot zufrieden.

Realisierung des Umbaus

Der Umbau erfolgte nach einem standardisierten Prozess. Dieser bestimmte beispielsweise die Entscheidungskriterien, ob eine P-Poststelle durch eine Agentur, Filiale, mobile Poststelle oder einen Haus-Service abzulösen sei. In jedem Fall stand das Gespräch mit den Betroffenen, Behörden und Gewerkschaften im Zentrum. Die Zusammenarbeit war mehrheitlich konstruktiv, engagiert und von gegenseitigem Verständnis geprägt. Allerdings verpasste die Post verschiedentlich, ein gutes Gesprächsklima zu schaffen und Anliegen von Gemeinden und Behörden mit der nötigen Offenheit zu behandeln.

Die Zukunft jeder einzelner P-Poststelle wurde in einer vorberatenden Kommission aus Vertretern des Post-Managements und der Gewerkschaften beraten. Die Kommission stellte sicher, dass das Poststellennetz in der ganzen Schweiz nach einheitlichen Prinzipien umgebaut wurde. Dabei nahm sie sämtliche Poststellendossiers anhand folgender Kriterien unter die Lupe:

Interne Entscheidungskriterien	Externe Entscheidungskriterien
<ul style="list-style-type: none">– Geschäftsvolumen der Poststelle– Kundenfrequenz– Zustand bzw. Infrastruktur der Poststelle– Nötige Investitionen– Entwicklung des Zustelldienstes– Personelle Ressourcen	<ul style="list-style-type: none">– Marktsituation, Kundenbedürfnisse und -verhalten– Bevölkerungsentwicklung, Anzahl Haushalte– Umliegendes Poststellennetz– Potenzielle Agenturpartner– Topographie, Geographie, Tourismus– Verkehrsanbindung

Abbildung 3: Kriterien bei der Beurteilung der Poststellendossiers

Auf die Empfehlung der Kommission fällte das zuständige Konzernleitungsmitglied der Post, der Bereichsleiter «Poststellen und Verkauf», den definitiven Entscheid.



Die Post stellt sich der Diskussion

Insbesondere in ländlichen Regionen löste der Netzbau in Bevölkerung und Politik eine breite, zum Teil heftig geführte Debatte zum Service public aus. Um so wichtiger war für die Post deshalb die Kommunikation. Regelmässig hat die Post neben ihren Mitarbeitenden die Bevölkerung, nationale Politiker, Kantone, Gemeinden, Interessenverbände und Medien über den Umbau orientiert. So führte die Post weit über 4000 Gespräche mit Kantonen und Gemeinden. Die betroffene Bevölkerung wurde mit Flugblattaktionen oder an Informationsveranstaltungen orientiert. Aus diesen Kontakten gingen nicht selten neue Ideen hervor. Tausende von Flugblättern und lokalen wie nationalen Mediencommuniqués wurden verschickt.

Andererseits verlief – wie oben bereits erwähnt – nicht jedes Gespräch optimal. In einigen Fällen liess die Post beim Umgang mit den Anliegen der Betroffenen das nötige Fingerspitzengefühl vermissen. Sie hat daraus ihre Lehren für künftige Anpassungen im Poststellennetz gezogen.

Umbau der Stadtnetze

Ballungsräume: Zu viele Poststellen am falschen Ort

Ende des 20. Jahrhunderts lebten 70 Prozent der Schweizer Bevölkerung in Ballungsräumen – noch drei Jahrzehnte zuvor waren es bloss 30 Prozent gewesen. Neue Verkehrsknotenpunkte, Einkaufszentren und Geschäftsviertel waren entstanden. Andere Subzentren hatten an Bedeutung verloren. Mit diesem tief greifenden Wandel der Siedlungs- und Bevölkerungsstruktur in Städten und Agglomerationen hat das Poststellennetz nicht Schritt gehalten. Es verharrte in den überholten Strukturen des 19. und 20. Jahrhunderts.

Das Projekt untersuchte die Poststellennetze der 17 Städte Basel, Bellinzona, Bern, Biel, La Chaux-de-Fonds, Chur, Fribourg, Genève, Lausanne, Lugano, Luzern, Neuchâtel, Schaffhausen, St. Gallen, Thun, Winterthur und Zürich. Die Poststellendichte in diesen Städten war zwar hoch – Zürich zum Beispiel zählte vor dem Umbau 46 Poststellen –, doch waren viele dieser Poststellen ungünstig platziert. In vielen Quartieren wohnte die Bevölkerung nur wenige Hundert Meter von der nächsten Poststelle entfernt. In einer mobilen Stadtbevölkerung wird die Post im Wohnquartier aber immer unbedeutender, eine Post an den Knotenpunkten der Pendlerströme und des städtischen Lebens aber um so wichtiger. Die Post musste deshalb näher an ihre Kundinnen und Kunden, nicht umgekehrt.



Abbildung 4: Die 17 untersuchten Schweizer Städte



Ein Umbau auf wissenschaftlichem Fundament

Um die Kundenbedürfnisse zu kennen, analysierte die Post in Zusammenarbeit mit einem privaten Partner zuerst die Stadtnetze der acht grössten Schweizer Städte. Untersucht wurden Basel, Bern, Genève, Lausanne, Lugano, Luzern, St. Gallen und Zürich. Später wurden nach ähnlichem Muster Bellinzona, Biel, Chur, La Chaux-de-Fonds, Fribourg, Neuchâtel, Schaffhausen, Thun und Winterthur überprüft.

Publikumsumfrage

Im Sommer 2000 wurden in 52 Poststellen der acht grössten Schweizer Städte rund 8000 Kundinnen und Kunden repräsentativ befragt. Die Post wollte sich Klarheit über ihre Mobilität und individuellen Bedürfnisse verschaffen. Die Umfrage zeigte unter anderem, dass

- fast die Hälfte der Kundschaft zu Fuss zur Poststelle geht,
- 71 Prozent dabei weniger als 500 Meter zurücklegen müssen,
- die Kundschaft auf ihrem Arbeitsweg im Durchschnitt drei bis vier Poststellen passiert.

Fazit der Befragung: Für die immer mobilere Kundschaft ist weniger die Distanz zu einer Poststelle entscheidend als vielmehr die Zeit, die zur Erledigung eines Postgeschäfts benötigt wird.

Das ideale Stadtnetz

Auf Grund statistischer Daten wurde jedes Stadtnetz nach neun Kriterien analysiert und anschliessend kartographisch dargestellt (siehe Abbildung 5). Die einzelnen Ergebnisse wiederum wurden in einer Multikriterienanalyse verdichtet. Diese Synthese ermöglichte erstens eine Aussage über die Standortattraktivität der bestehenden städtischen Poststellen. Sie erlaubte zweitens, für jede Stadt ein Idealnetz zu konstruieren.











Thema	Karte	Kriterium	Thema	Karte	Kriterium
Einwohner		Nähe zu Wohngebieten	Parkplätze		Nähe zu Parkhäusern und -plätzen
Arbeitsplätze		Nähe zu Arbeitsplätzen	Infrastruktur		Nähe zu wichtiger öffentlicher und privater Infrastruktur
Attraktivität		Nähe zu Sehenswürdigkeiten, Sportstätten	Quartierstyp		Art des Quartiers (Einfamilienhaussiedlung, Industriequartier usw.)
Einkaufen		Nähe zu Einkaufszentren, Einkaufsstrassen	Sichtbarkeit		Wie gut sichtbar ist die Poststelle für Kundinnen und Kunden?
Öffentlicher Verkehr		Anbindung an den öffentlichen Verkehr	Resultat		

Abbildung 5: Multikriterienanalyse am Beispiel der Stadt Bern



Realisierung des Umbaus

Auf Basis dieser Idealnetze erarbeitete die Post zusammen mit Vertretern der Stadtbehörden und der Quartiervereine die in der Praxis tatsächlich umsetzbaren Stadtnetze. Dazu wurde die politische, gesellschaftliche und wirtschaftliche Machbarkeit der in den Studien gemachten Vorschläge (Schliessung, Beibehaltung, Neueröffnung einer Poststelle) überprüft. Die Post stellte Dossiers zusammen, auf deren Basis das zuständige Konzernleitungsmitglied schliesslich die Entscheide fällte. Wie beim Umbau des Landnetzes setzte die Post auf den offenen Dialog mit Bevölkerung, Behörden, Quartiervereinen, Gewerkschaften und anderen Interessengruppen.

Schliesslich hat sich gezeigt, dass in einigen Städten eine Feinjustierung der neu geschaffenen Poststellennetze nötig ist. Die rasante Marktentwicklung oder veränderte Kundenbedürfnisse können die Korrektur bereits getroffener Entscheide nötig machen. Die Post betrachtet den Netzbau als permanente Aufgabe. Sie steht dieser Entwicklung deshalb offen gegenüber.

Vorher – nachher: Resultate

Kennzahlen zum Poststellennetz

Die folgende Tabelle fasst die Zahlen zur Umwandlung des Landnetzes und der Stadtnetze für die ganze Schweiz zusammen. Die Kennzahlen pro Kanton finden sich auf den Seiten 20 bis 26.

Schweiz	Stand 2001	Stand 2005
Herkömmliche Poststellen	3396	1767
Filialen	–	657
Agenturen	–	126
Mobile Poststellen ¹	7	7
Haus-Services	–	968
Spezialfälle ²	244	–
– Ersatzlose Schliessungen	–	122
Total Kundenzugangspunkte	3647	3525

Tabelle 1: Kennzahlen des Poststellennetzes vor und nach dem Umbau, gesamte Schweiz

¹ Die mobile Poststelle erfordert äusserst spezifische Rahmenbedingungen (z. B. Geographie, Topographie, Anzahl Gemeinden). Deshalb wurde diese Variante nicht weiterverfolgt.

² Darunter fallen: Spezielle Annahmestellen (z. B. Bahnschalter); Selbstbedienungspoststellen (z. B. Fachschalter); Sonderpoststellen (z. B. Autosalon Genève Palexpo).

Die Zahlen in Tabelle 1 wie auch die Abbildung 7 verdeutlichen, dass der Zugang zu den Postdienstleistungen nach wie vor flächendeckend gewährleistet bleibt – so wie im Gesetz verlangt. Im Durchschnitt erreichen heute deutlich über 90 Prozent der Bevölkerung innert maximal 20 Minuten zu Fuss oder mit öffentlichen Verkehrsmitteln die nächste Poststelle. Und mit 2878 Einwohnern pro Poststelle (2001: 2208) gehört das Netz nach wie vor zu den dichtesten der Welt.

Der von der Schweizerischen Post erbrachte Service gehört also auch nach dem Umbau zur weltweiten Spitze. Dies bestätigt nicht zuletzt der im Juni 2005 publizierte Bericht von PostReg, der Post-Regulationsbehörde des Bundes. Die Schweiz profitiert demnach immer noch von einer grosszügigen, qualitativ hochstehenden postalischen Grundversorgung in der Fläche.

Mit dem Umbau konnten die ungedeckten Netzkosten um über 100 Millionen reduziert werden.



Stand 2001



● Poststelle

Stand 2005



● Poststelle ● Filiale ● Agentur ● Haus-Service ● Schliessung

Abbildungen 6 und 7: Das Poststellennetz vor (2001) und nach (2005) dem Umbau

Hohe Kundenzufriedenheit

Eine unabhängige, repräsentative Umfrage zur Zufriedenheit der Kundschaft hat Anfang 2002 belegt: Die Privatkundinnen und -kunden sind mit Agenturen, Filialen, Haus-Service und mobilen Poststellen überdurchschnittlich zufrieden. Eine weitere Befragung im Herbst 2003 bestätigte diese Ergebnisse.

In diese zweite Erhebung wurden zum Vergleich auch Personen in Gemeinden mit einer herkömmlichen Poststelle einbezogen. Die Frage lautete: Ist die Bevölkerung in Gemeinden mit Haus-Service, Filiale oder Agentur ähnlich zufrieden mit dem Post-Service wie die Bevölkerung mit einer herkömmlichen Poststelle vor Ort?

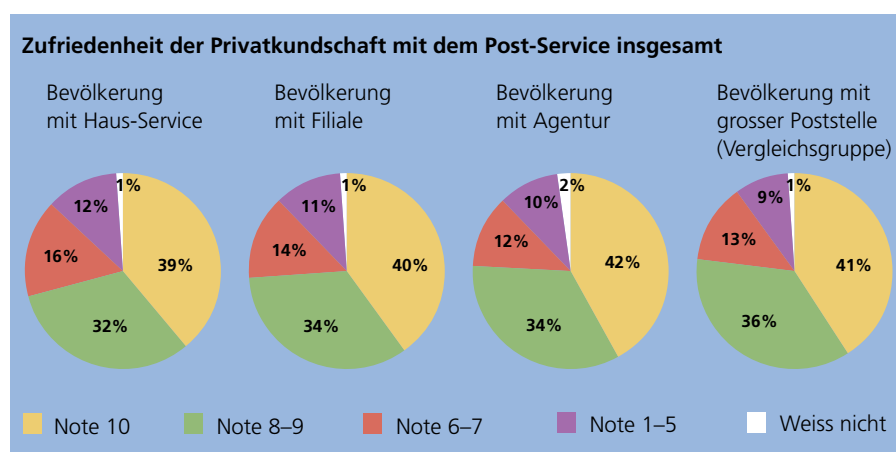


Abbildung 8: Resultate der unabhängigen Umfrage zum Post-Service (Herbst 2003)

Die Umfrage zeigte ganz klar: Die Zufriedenheit der Bevölkerung mit den Dienstleistungen der Post ist erstens unabhängig von der Form, in welcher diese erbracht werden. Zweitens nimmt die Post mit Freude zur Kenntnis, dass die Kundenzufriedenheit mit ihrer Arbeit generell relativ hoch ist.

Erhoben wurde in der zweiten Umfrage ausserdem die Zufriedenheit der kleinen und mittleren Unternehmen (KMU). Die KMU-Werte fallen etwas tiefer aus als die Ergebnisse bei der Privatkundschaft. KMU zeigen sich allerdings bei Umfragen zur Kundenzufriedenheit generell kritischer als die Privatkundschaft. Trotzdem sind die KMU-Werte im Vergleich mit ähnlichen Befragungen überdurchschnittlich hoch.

Kritik üben die Kundinnen und Kunden vor allem an den Öffnungszeiten der Post. Gewünscht werden längere Öffnungszeiten, namentlich am Abend. Die Post nimmt dieses Bedürfnis ernst. Bei der Weiterentwicklung des Poststellennetzes will sie den Zugang zu den Postdienstleistungen möglichst praktisch gestalten.

Blick in die Zukunft



Heute ist die Schweizerische Post mit gut 2500 Poststellen in der Fläche präsent. An dieser Präsenz wird nicht gerüttelt. Und dennoch ist die Weiterentwicklung des Poststellennetzes eine permanente Aufgabe. Zwischen 2000 und 2005 haben die Kundinnen und Kunden am Postschalter 31 Prozent weniger Briefe und 34 Prozent weniger Pakete aufgegeben. Die Zahl der Einzahlungen sank um 8 Prozent. Die entsprechenden Einbussen bei den Einnahmen machen die Einsparungen der letzten Jahre wieder zunichte. Es besteht deshalb nach wie vor Handlungsbedarf.

Die Schweizerische Post will – und muss – die Kundenfreundlichkeit und Wirtschaftlichkeit ihres Netzes weiter verbessern. Sie hat deshalb 2004 das Projekt «Ymago» lanciert. Derzeit werden vier verschiedene Möglichkeiten pilotiert:

- **Agenturen:** Die Post im Dorfladen nach dem Selbstbedienungsprinzip. Externe Partner (z. B. Detaillisten, Grossverteiler, Tourismus-Organisationen oder Bahnen) bieten eine möglichst einfache, kundenfreundliche Produktpalette an.
- **Postunternehmer:** Selbständige Unternehmer, die sich nebst den Dienstleistungen der Post ein zweites berufliches Standbein aufbauen. Sie bieten in ihrer Poststelle weitere Leistungen oder Produkte an - auf eigene Rechnung und auf eigenes Risiko.
- **Lead- und Zweig-Poststellen:** Zweig-Poststellen konzentrieren sich auf das Kundengeschäft und treten im Gegenzug administrative Arbeiten an die Lead-Poststelle ab.
- **Automaten:** Sie sollen in gut frequentierten Poststellen für die Aufgabe von Sendungen (Briefe, Pakete) und für den Zahlungsverkehr eingesetzt werden.

Die Pilotversuche sollen Aufschluss geben über Kundenakzeptanz und Alltagstauglichkeit. Sobald die Resultate vorliegen, wird die Post voraussichtlich Ende 2006 über die weitere Netzentwicklung entscheiden.

Gemäss dem Motto von Ymago «Im Dialog zu Lösungen» will die Post ihr Verkaufsnetz im Gespräch mit der Bevölkerung, mit Gemeinden, Kantonen, Verbänden, Gewerkschaften und ihren Mitarbeitenden entwickeln. Mit diesem Dialog entspricht die Post einem Bedürfnis, das beim bisherigen Netzbau immer wieder geäussert wurde. Eine im Jahr 2004 durch das Eidgenössische Departement für Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation (UVEK) ins Leben gerufene Kommission «Poststellen» unterstützt diesen Dialog.

Veränderung im Poststellenbestand pro Kanton (2001 – 2005)



Aargau	Stand 2001	Stand 2005
Herkömmliche Poststellen	236	140
Filialen	–	37
Agenturen	–	12
Mobile Poststellen	–	–
Haus-Services	–	53
Spezialfälle ³	15	–
– Ersatzlose Schliessungen	–	9
Total Kundenzugangspunkte	251	242



Appenzell Innerrhoden	Stand 2001	Stand 2005
Herkömmliche Poststellen	6	4
Filialen	–	1
Agenturen	–	–
Mobile Poststellen	–	–
Haus-Services	–	1
Spezialfälle ³	–	–
– Ersatzlose Schliessungen	–	–
Total Kundenzugangspunkte	6	6



Appenzell Ausserrhoden	Stand 2001	Stand 2005
Herkömmliche Poststellen	29	18
Filialen	–	5
Agenturen	–	–
Mobile Poststellen	–	–
Haus-Services	–	4
Spezialfälle ³	–	–
– Ersatzlose Schliessungen	–	2
Total Kundenzugangspunkte	29	27



Basel Landschaft	Stand 2001	Stand 2005
Herkömmliche Poststellen	90	48
Filialen	–	14
Agenturen	–	3
Mobile Poststellen ⁴	1	1
Haus-Services	–	25
Spezialfälle ³	3	–
– Ersatzlose Schliessungen	–	3
Total Kundenzugangspunkte	94	91

Basel Stadt	Stand 2001	Stand 2005
Herkömmliche Poststellen	29	24
Filialen	–	–
Agenturen	–	–
Mobile Poststellen	–	–
Haus-Services	–	–
Spezialfälle ³	–	–
– Ersatzlose Schliessungen	–	5
Total Kundenzugangspunkte	29	24⁵



Bern	Stand 2001	Stand 2005
Herkömmliche Poststellen	470	230
Filialen	–	90
Agenturen	–	12
Mobile Poststellen	–	–
Haus-Services	–	152
Spezialfälle ³	40	–
– Ersatzlose Schliessungen	–	26
Total Kundenzugangspunkte	510	484



Freiburg	Stand 2001	Stand 2005
Herkömmliche Poststellen	187	69
Filialen	–	51
Agenturen	–	2
Mobile Poststellen	–	–
Haus-Services	–	70
Spezialfälle ³	7	–
– Ersatzlose Schliessungen	–	2
Total Kundenzugangspunkte	194	192



Genf	Stand 2001	Stand 2005
Herkömmliche Poststellen	82	60
Filialen	–	14
Agenturen	–	1
Mobile Poststellen	–	–
Haus-Services	–	7
Spezialfälle ³	3	–
– Ersatzlose Schliessungen	–	3
Total Kundenzugangspunkte	85	82





Glarus	Stand 2001	Stand 2005
Herkömmliche Poststellen	27	13
Filialen	–	5
Agenturen	–	2
Mobile Poststellen	–	–
Haus-Services	–	7
Spezialfälle ³	–	–
– Ersatzlose Schliessungen	–	–
Total Kundenzugangspunkte	27	27



Graubünden	Stand 2001	Stand 2005
Herkömmliche Poststellen	262	85
Filialen	–	59
Agenturen	–	37
Mobile Poststellen ⁴	5	5
Haus-Services	–	90
Spezialfälle ³	16	–
– Ersatzlose Schliessungen	–	7
Total Kundenzugangspunkte	283	276



Jura	Stand 2001	Stand 2005
Herkömmliche Poststellen	79	27
Filialen	–	24
Agenturen	–	–
Mobile Poststellen	–	–
Haus-Services	–	31
Spezialfälle ³	3	–
– Ersatzlose Schliessungen	–	–
Total Kundenzugangspunkte	82	82



Luzern	Stand 2001	Stand 2005
Herkömmliche Poststellen	133	73
Filialen	–	28
Agenturen	–	6
Mobile Poststellen	–	–
Haus-Services	–	31
Spezialfälle ³	11	–
– Ersatzlose Schliessungen	–	6
Total Kundenzugangspunkte	144	138

Neuenburg	Stand 2001	Stand 2005
Herkömmliche Poststellen	86	41
Filialen	–	19
Agenturen	–	–
Mobile Poststellen	–	–
Haus-Services	–	26
Spezialfälle ³	4	–
– Ersatzlose Schliessungen	–	4
Total Kundenzugangspunkte	90	86



Nidwalden	Stand 2001	Stand 2005
Herkömmliche Poststellen	14	9
Filialen	–	1
Agenturen	–	–
Mobile Poststellen	–	–
Haus-Services	–	4
Spezialfälle ³	1	–
– Ersatzlose Schliessungen	–	–
Total Kundenzugangspunkte	14	14



Obwalden	Stand 2001	Stand 2005
Herkömmliche Poststellen	16	9
Filialen	–	2
Agenturen	–	1
Mobile Poststellen	–	–
Haus-Services	–	5
Spezialfälle ³	1	–
– Ersatzlose Schliessungen	–	–
Total Kundenzugangspunkte	17	17

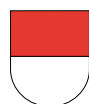


Schaffhausen	Stand 2001	Stand 2005
Herkömmliche Poststellen	40	18
Filialen	–	11
Agenturen	–	–
Mobile Poststellen	–	–
Haus-Services	–	12
Spezialfälle ³	1	–
– Ersatzlose Schliessungen	–	–
Total Kundenzugangspunkte	41	41





Schwyz	Stand 2001	Stand 2005
Herkömmliche Poststellen	48	32
Filialen	–	8
Agenturen	–	2
Mobile Poststellen	–	–
Haus-Services	–	6
Spezialfälle ³	1	–
– Ersatzlose Schliessungen	–	1
Total Kundenzugangspunkte	49	48



Solothurn	Stand 2001	Stand 2005
Herkömmliche Poststellen	113	70
Filialen	–	17
Agenturen	–	4
Mobile Poststellen ⁴	1	1
Haus-Services	–	26
Spezialfälle ³	6	–
– Ersatzlose Schliessungen	–	2
Total Kundenzugangspunkte	120	118



St. Gallen	Stand 2001	Stand 2005
Herkömmliche Poststellen	185	112
Filialen	–	33
Agenturen	–	2
Mobile Poststellen	–	–
Haus-Services	–	39
Spezialfälle ³	7	–
– Ersatzlose Schliessungen	–	6
Total Kundenzugangspunkte	192	186



Thurgau	Stand 2001	Stand 2005
Herkömmliche Poststellen	123	61
Filialen	–	28
Agenturen	–	4
Mobile Poststellen	–	–
Haus-Services	–	36
Spezialfälle ³	9	–
– Ersatzlose Schliessungen	–	3
Total Kundenzugangspunkte	132	129

Tessin	Stand 2001	Stand 2005
Herkömmliche Poststellen	251	120
Filialen	–	61
Agenturen	–	6
Mobile Poststellen	–	–
Haus-Services	–	116
Spezialfälle ³	57	–
– Ersatzlose Schliessungen	–	5
Total Kundenzugangspunkte	308	303



Uri	Stand 2001	Stand 2005
Herkömmliche Poststellen	27	12
Filialen	–	8
Agenturen	–	1
Mobile Poststellen	–	–
Haus-Services	–	6
Spezialfälle ³	–	–
– Ersatzlose Schliessungen	–	–
Total Kundenzugangspunkte	27	27

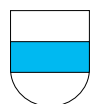


Waadt	Stand 2001	Stand 2005
Herkömmliche Poststellen	358	160
Filialen	–	76
Agenturen	–	6
Mobile Poststellen	–	–
Haus-Services	–	124
Spezialfälle ³	19	–
– Ersatzlose Schliessungen	–	11
Total Kundenzugangspunkte	377	366



Wallis	Stand 2001	Stand 2005
Herkömmliche Poststellen	196	100
Filialen	–	43
Agenturen	–	15
Mobile Poststellen	–	–
Haus-Services	–	58
Spezialfälle ³	30	–
– Ersatzlose Schliessungen	–	10
Total Kundenzugangspunkte	226	216





Zug	Stand 2001	Stand 2005
Herkömmliche Poststellen	20	14
Filialen	–	5
Agenturen	–	–
Mobile Poststellen	–	–
Haus-Services	–	3
Spezialfälle ³	2	–
– Ersatzlose Schliessungen	–	–
Total Kundenzugangspunkte	22	22



Zürich	Stand 2001	Stand 2005
Herkömmliche Poststellen	289	218
Filialen	–	17
Agenturen	–	10
Mobile Poststellen	–	–
Haus-Services	–	36
Spezialfälle ³	9	–
– Ersatzlose Schliessungen	–	17
Total Kundenzugangspunkte	298	281

³ Darunter fallen: Spezielle Annahmestellen (z. B. Bahnschalter); Selbstbedienungspoststellen (z. B. Fachschalter); Sonderpoststellen (z. B. Autosalon Genève Palexpo).

⁴ Die mobile Poststelle erfordert äusserst spezifische Rahmenbedingungen (z. B. Geographie, Topographie, Anzahl Gemeinden). Deshalb wurde diese Variante nicht weiterverfolgt.

³ Auf Grund der speziellen Verhältnisse sind die Agenturlösungen Basel Breite und Basel Bäumlihof und die interne Hauspost Basel 32 Roche und Basel 33 Novartis Campus nicht in dieser Zahl enthalten.

Impressum

Herausgeberin

Die Schweizerische Post
Poststellen und Verkauf
Viktoriastrasse 21
Postfach
3030 Bern
www.post.ch

Redaktion und Produktion

Text: Daniel Roulier,
Layout/Fotos: Simon Betschart

Druck

Merkur Druck AG, 4901 Langenthal

Auflage deutsch	4500
Auflage französisch	1500
Auflage italienisch	500

Die Schweizerische Post
Poststellen und Verkauf
Kommunikation
Viktoriastrasse 21
Postfach
3030 Bern

www.post.ch

DIE POST 