

SGVW – Tagung in Winterthur am 3.7.2003

Die Rolle des Arbeitgebers

Stichworte zum Referat von Dr. Ulrich Gygi, Konzernleiter, Die Schweizerische Post

Privatisierung – schlägt das Pendel zurück? (Titel der Tagung):

Ja, kann das bestätigen. Schmerzlich fühlbar in neuen Auflagen an die Post unter dem Stichwort Service public. Man tut so, als ob Post den Universaldienst nicht mehr erbringen wollte.

Blenden wir zurück: 1998: neues PG und POG; Post wird eigenständige Anstalt des Bundes

- mit klarem Auftrag
- Bundesrat setzt auf dieser Grundlage strategische Ziele für die Post (zitieren!)

Historischer Rahmen:

Aufbruchstimmung. Globalisierung, Marktöffnung, Wettbewerb wird in EU gefördert. Schweiz wächst langsamer als EU (Nullwachstum 90-96, EU 1,8 % real p.a.) Politik aktiv: Binnenmarktgesetz, Gesetz über Abbau techn Handelshemmnisse, BöB, neues Kartellgesetz, Verselbständigung der Regien (Bahnreform, Teilprivatisierung Swisscom, Verselbständigung Post, RUAG usw.). Verkrustete Märkte, mangelnder Binnenwettbewerb als Ursachen diagnostiziert. Grosse Infrastrukturvorhaben (NEAT, Bahn 2000) als Symbole des Aufbruchs.

Kehrseite der Medaille: Wettbewerb zwingt zu Umstrukturierungen, Sicherheit der Arbeitsplätze leidet; Verunsicherung im Volk, Einkommensunterschiede wachsen, Gewerkschaften erstarken; Missbräuche in den Chefetagen, Abzockerei, zugleich geraten Flaggschiffe der schweiz. Wirtschaft in Probleme (noch kurz zuvor erklärten die Weissbuchautoren, wie weise die Privatwirtschaft führe, wie unbeweglich und schwerfällig der Staat..). Volksabstimmungen um Elektrizitätswerke und Elektrizitätsmarktöffnung gehen verloren. Definitiv

kehrt der Wind mit dem EMG. Nicht zu sprechen vom Börsencrash, der zu tiefer wirtschaftlicher Resignation führt.

Die Postbemühungen um ein vernünftiges und bezahlbares Poststellennetz fallen just in diese Zeit (Beginn Januar 2001). Die Politik nimmt das Sujet dankbar auf und verschärft die Auflagen an die Post bez. Flächendeckung im Poststellennetz (Aenderung des liberalen PG). Zugleich reichen die Gewerkschaften die Initiative „Post für alle!“ ein. Die **Service public Diskussion** feiert Urstände, gleichzeitig beschliesst die gleiche **Politik** die **Oeffnung des Paketmarkts** auf 2004 und des **Briefmarkts** bis auf 100 g auf 2006 (im Einverständnis mit der Post; diese ist nicht einverstanden mit der PG-Aenderung, die erst noch ohne Abgeltung beschlossen wurde.)

Soweit zur Historie und Ausgangslage für die heutige Diskussion.

Ausgangslage der Post

Post als nationale Institution: jeder glaubt das Geschäft zu verstehen; jeder spricht mit; niemand glaubt, dass die Post gefährdet ist; niemand glaubt an ein Schicksal wie die Swissair; die meisten meinen, die Post müsse funktionieren, nicht rentieren. Für die meisten ist die Marktöffnung eine modische Zwängerei. Die Kunden sind an Tiefstpreise und viele Gratisleistungen von der alten PTT her gewöhnt (Quersubventionierung durch Telefon)

Märkte

Rückläufiger Briefmarkt wegen Substitution und schwacher Konjunktur, Wechsel zu margenschwachen Produkten; Paketmarkt: Anteilsverluste, insgesamt in Schweiz rückläufig;

Personenverkehr Stagnation bei schwacher Umsatzrendite (Sparmassnahmen öff. Hand), Finanzmarkt: enorme Konkurrenz im Retail

Technologie

Elektronische Kommunikation, ersetzt physische Nachrichten oder begleitet physischen Warenfluss (track and trace, elektronische Adresslesung, -codierung,- adressverwaltung, yellownet, yellowbill)

Neue Produkte, neue Märkte, neue Konkurrenten, es braucht neues Personal und neue Produktions- und Verkaufsmethoden.

Politik

Marktöffnung beschlossene Sache. Konkurrenz. Verpflichtung zu Universaldienst. Preisentscheide.

Post als Arbeitgeber

Meine These: **Ein öffentliches Unternehmen kann genau so effizient arbeiten wie ein privates, wenn die Politik ihm den gleichen unternehmerischen Spielraum einräumt wie der privaten Konkurrenz.**

Ich will gerne daran glauben, kann es ihnen aber leider nicht beweisen, da wir weit davon entfernt sind, gleich lange Spiesse zu haben.

- **Arbeitsrecht:** öffentlich-rechtliche Arbeitsverträge; ausgebauter Rechtsschutz bei Trennung (Verwaltungsverfahren); Legalitätsprinzip (gleicher Lohn für gleiche Arbeit landesweit); gesetzlicher Zwang zum Abschluss von GAV (Schiedsgericht bei fehlendem Konsens)
- **Rechtsform** ungeeignet für Partnerschaften und Kooperationen
- Ungenügendes Eigenkapital, ausstehende Verpflichtungen werden vom Bund nicht honoriert
- Kaderlohnbestimmungen
- Widersprüchliche **strategische Ziele**, ständige politische Einflussnahme nach unternehmensfremden Kriterien

Wir haben auch ein paar **Vorteile:**

- Staatsgarantie
- Keine Steuerpflicht auf Einkommen und Vermögen
- Kein Nacht-und Sonntagsfahrverbot im Service public

Schlussfolgerung:

Unser Ziel: Nr. 1 in logistischen Märkten auch noch in 10 Jahren; starke Retailbank; fortschrittlicher Arbeitgeber mit gut ausgebildetem, motiviertem Personal

Wir erreichen das nur, wenn wir im Wettbewerb bestehen. 80 % des Ertrags von Geschäftskunden; diese entscheiden sich emotionslos für das bessere Angebot. Loyalität zur Post kann man von ihnen nicht verlangen. Kundenbindung muss unser Bestreben sein. Als grösster Anbieter müssen wir Kostenführerschaft im Massengeschäft erringen.

Ohne gleich lange Spiesse ist das nicht möglich.

Es ist gefährlich, diese Dinge nicht wahrzunehmen, zB, dass die Post Dienstleistungen erbringt, die auch andere erbringen können!

Es wäre schade, nicht zeitgerecht zu handeln, nur weil wir noch kleine Gewinne machen. Die mittleren Postunternehmen sind akut gefährdet, wie das die österreichische, dänische, irische, blegische und griechische Post heute zeigen: sie alle suchen grosse Partner, meist kommt nur die Deutsche Post in Frage.

Oder ist es wirklich so, dass wir in der Schweiz uns immer erst bewegen, wenn es zu spät ist?

Was gilt es zu tun:

- **Kunden binden** durch konkurrenzfähige Angebote (Massengeschäft pflegen, aber individuelle Lösungen anbieten, zB Paketpost: Abholzeiten)
- Alle **Prozesse und Strukturen** rationeller, kostengünstiger gestalten; Einsatz von Informatik, Automation; Umgestaltung Poststellennetz
- **Auslandgeschäft** (Briefmarkt, logistische Gesamtlösungen) fördern
- **Preispolitik** gezielter einsetzen (nach Kapazitätsauslastung, Geschwindigkeit, Elastizität)

- **Rahmenbedingungen** schaffen: Arbeitsrecht flexibler gestalten, Konkurrenten per Konzession in arbeitsmarktliche Bedingungen einbinden. Bund muss seine Altlasten begleichen.

- **Kommunikationsaufgabe** lösen
