



Roberto Cirillo (53), Konzernleiter der Post: «Wir wollen einen starken Service public.»

«Es ist ein epochaler Wandel im Gang»

Die Schweizerische Post feiert ihr 175-jähriges Bestehen. Konzernleiter Roberto Cirillo über die wichtigsten Meilensteine des Unternehmens, den Einsatz von Drohnen sowie die Zeit vor Weihnachten, für die jeweils ein Kraftakt nötig ist.

TEXT DANIELE PINI

Roberto Cirillo, mit 175 Jahren darf man sich alt fühlen:

Wie erlebt die Post ihr Alter?

Sehr gut, denn die Post ist gesund. Aber wir dürfen uns nicht auf unseren Lorbeeren ausruhen, sondern müssen uns auf die Herausforderungen der nächsten 175 Jahre vorbereiten.

Was waren in diesen 175 Jahren aus Ihrer Sicht die drei wichtigsten Meilensteine?

Aus der langen Liste von Schlüsselmomenten würde ich den Gründungsakt der jungen Schweizerischen Eidgenossenschaft 1848 hervorheben, der ein Jahr später zur Gründung der Post führte. Für die Eidgenossenschaft war die Post eines der ersten Signale an das Land, dass man eine vereinte Nation werden wollte, die allen dient. Der zweite Meilenstein war die enorme Fähigkeit der Post, grosse technologische Veränderungen zu erkennen – wenn nicht sogar vorwegzunehmen: etwa von den Kutschen zu den Diesel-Postautos. Die Automatisierung durch die Einführung der Postleitzahlen ist ein weiteres Beispiel. Der dritte grosse Moment war die Umwandlung der Post in eine Aktiengesellschaft des öffentlichen Rechts.

Kommen wir zur Gegenwart:

Welche Postdienste nutzen Sie persönlich?

Wie jede Familie nutzen auch wir die Paketlieferung und -sendung. Der Postbote ist das Gesicht der gesamten Online-Lieferkette, er bringt das Paket physisch nach Hause. Ein weiterer Service, den ich nutze, ist die e-Post, also die digitale Post, die mir die physische Post in digitaler Form auf mein Handy schickt. So muss ich nicht immer zu Hause in Zürich sein. Schliesslich nutze ich auch die Möglichkeit, viele Dokumente elektronisch zu unterschreiben, die ich täglich erhalte.

Was die Paketverteilung betrifft, könnte man fast den Eindruck bekommen, dass Sie froh sind, wenn es Mitbewerber gibt, die Ihnen «unter die Arme greifen».

Der Paketmarkt wurde vor über 20 Jahren liberalisiert. Es gibt einen starken Wettbewerb in einem freien Markt, in dem wir stets den besten Service bieten wollen. In diesem Sektor haben wir kein Monopol oder keine Schutzstellung. Der

Unterschied liegt darin, dass wir auch in den abgelegensten Winkeln des Landes denselben Service anbieten, während sich die Konkurrenz auf die Dienstleistungen in der Stadt konzentriert.

Vielleicht kommt die grösste Hilfe ja von den Drohnen, oder wie sehen Sie die Zukunft in diesem Bereich?

Wir glauben nicht, dass Drohnen zu einer Masslösung werden. Bei der enormen Anzahl der Lieferungen, die wir heute schon haben, würden wir den Himmel mit Drohnen überfluten. Was wir jedoch tun, ist, neue Technologien und neue Verteilmethoden zu testen: In unseren Verteilzentren ist die Robotik bereits sehr präsent.

Während die Pakete zunehmen, sinken die Sendungen von Printzeitungen und Briefen: Welche Auswirkungen hat das auf die Arbeit der Postboten?

Enorme Auswirkungen. Es ist ein epochaler Wandel der Arbeitsweise im Gang. Früher wurden fast nur Briefe verteilt: eine verhältnismässig leichte und schnelle Zustellung. Ein Paket hingegen ist ein schweres, sperriges und damit schwieriger zu handhabendes Objekt. Die Arbeit der Postboten wird damit körperlicher, und auch der Kontakt zu den Menschen ist häufiger als bei der Brieflieferung. Ebenso hat sich die Arbeitsweise geändert: Heute werden die Routen der Postboten elektronisch festgelegt, der Kunde wird so in naher Zukunft sehen können, wo sich das Fahrzeug mit dem Paket befindet, das er online bestellt hat. Das ist sowohl für gewerbliche Kunden als auch für die Bevölkerung wichtig. Vielleicht auch im Hinblick auf die Veränderungen durch Homeoffice, bei dem die Leute zu Hause sind und auf ihr Paket warten.

In diesem Zusammenhang trägt die Zustellung der Coopzeitung und überhaupt der Coop-Presse dazu bei, viele Arbeitsplätze zu erhalten. Oder täusche ich mich?

Ich halte die Coopzeitung für eine zentrale Stütze der gedruckten Presse in den Haushalten. Im Gegensatz zu Tageszeitungen hat die Coopzeitung eine längere Lebensdauer und wird über die Woche hinweg in der Familie gelesen. Für uns bei der Post ist dieser regelmässige Mas-

senversand sehr wichtig. Im Unterschied zu den Tageszeitungen, die eine Zustellung bis 12.30 Uhr erfordern, lässt uns die Coopzeitung mehr Spielraum und wird mit der normalen Post zugestellt.

Trotzdem – wenn man die Postbot:innen auf der Strasse sieht, scheint es, als seien sie mit immer grösseren Motorrollern und Wagen unterwegs: Fehlt es an Personal?

Im Allgemeinen ist die Arbeitsbelastung pro Mitarbeiter in den letzten Jahren gesenkt worden, abgesehen von der Zeit der Corona-Pandemie. Was sich geändert hat, ist das, was ich erwähnt habe: Während man früher Hunderte von Briefen in zwei Kisten auf dem Motorroller transportieren konnte, ist das mit dem Anstieg der Pakete nicht mehr möglich.

Ihre Aufgabe verpflichtet Sie, das gesamte Land abzudecken: Welche Entwicklungen erwarten wir in den abgelegeneren Regionen?

Wir wollen einen starken Service public. Der Zugang zu allen Dienstleistungen muss für alle garantiert sein. Dafür wollen wir die flächendeckende Zustellung aufrechterhalten. Wo jedoch die Nachfrage erheblich sinkt, möchten wir in der Lage sein, die Form dieses Services anzupassen. → Seite 19

ROBERTO CIRILLO

Vielfältige Berufserfahrung

Roberto Cirillo, 1971 in Zürich geboren, wuchs in Novazzano TI auf. Nach dem Studium des Maschinenbaus an der ETH Zürich war er in der Forschung und Lehre an der ETH tätig, bevor er zu McKinsey wechselte, wo er in China, der Türkei, Australien und Russland tätig war. 2009 wurde er CEO von Sodexo in Frankreich. Acht Jahre arbeitete er dort, bevor er nach London zog, um ein internationales Krankenhausunternehmen zu leiten. Seit 2019 ist er Konzernleiter der Post. Mit seiner Frau teilt er dieselbe Leidenschaft: das Reisen.



Die Zahl der verschickten Pakete wächst von Jahr zu Jahr.

Wir dürfen nie vergessen, dass 95 Prozent des Umsatzes der Post mit Unternehmen gemacht werden – kleinen, mittleren und grossen.

Weihnachten naht: Wie bereiten Sie sich auf diesen Kraftakt vor?

Die Vorbereitung beginnt viele Monate im Voraus. Wir erhöhen die Zahl der temporären Mitarbeitenden um 500 Personen, verlängern die Betriebszeiten in den Sortierzentren und steigern die Anzahl der Zustellfahrten ab dem Black Friday. In den letzten Jahren haben wir auch die logistische Infrastruktur insgesamt ausgebaut. Die Anzahl der Pakete hängt stark von der wirtschaftlichen Lage ab – eine genaue Prognose ist schwierig, obwohl der langfristige Trend weiterhin steigend ist.

Roberto Cirillo, wir danken Ihnen für das Gespräch. ●

→ In den letzten Jahren haben Sie die Zahl der Filialen stark reduziert: Was bieten Sie als Alternative?

Die radikale Veränderung der Nachfrage zwingt uns, auch die Form der Filialen anzupassen. Da gibt es Standorte, die teils vor über hundert Jahren eröffnet wurden, ohne dass sie gross verändert wurden! Die rund 1230 Filialen – bei insgesamt 2000 –, die wir in Partnerschaft mit anderen betreiben, sind bei der Bevölkerung sehr beliebt.

Die Post wird auch in Zukunft ein wichtiger Teil des öffentlichen Dienstes sein. Klar ist, dass wir, da die Kommunikation künftig vor allem digital erfolgen wird, neue Dienstleistungen entwickeln müssen, die auf diese veränderten Bedürfnisse eingehen. Auch die Logistik wird sich weiter verändern und noch transparenter werden, um den Anforderungen der Wirtschaft gerecht zu werden.

«Die Hälfte der Haushalte hat ein Konto bei Postfinance.»

Umstritten ist auch die Postfinance: Ist sie als Konkurrenz zu den Banken für die Bürgerinnen und Bürger wirklich von Nutzen, oder dient sie Ihnen vor allem für interne Finanzierungen innerhalb der Post?

Ich möchte gleich zu Beginn eine Sache klarstellen: Der Konzernleiter der Post ist nicht der Chef von Postfinance. Die Schweizerische Post ist Eigentümerin von Postfinance, aber Postfinance agiert auf dem Schweizer Finanzmarkt wie jede andere Bank auch. Was stimmt, ist, dass Postfinance zusammen mit der Post einen Grundversorgungsauftrag für den Zahlungsverkehr ausführt. Man darf auch nicht vergessen: Postfinance ist die Bank der Schweizer Bevölkerung – die Hälfte der Haushalte hat ein Konto bei Postfinance.

Wie sehen Sie die Post in zehn Jahren?

ANZEIGE

BLACK WEEKS

coop mobile

60%

coop mobile

Jetzt mit lebenslangem Rabatt

Mobile Abos ab **9.95/Mt.**

Angebote gelten für Abo Neu- und Bestandskunden und beinhalten einen lebenslangen Rabatt.

Jetzt direkt bestellen unter **0800 361 361**

InterDiscount **Fust**
coopmobile.ch