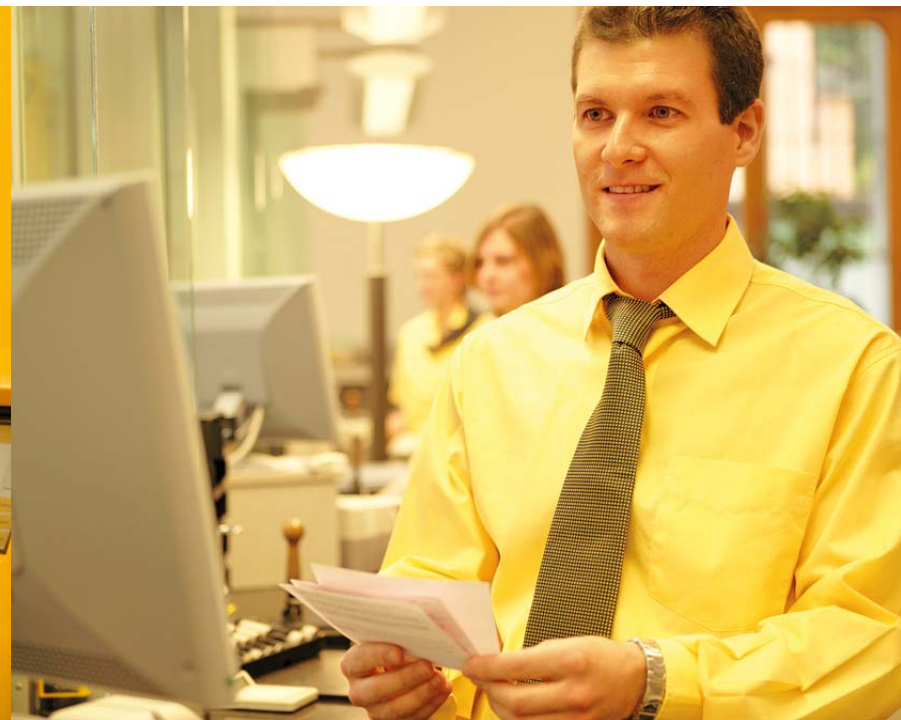


Poststellen und Verkauf

Ymago – im Dialog zu Lösungen



In eigener Sache

Wer ich bin

- Marcel Marti
- Lic. phil. hist. / PR-Berater in spe
- Projektleiter Kommunikation bei der Schweizerischen Post (seit 2003)
- Verantwortlich für die Kommunikation des **Projekts Ymago** (Poststellennetz)
- Frühere Tätigkeiten:
 - Mediensprecher (Expo.02)
 - Journalist
 - Politiker



Themen

Worüber ich spreche

1. Ymago – was ist das?

2. Dialog mit den Anspruchsgruppen: Konzept- und Testphase

3. Dialog mit den Anspruchsgruppen: Umsetzung

4. Versuch einer Bilanz

Ausgangslage

Das einzig Beständige ist der Wandel



Veränderte Rahmenbedingungen:

- Kundenverhalten
- Neue Technologien
- Liberalisierung / Wettbewerb

Folge: massive Rückgänge am Postschalter.

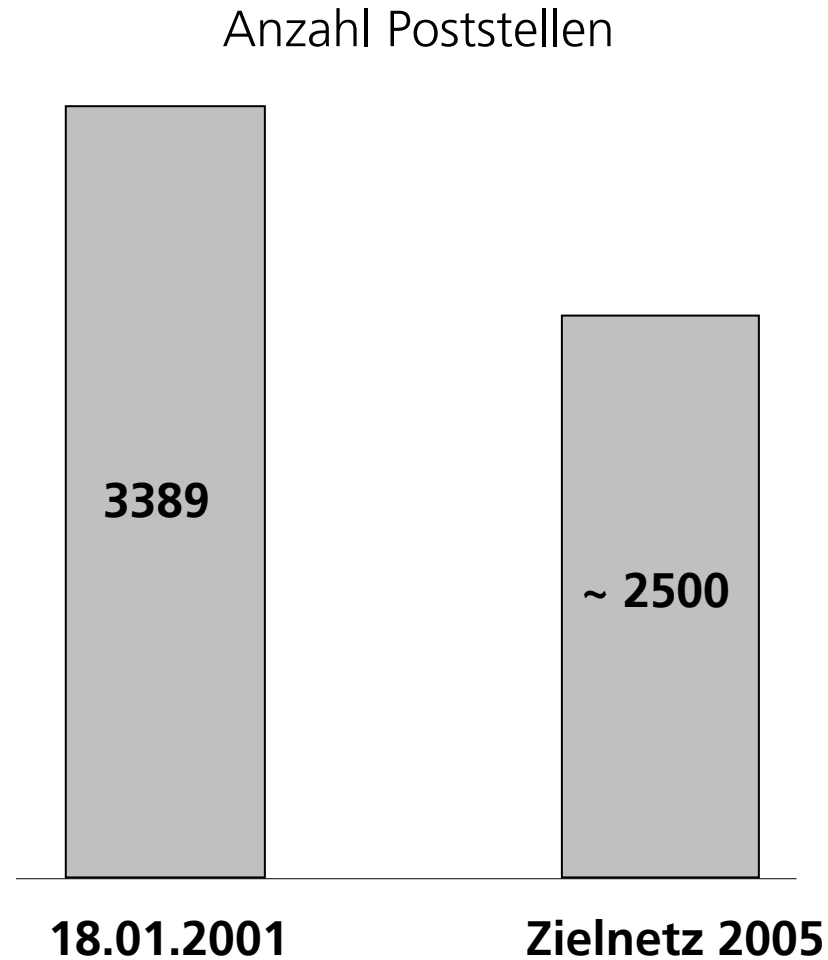
In Zahlen (2000 – 2006):

- Briefe einzeln und Massen = - 42 %
- Pakete einzeln = - 42 %
- Einzahlungen = - 14 %

Fazit: Es braucht neue Lösungen!

Netzentwicklung I

Typisierung Stadt- und Landnetz (2001 – 2005)



Netzentwicklung II

Ymago (2003 – 2008) / www.post.ch/ymago

Hintergrund:

- Imago (lat.) = Bild, Yellow = Postfarbe -> **Ymago** = Zukunftsbild der Post.
- **Ziel:** Kundenorientierung und Wirtschaftlichkeit im Verkaufsnetz verbessern.
- **Mottos:** im Dienst der Kunden / im Dialog zu Lösungen
- **Anspruch:** Grundversorgung in hoher Qualität bleibt gewährleistet.

Fahrplan:

- 2004: erste Ideen, Dialog mit allen Anspruchsgruppen.
- 2005: Pilotversuche zu vier neuen Modellen (Dauer: je rund ein Jahr).
- 2006: Abschluss und Auswertung der Tests, Entscheide Konzern.
- 2007 / 2008: Umsetzung.

Überblick Ymago

Vier Pilottypen

- **Poststellen:**
interne Reorganisation der Aufgaben zwischen den Poststellen.
- **Agenturen:**
Prinzip «Post im Dorfladen». Selbstbedienungswaage für Sendungen.
- **Postunternehmen:**
selbständige Poststellenleitende, die auf eigene Rechnung und auf eigenes Risiko ein postfremdes Zusatzgeschäft betreiben.
- **Überweisungsautomaten:**
Ergänzung des Angebots an Standorten mit hohen Kundenfrequenzen.



Themen

Worüber ich spreche

1. Ymago – was ist das?

2. Dialog mit den Anspruchsgruppen: Konzept- und Testphase

3. Dialog mit den Anspruchsgruppen: Umsetzung

4. Fazit

Bestimmung der Anspruchsgruppen

„Die Post – ein Stück Schweiz“



economieuisse



Bestimmung der Anspruchsgruppen

Gleich ist nicht gleich!

Personal

- betroffene Postmitarbeitende
- gesamtes Postpersonal

Politische Entscheidungsträger

- lokale Behörden
- Kantonsregierungen
- National- und Ständeräte
- (Bundesrats-)Parteien

Partner

- Agenturpartner
- Lieferanten (Automaten)
- Hauseigentümer / Vermieter

Interessenorganisationen

- Verbände
- Gewerkschaften

Kundinnen und Kunden

- lokale Bevölkerung
- Gesamtbevölkerung

Medien

- lokale und regionale Medien
- nationale Medien

Dialog mit den Anspruchsgruppen

Ziele

- Dialog etablieren, **Philosophie** vermitteln („keine pfannenfertigen Lösungen“)
- Bedürfnisse und **Sensibilitäten** erfassen
- **Akzeptanz** und **Vertrauen** schaffen
- **Orientierungshilfe** für die Projektarbeit (Ideen, Kritik und Anregungen)
- Eventuell zusätzliche **Ideen** in die Projektarbeit aufnehmen



Dialog mit den Anspruchsgruppen

Massnahmen – was hätten Sie getan?

Ausgangssituation

- Idee zu Pilotversuchen, Inhalte aber noch offen
- Dauer des Projekts offen
- Termine für Entscheide und Umsetzung offen
- individuelle Betroffenheit offen



Dialog mit den Anspruchsgruppen

Massnahmen zum Projektstart (2004)

- **20. April 2004:** erste interne und externe Kommunikation
- **Hauptbotschaft:** Projektentwicklung im Dialog
- **Anspruchsgruppen:** Mitarbeitende, Medien, Kantonsregierungen
- **Mitarbeitende:**
 - persönlicher Brief (ca. 18'000 Adressaten)
 - Intranet (News und Homepage)
 - Dokumentation zum Poststellennetz



Dialog mit den Anspruchsgruppen

Massnahmen in der Konzept- und Testphase (2004 – 2006)



Mitarbeitende

- Meetings
- Ideen-Workshops
- Reflektorengruppen
- Umfrage zur Projektkommunikation (Intranet)
- Gespräche / Umfragen an Pilotstandorten
- Berichte in der Mitarbeiterzeitung
- Berichte zum Dialog mit den Anspruchsgruppen
- Poststellen-Aushang
- Hotline
- Mailbox
- Werkstattbericht (Kader Post)

Dialog mit den Anspruchsgruppen

Allgemeine Erkenntnisse aus der Konzept- und Testphase

Ziel erreicht:

- Interessen und Ansprüche kennen lernen
- Grundstein für Überzeugungsarbeit legen
- potenzielle Koalitionspartner identifizieren



Ziel nicht erreicht:

- Ideenpool für Ymago entscheidend anreichern
- wesentliche konstruktive Kritik einholen

➤ **keine fundamental neuen Erkenntnisse**

➤ **ABER: DER WEG IST DAS ZIEL!**



Dialog mit den Anspruchsgruppen

Erkenntnisse bezüglich der Mitarbeitenden



- Ymago ist **bekannt**
- Die **Botschaften** sind angekommen, aber:
- sehr unterschiedlicher **Wissensstand**
- Lob für **Kommunikationsträger** (Chefs)
- Kritik an **Kommunikationsinhalten** (mager)
- Hauptthemen: **Postunternehmen** und **Poststellen**
- Hauptfragen: **Zukunft** Poststellennetz und Jobs
- Zum Teil **Verunsicherung** und **Ungeduld**
- Dialog als Plattform zur „**Chropfleerete**“
- Wenig Input für die **Projektarbeit**
- Mitarbeitende in Pilotversuchen:
nach erstem Taucher **höhere Zufriedenheit**

Dialog mit den Anspruchsgruppen

Fazit Mitarbeitende in der Konzept- und Testphase

- + Steuerung der Kommunikation (keine Geheimpläne und Krisen!)
- + Offenheit / Transparenz
- + grundsätzlich Akzeptanz und Vertrauen („die Post lässt niemanden fallen“)
- + positive Erfahrungen der Mitarbeitenden im Testbetrieb

- Wissensunterschiede / Informationen ignorieren (Betroffenheit fehlt noch!)
- Anspannung und Ungeduld
- Zum Teil verzerrte Wahrnehmungen / „Mind Change“

Themen

Worüber ich spreche

1. Ymago – was ist das?
2. Dialog mit den Anspruchsgruppen: Konzept- und Testphase

3. Dialog mit den Anspruchsgruppen: Umsetzung

4. Versuch einer Bilanz

Umsetzung

Die Entscheide (Oktober 2006)

Agenturen:

- Realisierung von rund 200 Agenturen nach neuem Modell (2007 / 2008)

Poststellen:

- flächendeckende Umsetzung der internen Reorganisation bis Ende 2007

Postunternehmer:

- Verlängerung des Pilotbetriebs bis Mitte 2007

Überweisungsautomaten:

- Abschluss der Pilotversuche im November 2006, keine Umsetzung

Umsetzung

Die Herausforderungen

- **Abbau** von 400 bis 500 Stellen ohne Entlassungen
 - doch wer ist betroffen?
- Poststellenleitende: zum Teil Änderungen von Funktionstufen und **Lohn**
 - doch wer ist betroffen?
- massiver Widerstand der **Gewerkschaften**



Umsetzung

Die Kommunikation

Mitarbeitende:

- Persönlicher Brief
- Intranet (News und Homepage)
- Meetings mit Poststellenleitenden und Mitarbeitenden
- persönliche Gespräche (Stichwort Migration)
- Mitarbeiterzeitung
- Intranet
- Mailbox
- Poststellen-Aushang
- „direkter Draht“

Umsetzung

Fazit Mitarbeitende

- + Steuerung der Kommunikation (keine Geheimpläne und Krisen!)
- + Insgesamt wenige negative Reaktionen und Widerstand
- + Erwartungsmanagement gelungen (+ Abfederung mit Sozialplan!)
- + Einsichten und Erkenntnisse („gar nicht so schlecht“)
- Zum Teil noch länger anhaltende Verunsicherung bez. Funktion und Lohn
- Zum Teil Zukunftsperspektiven der Poststellenleitenden

Themen

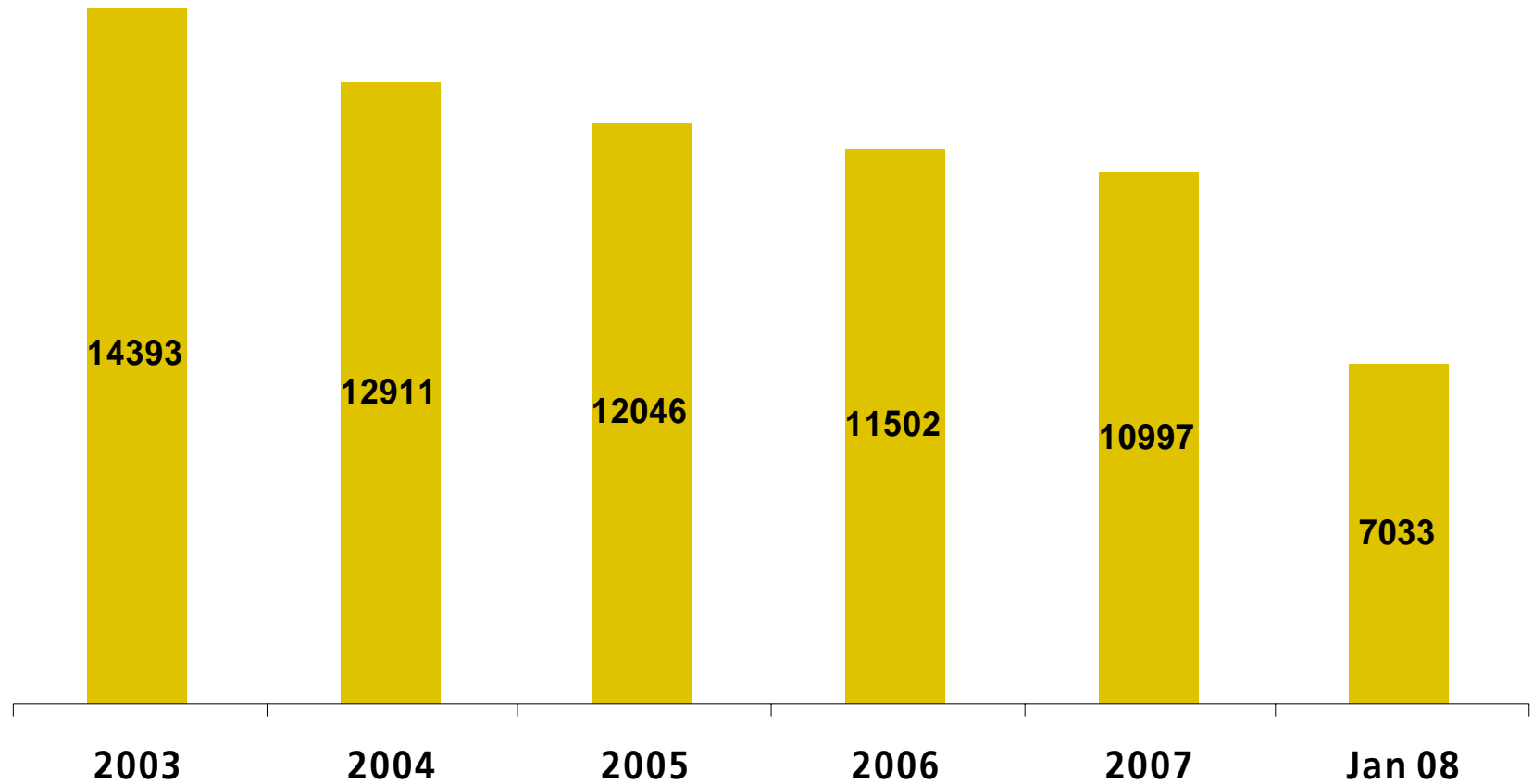
Worüber ich spreche

1. Ymago – was ist das?
2. Dialog mit den Anspruchsgruppen: Konzept- und Testphase
3. Dialog mit den Anspruchsgruppen: Umsetzung

4. Versuch einer Bilanz

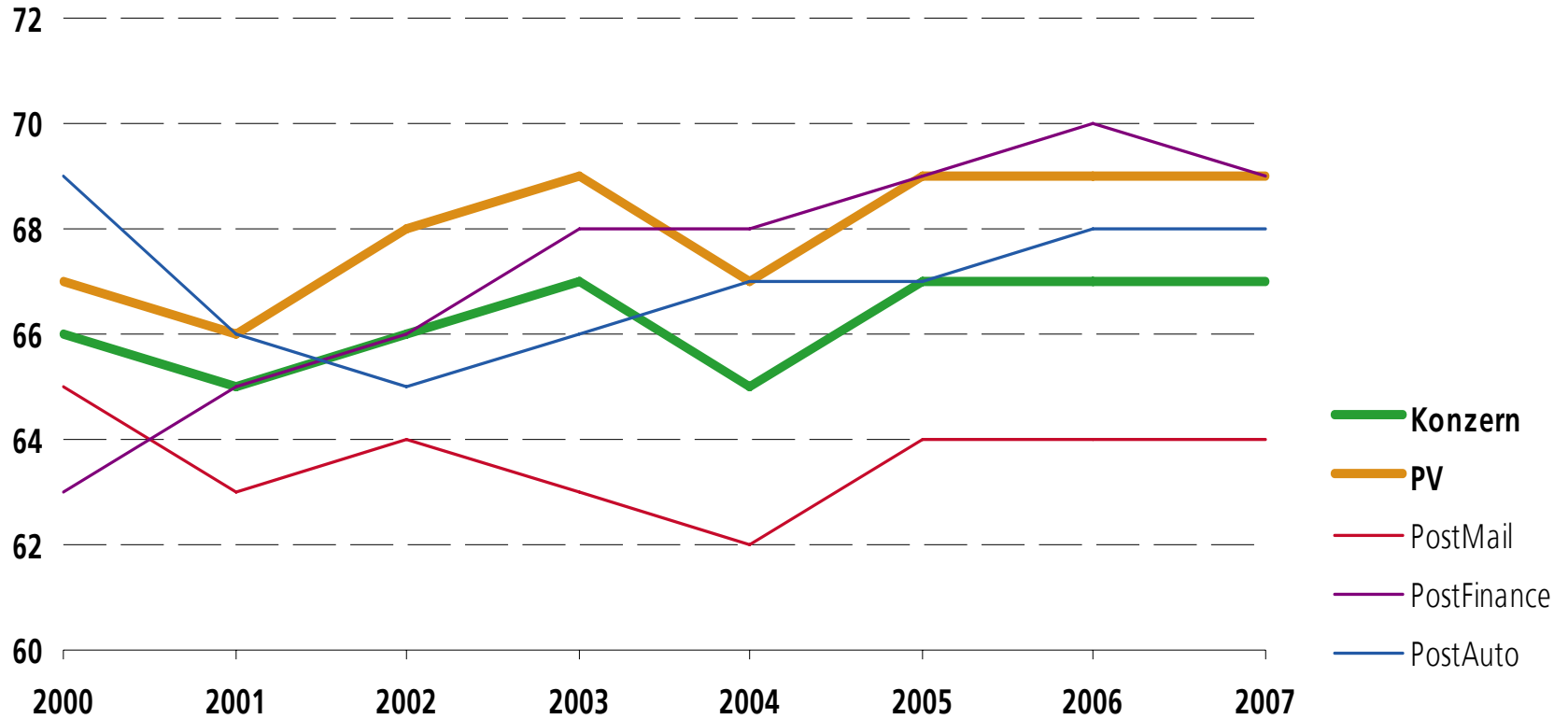
Personalbestand

Entwicklung der Personaleinheiten (Stellen)



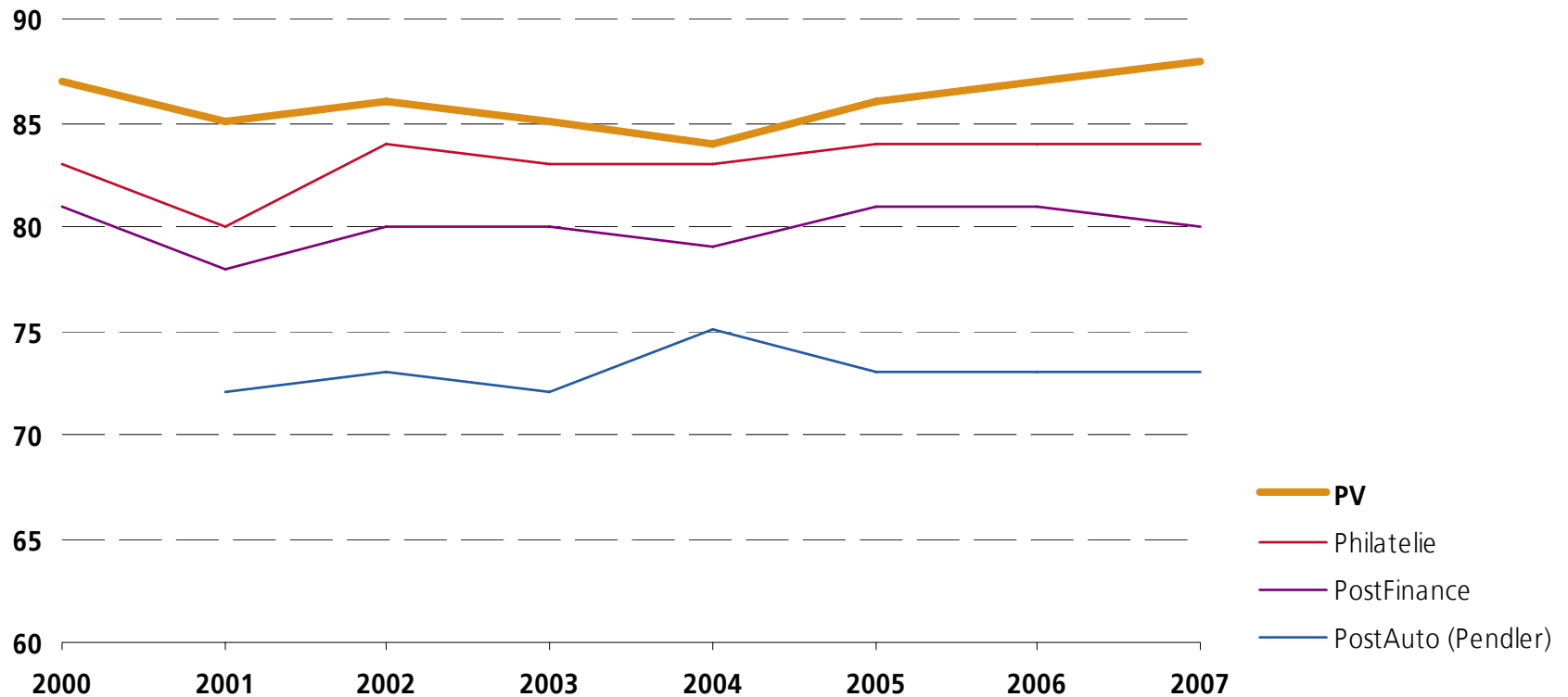
Personalfriedenheit

Spitzenwert im Poststellennetz (PV)



Kundenzufriedenheit

Spitzenwert im Poststellennetz (PV)



Rückblick

Würde ich alles nochmals gleich machen?

- **Ja** – grundsätzlich!
- **Verbesserungsmöglichkeiten:**



Danke für Ihre Aufmerksamkeit!

