

Strategische Ziele des Bundesrates für die Post 2002 - 2005

Einleitung

Der Bund ist Eigentümer der Post. Die Eignerinteressen werden durch den Bundesrat wahrgenommen. Dabei berücksichtigt er die unternehmerischen Freiheiten der Post und schafft optimale Voraussetzungen für ein erfolgreiches Auftreten am Markt. Gestützt auf Artikel 6 des Postorganisationsgesetzes (POG) legt der Bundesrat die strategischen Ziele der Post für eine Vierjahresperiode fest. Der Bundesrat verpflichtet sich damit auf längerfristige, konsistente Ziele. Der Verwaltungsrat der Post orientiert den Bundesrat jährlich mit dem Geschäftsbericht über die Erreichung der Ziele. Da sich das Umfeld der Unternehmung in einem ständigen Wandel befindet, werden die Ziele bei Bedarf angepasst.

1 Strategische Schwerpunkte

Mit der Post stellt der Bund die verfassungs- und gesetzmässige Verpflichtung zur landesweiten Grundversorgung mit Post- und Zahlungsverkehrsdienstleistungen sicher, wie sie in Artikel 92 der Bundesverfassung und in Artikel 2 des Postgesetzes verankert ist.

Der Bundesrat erwartet, dass die Post:

- 1.1 den Universaldienst in allen Landesteilen nach gleichen Grundsätzen, in guter Qualität und zu angemessenen Preisen anbietet.
- 1.2 wettbewerbsfähig, kundenorientiert und eigenwirtschaftlich ist und sich auf mögliche Liberalisierungsschritte im Postmarkt vorbereitet.
- 1.3 ihr Kerngeschäft in den Geschäftsfeldern Mail, Güter und Logistik, Finanzdienstleistungen und Personenverkehr (umfassend Brief-, Paket- und Express-Sendungen, Zeitungs- und Zeitschriftentransport, Philatelie, Zahlungsverkehr und strassengebundenen Personenverkehr) weiterentwickelt, Wachstum anstrebt und einen hohen Qualitätsstandard ihrer Dienstleistungen sicherstellt. Dabei soll die Post
 - im Heimmarkt ihre führende Stellung beibehalten,
 - im Postmarkt mit dem Eingehen von Allianzen den Import und Export absichern und gleichzeitig ihren Kunden den Zugang zu weltweiten Netzen ermöglichen,
 - Wachstumsopportunitäten zum Aufbau einer starken Position in attraktiven Märkten im Ausland wahrnehmen.
- 1.4 im postnahen Bereich mit innovativen Angeboten wie Direct Marketing, logistischen Lösungen, Finanzdienstleistungen - namentlich auch durch Vermittlung von Aktivgeschäften - und E-Business neue Wachstumsquellen erschliesst, damit dem Substitutionsrisiko bei ihren klassischen Produkten begegnet und die Kundenbindung festigt.
- 1.5 im Personenverkehr als Systemanbieterin und im Management von Verkehrsnetzen sowie im touristischen Verkehr neue Wachstumsquellen erschliesst.
- 1.6 im Rahmen ihrer betriebswirtschaftlichen Möglichkeiten eine nachhaltige und ethischen Grundsätzen verpflichtete Unternehmensstrategie verfolgt.

- 1.7 im Rahmen ihrer betriebswirtschaftlichen Möglichkeiten die Auswirkungen ihrer Tätigkeiten auf die Raumentwicklung und die Anliegen der Regionen nach einer angemessenen Verteilung der Arbeitsplätze berücksichtigt.
- 1.8 offen und transparent kommuniziert.

2 Finanzielle Ziele

Der Bundesrat erwartet, dass die Post:

- 2.1 im Universaldienst und im Wettbewerbsbereich ein angemessenes Ergebnis erzielt und eine Steigerung des Unternehmenswertes erreicht. Als Messgrösse („Benchmark„) dienen vergleichbare in- und ausländische Unternehmen.
- 2.2 ihre Investitionen grundsätzlich mit dem erwirtschafteten Cash flow finanziert.
- 2.3 aus den erwirtschafteten Gewinnen prioritär den schrittweisen Aufbau der als notwendig erachteten Eigenkapitalbasis und eine angemessene Gewinnausschüttung für das vom Bund zur Verfügung gestellte Dotationskapital sicherstellt.

3 Personelle Ziele

- 3.1 Die Post verfolgt eine fortschrittliche und sozialverantwortliche Personalpolitik.
- 3.2 Die Post setzt bei wirtschaftlichen und strukturellen Problemen durch rechtzeitig eingeleitete beschäftigungssichernde organisatorische Massnahmen alles daran, Kündigungen zu vermeiden.
- 3.3 Sie legt in diesem Rahmen ihre Personalpolitik selbständig fest und vereinbart die Gestaltung der Arbeitsverhältnisse mit den Sozialpartnern gemäss Bundespersonalgesetz¹ in Gesamtarbeitsverträgen.
- 3.4 Die Post regelt die Mitwirkungsrechte der Gewerkschaften in Gesamtarbeitsverträgen, die mit diesen weiterentwickelt werden.
- 3.5 Die Post ist bestrebt, in neuen Geschäftsfeldern unter marktwirtschaftlichen Bedingungen attraktive Arbeitsplätze zu schaffen.
- 3.6 Die Leitung der Post schafft durch ihren Führungsstil, ihre Personalentwicklung und ihre interne Kommunikation Vertrauen beim Personal.

4 Kooperationen und Beteiligungen

Die Post kann unter Berücksichtigung ihres Leistungsauftrages und im Rahmen ihrer finanziellen und personellen Möglichkeiten im In- und Ausland Kooperationen (Beteiligungen, Allianzen, Gründung von Gesellschaften sowie andere Formen der Zusammenarbeit) eingehen, wenn diese zur Erreichung der strategischen Ziele und zu einer Steigerung des Unternehmenswertes beitragen. Die Beteiligungen und Kooperationen müssen führungsmässig eng betreut werden.

¹ SR 172.220.1