

Sinkende Umsätze am Postschalter

Traditionelle Postdienstleistungen erhalten zunehmend Konkurrenz von elektronischen Alternativen wie SMS, E-Mail und Internet-Banking. Viele Poststellen verzeichnen an den Schaltern weiterhin rückläufige Umsätze, weil die Kundinnen und Kunden weniger Briefe und Pakete aufgeben oder Einzahlungen erledigen. Der Rückgang der Briefe und Pakete bei den Poststellen kommt neben der elektronischen Substitution auch dadurch zustande, dass Geschäftskunden stärker über alternative Kanäle (z.B. Abholungen) bedient werden.

Neue Lösungen statt traditionelle Poststellen

Oft wird argumentiert, die Post sorge selbst für sinkende Umsätze in den Poststellen, weil sie Alternativen schaffe. Doch nicht die Post prägt das Verhalten der Menschen, sondern umgekehrt. Mit einer umfassenden Modernisierung trägt die Schweizerische Post veränderten Kundenbedürfnissen und neuen Technologien auch im Poststellennetz Rechnung: Sie erbringt heute ihre Dienstleistungen über neue Lösungen wie Abholungen, den Haus-Service, Agenturen («Post im Dorfladen») oder über Internet.

Alles auf der Post erhältlich

Heute bietet die Post am Schalter eigene Dienstleistungen in drei Märkten an: Briefe, Pakete und Finanzdienstleistungen (vor allem Zahlungsverkehr). Daneben wird mit dem Verkauf von weiteren Produkten (Telekommunikation, Papeterie usw.) zusätzlicher Deckungsbeitrag generiert und dadurch die Wirtschaftlichkeit der Poststellen verbessert. Damit bietet die Post ihren Kundinnen und Kunden ein umfassendes Angebot und berücksichtigt auch politische Anliegen. Wie gut das Poststellennetz den Kundenbedürfnissen Rechnung trägt, ergibt sich aus einem Vergleich mit den Filialnetzen von Banken oder dem Angebot privater Paketdienstleister.

Dichtes Netz

Internationale Studien zeigen, dass sich die Poststellennetze von Grundversorgungsanbietern in vielen Ländern von anderen Netzen unterscheiden: Postalische Grundversorger sind auch ausserhalb der Agglomerationen stärker präsent und unterhalten generell dichtere Netze als beispielsweise der Detailhandel oder die Banken – auch in der Schweiz.

Im Jahr 2007 führte die Post 2312 Poststellen mit einem Angebot an Zahlungsverkehrsdienstleistungen; im Jahr 2001 waren es noch 3396. Verglichen mit der Dichte privater Finanzinstitute ist das heutige Netz noch immer sehr umfassend: Das dichteste alternative Netz (Filialen

der Raiffeisenbanken) umfasst 1162 Filialen; dasjenige der Kantonalbanken nur 727 Filialen. Bezüglich des Zahlungsverkehrs befindet sich die Dichte des Poststellennetzes gemäss den Berechnungen von PostFinance weit über dem betriebswirtschaftlichen Optimum. Dass die Weiterentwicklung des Poststellennetzes keinen Leistungsabbau zur Folge hatte, zeigt auch die Entwicklung der Kundenzufriedenheit, welche konstant geblieben ist.

Bisher keine eigentlichen privaten Postnetze

Private Paketdienstleister bedienen in neuerer Zeit zunehmend KMU und Privatkunden. Dazu bauen sie alternative Annahmernetze auf – insbesondere in Zusammenarbeit mit dem Detailhandel. Auch in Deutschland können Kunden ihre Pakete in Bäckereien, Zeitschriftenläden, Tankstellen oder Wäschereien aufgeben oder abholen. Bezeichnend ist, dass private Anbieter keine eigenen Filialen aufbauen. Es ist also offensichtlich, dass es diese nicht braucht, um Paketdienstleistungen anzubieten.

Briefmengen unabhängig vom Poststellennetz

Im Briefmarkt gibt es in der Schweiz noch keinen privaten Anbieter, dessen Filialnetz als Referenz dienen könnte. Eine aktuelle statistische Auswertung der Sendungsmengen von 1980 bis 2006 zeigt aber, dass die Umgestaltung des Poststellennetzes bisher keinen Einfluss auf das Briefvolumen hatte, obwohl die Zahl der durch die Post in Eigenregie betriebenen Poststellen in den letzten Jahren gesunken ist.

Das Briefvolumen wird hingegen von drei Einflussgrössen geprägt:

- Je stärker die Wirtschaftsleistung (gemessen am Bruttoinlandsprodukt), desto grösser auch das Briefvolumen. Dies gilt insbesondere für adressierte und unadressierte Werbesendungen.
- Je höher der Preis, desto tiefer die Nachfrage nach Briefen.
- Je weiter verbreitet das Internet, desto weniger Briefe werden versendet. Ein typisches Beispiel dafür sind elektronische Bankauszüge, welche bereits heute weit verbreitet sind.

Entwicklungspotenzial

Insgesamt zeigt sich also, dass das aktuelle Poststellennetz für die angebotenen Dienstleistungen (Briefe, Pakete, Zahlungsverkehr) noch immer sehr dicht und nicht ausreichend den Kundenbedürfnissen entsprechend ausgestaltet ist. Eine konsequente Weiterentwicklung mit der Schaffung neuer Agenturen und einer Ausdehnung des Hauservices wird durch regulatorische Vorgaben gebremst. Die weitere Umsetzung neuer Angebotsformen könnte die Wirtschaftlichkeit der Post weiter erhöhen. Damit erhielten aber auch die Postkunden ihre gewohnten Dienstleistungen weiterhin in ihrer Nähe, zu attraktiveren Zeiten und in gewohnt hervorragender Qualität.

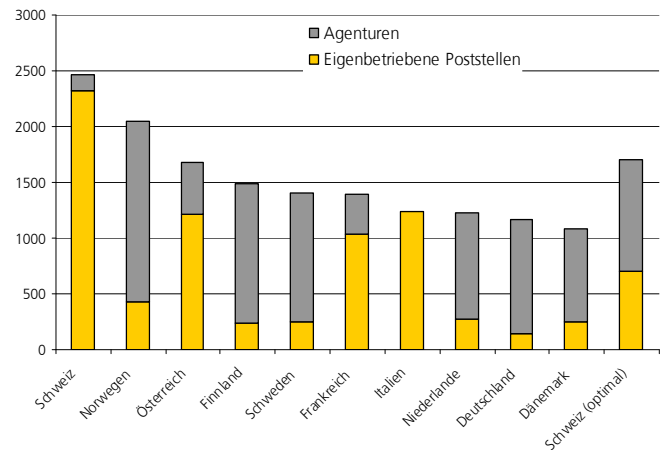
Weiterentwicklung des Poststellennetzes

Grundsätzlich gibt es verschiedene Möglichkeiten zur Weiterentwicklung des Poststellennetzes: Entweder können postalische Dienstleistungen zusammen mit Finanzdienstleistungen über den Schalter oder zusammen mit Lebensmitteln oder anderen wenig beratungsintensiven Produkten „im Dorfladen“ angeboten werden. Gemeinsam ist diesen Modellen, dass die logistischen Postprodukte nicht isoliert in eigens dafür betriebenen Filialen angeboten werden, sondern in Kombination mit anderen Produkten. In der Schweiz, wo der Umfang des Poststellennetzes stark reguliert ist, ist es optimal, stark auf die Ausweitung des Angebots an Finanzdienstleistungen zu setzen. Eine Banklizenz käme dieser Entwicklung entgegen.

Die wichtigsten Erkenntnisse

- Die Weiterentwicklung des Poststellennetzes hatte bisher keinen Einfluss auf das Briefvolumen.
- Verglichen mit Referenznetzen im Postmarkt und dem Filialnetz von Banken ist das schweizerische Poststellennetz noch immer sehr dicht und kundennah.
- Neue Formen der Poststellengestaltung erfüllen Kundenbedürfnisse optimal: durch lange Öffnungszeiten und ein ausgewogenes Sortiment. Die Möglichkeiten der Weiterentwicklung des Poststellennetzes wurden und werden allerdings politisch stark beeinflusst und eingeschränkt.

Poststellennetz im internationalen Vergleich



Quelle: WIK (2007), PostReg (2008)

Post international aktiv

Diese IAP-Analyse fasst die Ergebnisse einer Studie zusammen, die kürzlich von Mitarbeitenden des GS und von PV verfasst worden ist, und die demnächst in einem Sammelband zu „Postal Reform“ erscheinen wird: Martin Buser, Christian Jaag und Urs Trinkner (2008): „Economics of Post Office Networks: Strategic Issues and the Impact on Mail Demand“.

Vertreter der Post nehmen regelmässig an internationalen Konferenzen teil und stellen ihre Erkenntnisse zur Entwicklung der Post einem Fachpublikum vor.

Herausgeberin:
Die Schweizerische Post
Generalsekretariat
Internationales und Regulierung
Viktoriastrasse 21
3030 Bern
iap@post.ch

Nr. 2/2008
Redaktion:
Silvia Böhlen, GS3/IAP
Tel. 058 338 95 17
Fax 058 667 62 11
silvia.boehlen@post.ch