



Die Post

Wir bringen die Schweiz
zusammen – jeden Tag
seit 1849.

Pascal Grieder, CEO



Die Post macht die Schweiz stark.



Die Post ist das **Salz im Erfolgsrezept der Schweiz.**

Wir sind **einzigartig relevant**, da sich die Schweiz **jeden Tag** aufs Neue der Post **anvertraut**, um Menschen, Güter, Daten und Geld zuverlässig zu transportieren.

Unsere Relevanz entsteht dadurch, dass wir den Alltag spürbar **vereinfachen** und **Distanzen** mit Leichtigkeit **überwinden**.

Unsere Relevanz bleibt **erhalten**, wenn wir unser Angebot **kontinuierlich weiterentwickeln** und an veränderte Bedürfnisse anpassen.

Fünf Bereiche, eine Post.



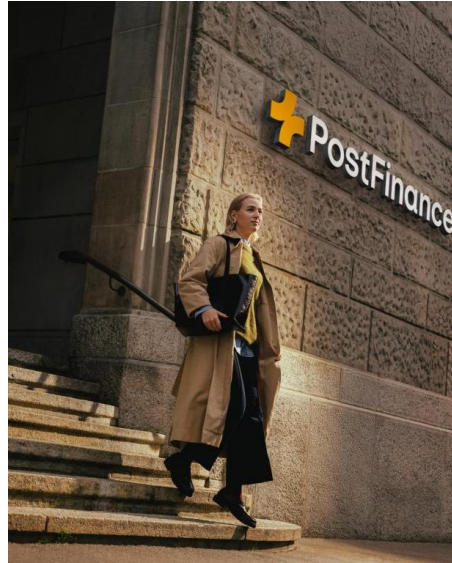
Logistik-Services

Nr. 1 bei Brief-
und Paketvolumen



Digital Services

Nr. 1
für Digitalen Brief,
E-Voting



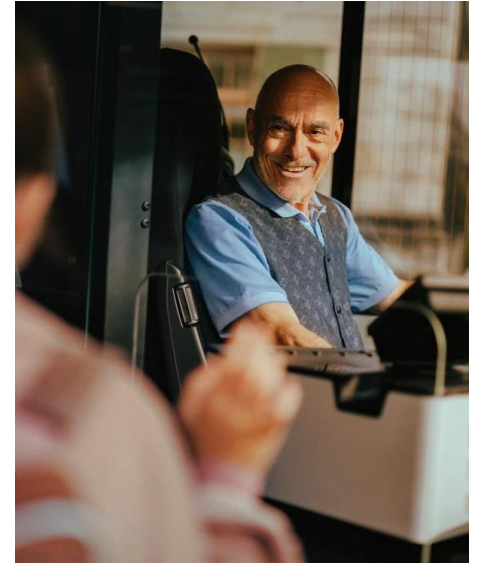
PostFinance

Nr. 1
im Zahlungsverkehr



PostNetz

Nr. 1 in physischen
Kontaktpunkten



Mobilitäts-Services

Nr. 1 im
strassengebundenen öV

Quellen: LS: [Jahresbericht Postcom DE.pdf](#); PF: [postfinance-ag-standard-and-poors-rating-2025.pdf](#); MS – Systemaufgaben Kundeninformation SKI <https://www.oev-info.ch/de>; PN: Definition Zugangspunkte gem. Geschäftsbericht Post

Eine Zeitreise von 1849 bis heute.

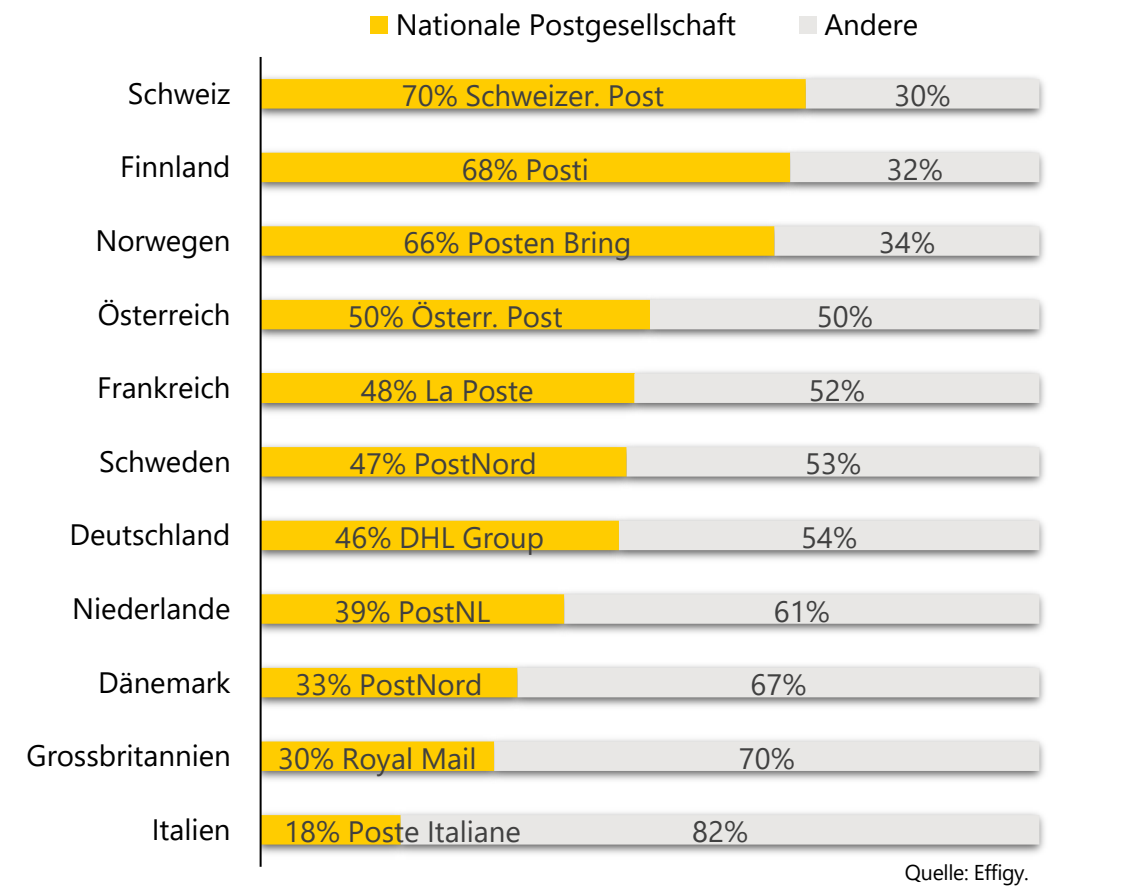


- 1849** ● Gründung der Schweizerischen Post
- 1906** ● Die ersten Postautos fahren
- 1939** ● Die Post wird gelb
- 1964** ● Einführung der Postleitzahlen
- 1978** ● Einführung der Postomaten
- 2013** ● Die Post wird eine AG
- 2026** ● Digitaler Brief ist Teil der Grundversorgung

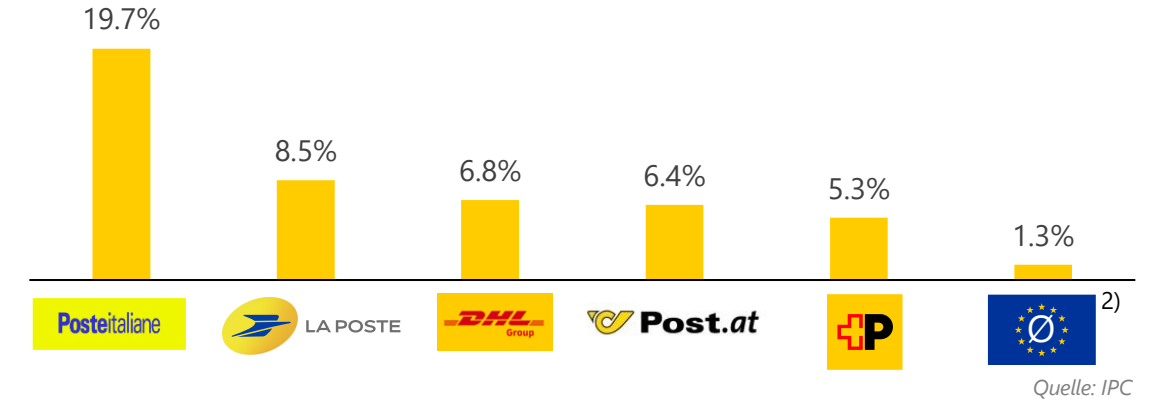


Im europäischen Vergleich (2024) zeigt sich die starke Position der Schweizerischen Post.

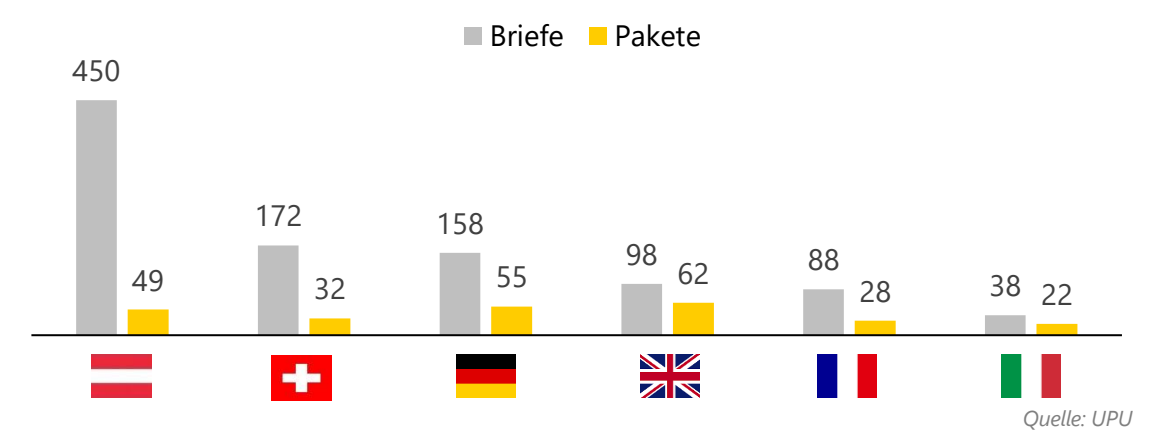
Int. normierte Marktanteile im Paketmarkt (KEP)¹⁾



EBIT-Marge Konzern



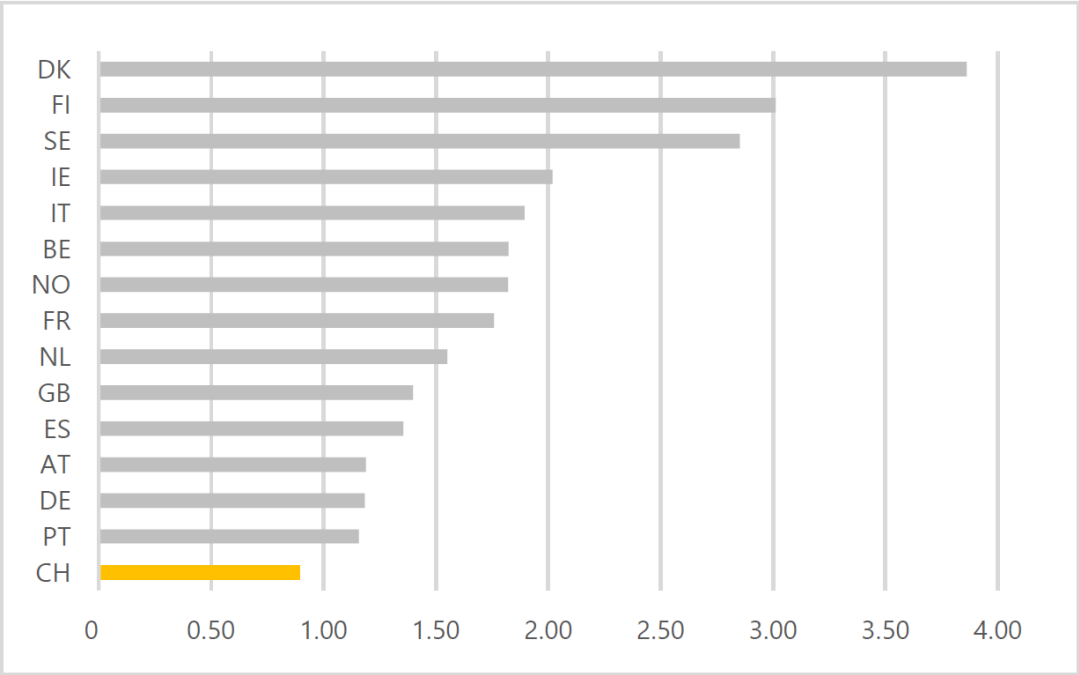
Brief- und Paketmengen pro Person²⁾



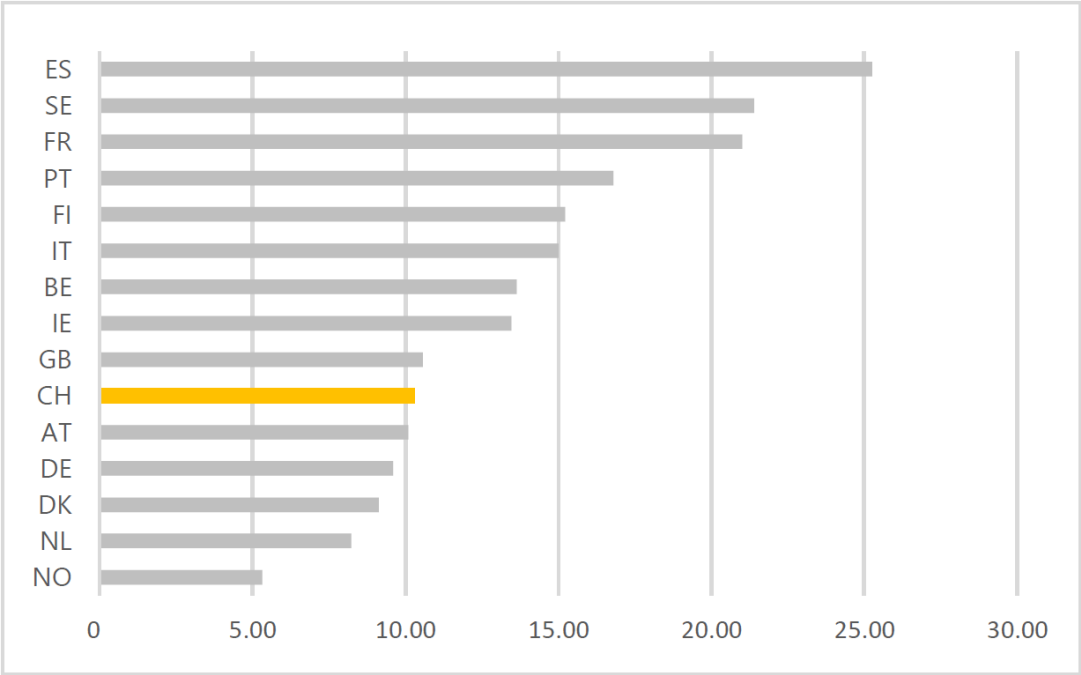
1) Zur Sicherstellung eines internationalen Vergleichs wurden international normierte Werte aus externen Quellen verwendet, diese weichen aufgrund der unterschiedlichen Definitionen teils von der nationalen PostCom-Sicht ab
2) EU-Durchschnitt mangels Daten ohne Bulgarien und Malta; Cyrus Post als Ausreisser (~40%) nicht inkludiert. 3) Briefmengen beziehen sich mangels aktueller Daten auf das Jahr 2023.

Kaufkraftbereinigt ist die Post die günstigste bei den Briefen, bei den Paketen liegt sie im unteren Mittel der Vergleichsgruppe aus 15 europäischen Ländern.

Kaufkraftbereinigter Vergleich der Briefpreise

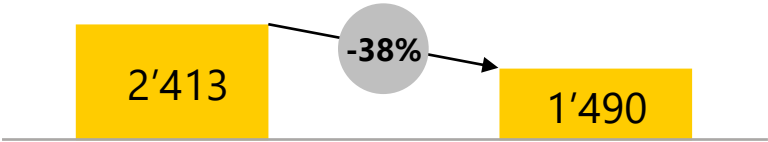
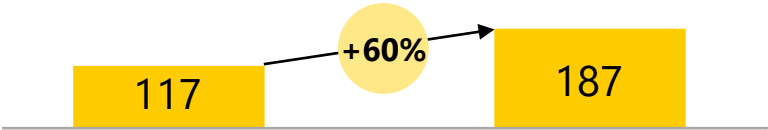
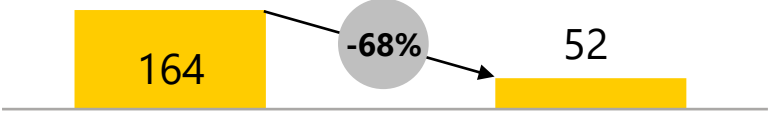
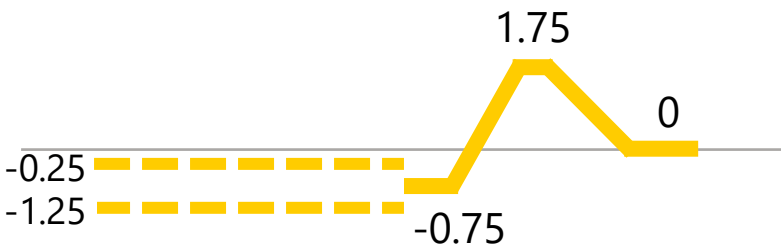


Kaufkraftbereinigter Vergleich der Paketpreise



Kaufkraftbereinigter Vergleich der Brief- und Paketpreise über eine Vergleichsgruppe von 15 europäischen Ländern, Berechnungsgrundlage: Daten aus IPC Global Reports

Unser Umfeld verändert sich grundlegend.

Treiber	Mengenentwicklungen (Mio. / %)	Prognose Marktentwicklungen
Briefe 	2015 2025 	Fortschreitende Digitalisierung der Verwaltungen kann Rückgang noch beschleunigen
Pakete 		eCommerce Wachstum führt zu langfristigem Paketwachstum
Einzahlungen 		Digitalisierung reduziert insgesamt Nachfrage nach Dienstleistungen der Filialen
SNB-Leitzins 		Zinsniveau bleibt hartnäckig tief , was die Ertragskraft von PostFinance aufgrund des Kreditverbots ausserordentlich stark belastet

Marktrealität und bestehende Rahmenbedingungen sind nicht im Einklang.

Steigender Handlungsbedarf

Die **Post** verliert jährlich **85 Mio. CHF Umsatz im Briefgeschäft**, bei weitgehend fixen Kostenstrukturen.

Die Post muss sich **weiterentwickeln**, um nachhaltig **Relevanz** und **Eigenwirtschaftlichkeit** sicherzustellen.

Spannungsfelder der Post

Wachstum

Preise

Kosten

Grundversorgung

Komplexe Rahmenbedingungen

Der Tätigkeitsbereich der Post droht **regulatorisch weiter eingeschränkt** zu werden.

Preisanpassungen nur in **Absprache mit Preisüberwacher** möglich

Ob der oder die Pöster:in **2 oder 5 Briefe pro Woche verteilt** – die **Kosten** für die Zustellung bleiben **gleich**.

Die **Einnahmen** aus der **Grundversorgung deckten 2025** erstmals die damit verbundenen **Kosten nicht mehr**.

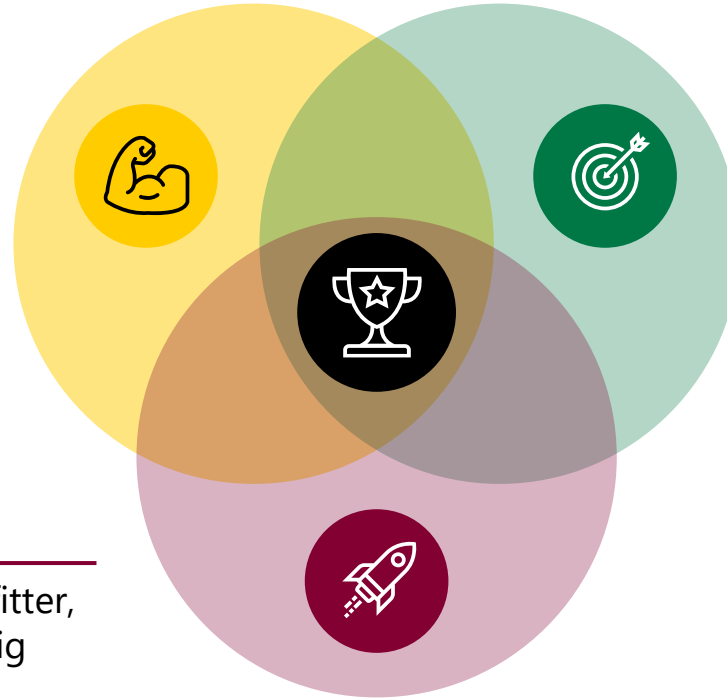
Unsere Antwort: Drei Hebel.

Kerngeschäft stärken

Wir liefern einen starken Service public und sind besser als der Wettbewerb in unserem Kerngeschäft, indem wir uns kontinuierlich kundenorientiert weiterentwickeln.

Einfacher und schneller

Wir werden in den internen Bereichen fitter, einfacher und schneller, indem wir mutig Abkürzungen nehmen und innovative Technologien gezielt einsetzen.



Fokussiert wachsen

Wir wachsen auf dem Weg zu einer Top 3 Position in unseren Märkten, indem wir den Fokus primär auf die Entwicklung der bestehenden Geschäftsfelder legen.

Weiterentwicklung Logistik



Nr. 1 bei Brief- und Paketvolumen

Heute



Profitdruck
wegen
Briefverlust



Morgen



Mehr
Paketgewinn als
Briefrückgang



Weiterentwicklung Digital

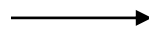


Nr. 1 in digitalen Services

Heute



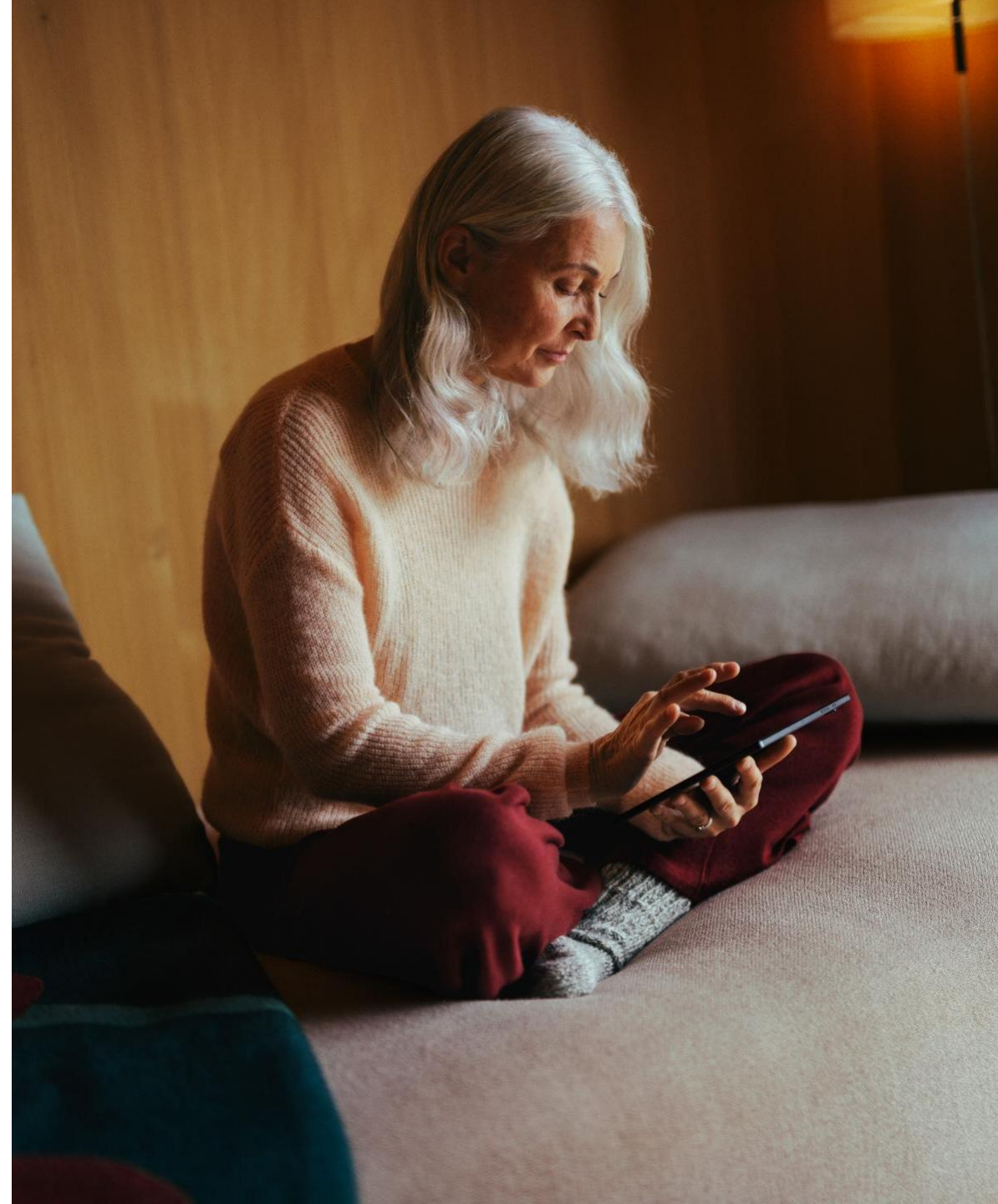
Start-Up Modus



Morgen



Digitale Relevanz
= tägliche
Nutzung



Weiterentwicklung PostFinance



Nr. 1 im Zahlungsverkehr

Heute



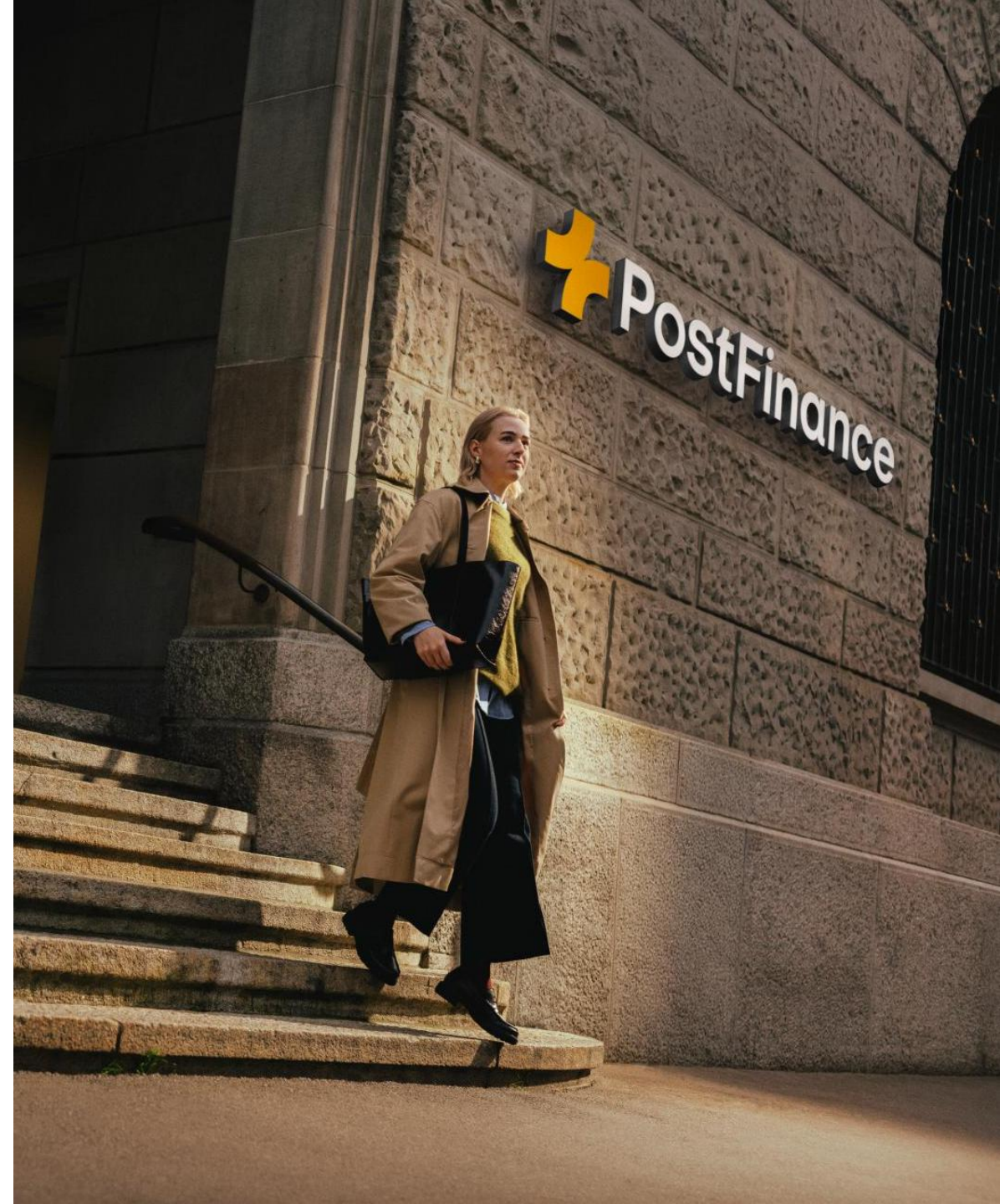
Erfolgreiche
„Mitbewohnerin“



Morgen



Erste Wahl durch
Nähe



Weiterentwicklung PostNetz

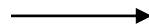


Nr. 1 in physischen Kontaktpunkten

Heute



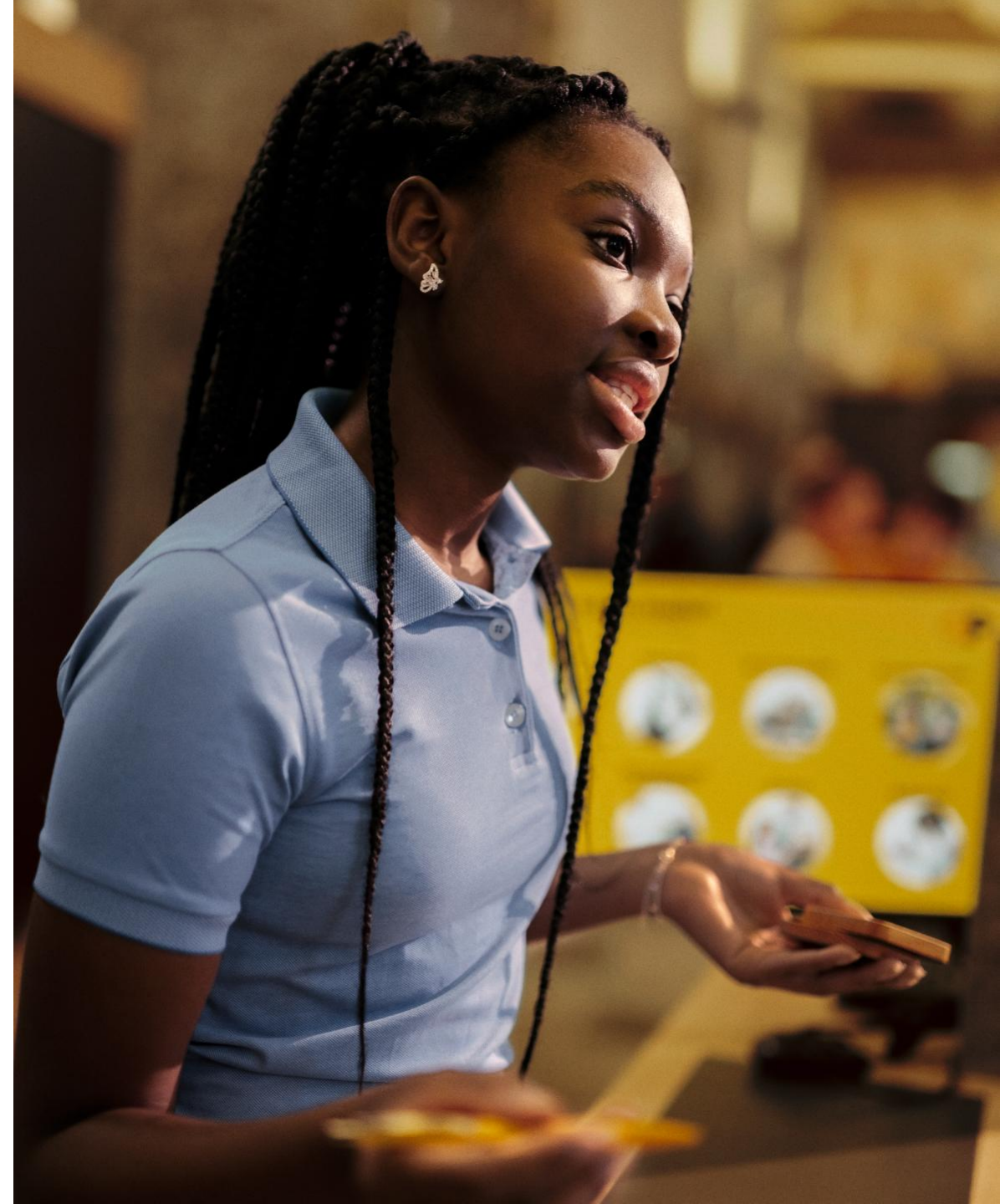
Service-
Champion mit
Zusatzgeschäft



Morgen



Gelbe Welt mit
Vertrieb als
Kerngeschäft



Weiterentwicklung Mobilitäts-Services

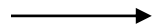


Nr. 1 im strassengebundenen öV

Heute



Wachstum durch
Demographie



Morgen



Wachstum im
Wettbewerb



Weiterentwicklung zentrale Funktionen

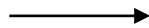


Qualitätsführer trotz hoher Komplexität

Heute



Lange Abstimmungs-
prozesse mit unklarer
Verantwortung



Morgen



Schnellere Entscheide
durch mehr
Eigenverantwortung



IT als reiner Dienstleister
fürs Business



IT transformiert die Post
auf Augenhöhe mit dem
Business



Die Post macht die Schweiz auch in Zukunft stark.



Die Post ist das **Salz im Erfolgsrezept der Schweiz**.

Wir sind **einzigartig relevant**, da sich die Schweiz **jeden Tag** aufs Neue der Post **anvertraut**, um Menschen, Güter, Daten und Geld zuverlässig zu transportieren.

Unsere Relevanz entsteht dadurch, dass wir den Alltag spürbar **vereinfachen** und **Distanzen** mit Leichtigkeit **überwinden**.

Unsere Relevanz bleibt **erhalten**, wenn wir unser Angebot **kontinuierlich weiterentwickeln** und an veränderte Bedürfnisse anpassen.



Herzlichen Dank

