

"Wir sind auch ein sozialer Treffpunkt"

Autor(en): **Riedener, Corinne / Bischofberger, Felix**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Saiten : Ostschweizer Kulturmagazin**

Band (Jahr): **26 (2019)**

Heft 285

PDF erstellt am: **08.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-884267>

Nutzungsbedingungen

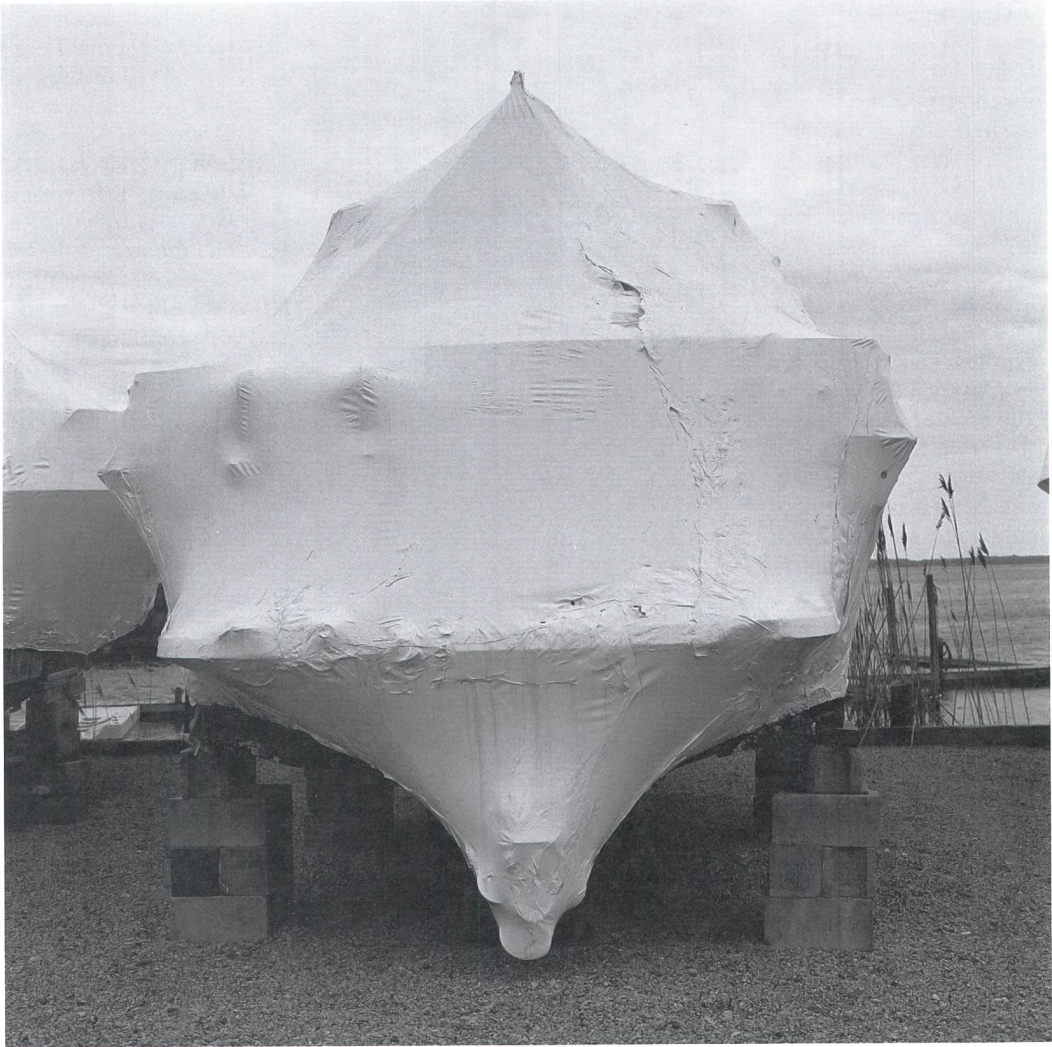
Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.





«Wir sind auch ein sozialer Treffpunkt»

über Post-Romantik, schrittweise Privatisierung, Lohnunterschiede und das Glück, bei den Leuten zu sein.

Felix Bischofberger ist Postagenturhalter in Altenrhein, Geschäftsleiter des Schweizer Postagenturverbands und Politiker. Ein Gespräch
Interview: Corinne Riedener

Saiten: Die Post will bis 2020 weitere Poststellen schliessen oder in Postagenturen umwandeln. 1300 Agenturen soll es bis dann geben. Was genau unterscheidet eine Agentur von der traditionellen Poststelle?

Felix Bischofberger: Erstens ist das postalische Dienstleistungsangebot einer Agentur kleiner als jenes der klassischen Poststellen. Zweitens ist die Post unser Partner, aber wir sind nicht mehr wie früher bei der Post angestellt, sondern arbeiten als selbständige Unternehmer. Und drittens soll die Postagentur auch einen Nutzen darstellen für die bestehenden Geschäfte, um weiteren Umsatz zu generieren. Das sind die drei Hauptmerkmale einer Agentur.

Es geht also schrittweise weiter in die Privatisierung.

Das kann man so sagen, ja, auch weil wir nicht mehr dem Gesamtarbeitsvertrag der Post unterstellt sind. Es gibt aber verschiedene Arten von Agenturnehmerinnen: einerseits die Ketten, also jene Postagenturen, die von Valora, Volg oder Migros betrieben werden, und andererseits die Einzelhändler, zu denen auch ich gehöre. Volg, Valora und Migros sind grosse Player und haben eine gute Position der Post gegenüber. Wir Einzelhändler hingegen sind nicht so mächtig – darum haben wir uns zu einem Postagenturverband zusammengeschlossen.

Darauf kommen wir noch zurück. Erklären Sie zuerst, wie man sich die Postagentur in Altenrhein vorstellen muss. Vom Leihvelo über Lottospiele bis zum frischen Brot bekommt man ja fast alles bei Ihnen ...

(lacht) Ja, wir sind in der Tat quasi der Dorfladen von Altenrhein mit einem breiten Dienstleistungsangebot – und ein sozialer Treffpunkt, den die Dörfer suchen.

Geht es auch darum, wenn man eine Postagentur betreibt: zu schauen, was die lokale Bevölkerung braucht?

Bei uns ist das jedenfalls so. Wir richten uns nach den Bedürfnissen der Leute hier, das ist sozusagen unser USP, unser Alleinstellungsmerkmal. Und es generiert auch einen Teil unseres Umsatzes, wenn wir zum Beispiel Österreichische Vignetten, Fleisch, Brot, Milchprodukte, Zigaretten und andere Dinge des täglichen Bedarfs verkaufen oder Kleider für die chemische Reinigung entgegennehmen. Auch das gehört zu unserer Dienstleistung.

Was hat sich denn am meisten verändert im Postwesen? Was sind die Gründe, dass man heute auf Agenturen setzt?

Ende der 90er-Jahre wurde die Post in verschiedene Geschäftsbereiche aufgesplittet: Post Mail, Post Logistics, Post Finance und Poststellen und Verkauf. Der Bereich Poststellen und Verkauf, zu dem auch das ganze Postnetz gehört, hatte daraufhin mit grossen Defiziten zu kämpfen, unter anderem wegen der Digitalisierung, aber auch weil die ganze Paketpost nicht mehr über die Poststellen abgewickelt wurde, sondern direkt von der Post Logistics. Man musste also Massnahmen ergreifen und setzte dabei auf das Agenturmodell, da dieses schon zuvor in anderen Europäischen Ländern erfolgreich betrieben wurde. In Deutschland beispielsweise ist man quasi mit dem Schnellzug durch die Liberalisierung gedüst.

Und warum haben Sie, damals noch als Posthalter angestellt, 2005 die Entscheidung getroffen, eine Agentur zu eröffnen?

Meine Frau und ich – sie ist ebenfalls Pöstlerin – haben realisiert, dass grosse Veränderungen auf uns zukommen. Wir wussten: Wenn wir in Altenrhein noch eine berufliche Zukunft haben wollen, müssen wir etwas unternehmen. Die Post hatte damals ein Agentur-Pilotprojekt, auf das wir uns beworben haben, und seither sind wir nicht mehr «nur» Pöstler, sondern führen unsere eigene Post als Familienbetrieb.

Wie hat sich Ihr Pöstlerleben in diesen Jahren verändert?

Der ganze Tagesablauf ist natürlich anders. Wir sind nicht mehr nur wie früher auf Tour, sondern machen auch noch die Zeitungsfrihzustellung. Wir sind also immer noch ein bisschen klassische Pöstler geblieben, auch in der Wahrnehmung im Dorf. Man kennt Land und Leute und die Dienstleistung wird geschätzt.

Ich habe mich als Kind immer wahnsinnig gefreut, wenn ich mit meinem Opa auf die Tour im Rorschacherberg durfte. Da gab es einen Schwatz, dort eine Tafel Schokolade und die frischen Eier haben wir manchmal auch noch von einem Ort zum anderen gebracht. Idealisieren wir die «alten Pöstler»? Oder anders gefragt: Hat der Beruf an Romantik verloren?

Ja, die Romantik ist weg. Ich könnte auch hundert tolle Geschichten erzählen, das ist wirklich Romantik pur. Heute ist

Gewicht, denn die Post ist ein nationales Thema – so entstand die Idee des Zusammenschlusses.

Haben Sie mit Ihrer Idee offene Türen eingernannt bei den anderen Agenturen?

Das dachten wir anfangs, aber ganz so leicht war es nicht. Viele Agenturneher sind bereits bei anderen Verbänden, zum Beispiel beim Apotheker- oder dem Bäckerverband, und fragen sich, warum sie bei uns noch einmal Mitgliederbeiträge zahlen sollen. Viele wollten noch etwas zuwarten und schauen, was wir erreichen, das war die Haltung. Angefangen haben wir mit zehn, mittlerweile haben wir etwa 55 Mitglieder aus allen Landesteilen. Wir sehen uns quasi als Start-Up.

Eine Ihrer Forderungen ist, dass die Kriterien, mit denen die Basisentschädigung der Postagenturen berechnet werden, transparent gemacht werden. Worum geht es konkret?

Die Post bezahlt einem Agenturneher eine fixe Basisentschädigung, allerdings ist diese nicht bei allen gleich. Die Kriterien zur Berechnung dieser Basisentschädigung sind nicht öffentlich, doch wenn man unternehmerisch denkt, will man ja wissen, wie sich die einzelnen Kosten zusammensetzen. Der Apotheker in Zürich beispielsweise, der einen sehr hohen Quadratmeterpreis zahlt, kann ja nicht die gleiche Basisentschädigung erhalten wie der Bäcker im Bergell oder wir im Altenrhein, die viel geringere Mietkosten zu

Ich könnte hundert tolle Geschichten von früher erzählen, das ist wirklich Romantik pur. Heute ist der Beruf anonymer, die meisten Leute sind berufstätig und gar nicht zuhause, wenn der Pöstler kommt.

der Beruf anonymer, die meisten Leute sind berufstätig und gar nicht zuhause, wenn der Pöstler kommt. Früher hat fast immer jemand aufgemacht, auch weil viele Frauen damals noch nicht gearbeitet haben. Der Austausch ist aber nicht ganz verloren gegangen, zumindest bei uns in Altenrhein, denn die Leute kommen ja in die Agentur und da reicht es auch meistens für einen Schwatz. Pro Tag bedienen wir etwa 150 bis 180 Leute.

Die Agentur bringt aber auch Nachteile: Zum Beispiel verdienen die Angestellten weniger, weil sie nicht mehr dem Post-GAV unterstellt sind, sondern im Fall von Valora oder Volg dem GAV im Detailhandel und in ihrem Fall gar keinem.

Das stimmt nur zum Teil, denn es ist sehr unterschiedlich: Ich als Einzelhändler kann es selber steuern und orientiere mich an den Richtlinien des Kaufmännischen Verbands im Bereich Detailhandel. Es gibt auch Einzelhändler, die beispielsweise eine Postagentur in ihrer Apotheke betreiben und somit dem GAV der Apotheker unterstellt sind. Oder solche, die in ihrer Bäckerei eine Agentur betreiben und nach GAV der Bäcker bezahlt sind. Aber ja: Tendenziell, vermute ich, verdient man heute weniger.

Sie sind auch Initiant und Geschäftsstellenleiter des 2016 gegründeten Postagenturverbands. Wieso braucht es diesen?

Es gibt schweizweit etwa 400 bis 500 Einzelhändler mit Postagenturen. Es kann einfach nicht sein, dass diese alle einzeln mit der Post verhandeln müssen, denn sie ist immer am längeren Hebel. Dabei geht es auch um das politische

tragen haben. Darum wollen wir nun in Zusammenarbeit mit der Post eine transparente Abgeltungsentschädigung aufbauen, die spätestens im Sommer 2019 greifen soll – und sind damit auch auf gutem Weg.

Nebst der Basisentschädigung gibt es noch eine Vergütung für die Anzahl der verarbeiteten Briefe und Pakete. Im Interview mit der «Handelszeitung» sprachen Sie in diesem Zusammenhang einmal von «Gratisarbeit»...

Im Moment ist es so, dass die Pakete von Onlinehändlern – Zalando oder Amazon – in der Grundentschädigung enthalten sind. Aber die Menge der Pakete nimmt seit Jahren stark zu und es gibt auch hier Unterschiede bei den einzelnen Postagenturen: Die einen haben zwei Pakete pro Woche, die anderen 20 pro Tag. Wir fordern, dass die Verarbeitung der Pakete künftig nach Menge und nicht mehr pauschal abgerechnet wird.

Gibt es weitere Forderungen oder Projekte seitens des Postverbands?

Ja, wir arbeiten zurzeit an einer postalischen Ausbildung für die Agenturneherinnen und -nehmer. Zum Beispiel Thal: Die Leute, die dort den Dorfladen und neu auch die Postagentur führen, haben lediglich viermal zwei Stunden ein Einführungsmodul besucht, dann mussten sie den neuen Job beherrschen. Im Fall eines Mitarbeiterwechsels ist momentan keine weitere Einführung vorgesehen. Wir haben darum den Vorstoss gemacht, das Ausbildungskonzept so anzureichern, dass man in regelmässigen Abständen eine

Aus- bzw. Weiterbildung anbieten kann, damit die Agenturnehmer bessere Einblicke ins Postwesen haben, sich austauschen können und à jour bleiben – und im Endeffekt eine bessere Dienstleistung erbringen können. Wenn alles klappt, können wir ab Sommer 2019 mit dieser Ausbildung starten.

Wie sieht die Post in 20 Jahren aus?

Es wird sicher noch stärker mit Agenturen gearbeitet und die fortschreitende Technisierung wird den Rückgang des Volumens noch weiter verstärken. Die grosse Frage ist, was mit all den Pöstlerinnen und Pöstlern passiert, die tagtäglich unterwegs sind.

Im November wurde vom Ständerat beschlossen, dass die Post künftig überall bis 12:30 Uhr zugestellt sein muss. Die Gewerkschaft Syndicom befürchtet einen massiven Abbau der Vollzeitstellen. Wie beurteilen Sie das?

Das stimmt nicht ganz: Nur in Orten ohne Zeitungsfrühzustellung muss die Post bis Mittag da sein. Ich finde diesen Kompromiss nicht so schlecht, einzig für die Firmen ist es unter Umständen etwas ungünstig, aber da gibt es individuelle, wenn auch zahlungspflichtige Lösungen. Aber ja: Es werden voraussichtlich weiter Stellen abgebaut. Diese Entwicklung ist wohl leider nicht aufzuhalten.

Die von Ihnen angesprochene Technisierung schreitet unaufhaltsam voran, im Tessin testet man die Paketzustellung mit Drohnen,

log als Karte verschicken lassen. Das ist sehr beliebt, auch weil es persönlicher ist als ein digitales Ferienbild via Whatsapp.

Stichwort Online-Handel: Haben Sie nicht langsam eine Päckli-Überdosis?

(lacht) Ja, die Paketmenge hat massiv zugenommen. Ich habe fast das Gefühl, es kann gar nicht noch mehr geben. Auch wir im Altenrhein verarbeiten eine grosse Menge. Wenn man das auf die Schweiz hochrechnet... Manchmal frage ich mich, was sich die Leute alles so kaufen. Online-Händler wie Amazon oder Alibaba sind wahnsinnig beliebt. Die Pakete machen jedenfalls einen guten Teil unseres Umsatzes aus – und in der Weihnachtszeit besonders.

Also kommt doch bald die Drohnenpost?

Ich denke, das ist eine Utopie, aber wer weiss. Der Gedanke, dass mir die Drohne das Päckli vor die Tür legt, ist zwar amüsant, aber im Moment kann ich mir das nicht vorstellen.

Sie sind auch politisch sehr aktiv: Unter anderem sind Sie Präsident der katholischen Kirchgemeinde Thal, der Staatswirtschaftlichen Kommission, der CVP-Regionalpartei Rorschach und Sie sitzen im Gemeinderat von Thal und im St.Galler Kantonsrat. Bleibt da überhaupt noch Zeit für die Arbeit in der Postagentur?

Natürlich. Ich versuche, etwa 50 Prozent im Betrieb zu sein, und mache auch die ganze Buchhaltung im Hintergrund. Manchmal ist die Zeit schon etwas knapp, zugegeben, aber

Die Paketmenge hat massiv zugenommen. Ich habe fast das Gefühl, es kann gar nicht noch mehr geben. Auch wir im Altenrhein verarbeiten eine grosse Menge. Wenn man das auf die Schweiz hochrechnet...

und die Briefmenge nimmt weiter ab. Ist es nicht müssig, gegen die Schliessung von Poststellen zu demonstrieren, statt nach zukunftsfähigen Lösungen zu suchen?

Das ist eine Haltungssache. Besitzstandswahrung ist sicher der falsche Ansatz. Man muss sich schon fragen, in wie weit man etwas erhalten will, dessen Parameter sich rasant ändern und starke Veränderungen nach sich ziehen. Ich würde es begrüssen, wenn diesbezüglich langsam ein Umdenken stattfände – obwohl es mir persönlich auch lieber gewesen wäre, weiterhin als Pöstler auf Tour zu sein. Aber nochmal: Eine Agentur kann durchaus Teil des sozialen Dorfcharakters sein.

Wenn wieder eine Poststelle schliesst, sind es häufig ältere Menschen, die damit Mühe haben. Oder täusche ich mich?

Der Widerstand ist in den letzten Jahren zwar kleiner geworden, aber es sind schon tendenziell die Älteren, ja. Viele haben zum Beispiel Mühe damit, dass man keine Bareinzahlungen mehr tätigen kann. Die grosse Unbekannte sind aber meiner Meinung nach die Jungen bis 40, die keine Marken mehr brauchen und ihre Einzahlungen längst online abwickeln.

Wenn ich meine Kollegen frage, wie sie es mit der Post haben, heisst es oft: «Post? Was soll ich da?» Auf der anderen Seite höre ich auch, dass manche wieder vermehrt Briefe von Hand schreiben.

Das ist mir persönlich nicht aufgefallen, aber was sicher wieder zugenommen hat, ist die Menge der Postkarten: Man macht ein Bild mit dem Handy und kann es via Post-App ana-

wir sind ja inklusive Teilzeitarbeitende zu fünf in der Agentur und teilen uns auf. Die Arbeit im Betrieb hilft mir auch, politisch den Boden unter den Füßen nicht zu verlieren, denn ich bin nahe an den Leuten und das schätze ich sehr. Man trifft sich, spricht über Gott und die Welt, und wenn einer mal wieder über «die da oben» wettet, dann entspinnen sich daraus oft lohnende Diskussionen. Wenn ich nur in den politischen Sphären zirkulieren würde, wäre ich völlig weg vom Volk, das wäre tragisch. So bin ich quasi am Morgen in der Postzustellung und am Abend in der Classe Politique – das ist eine gute Mischung und ein grosses Glück.

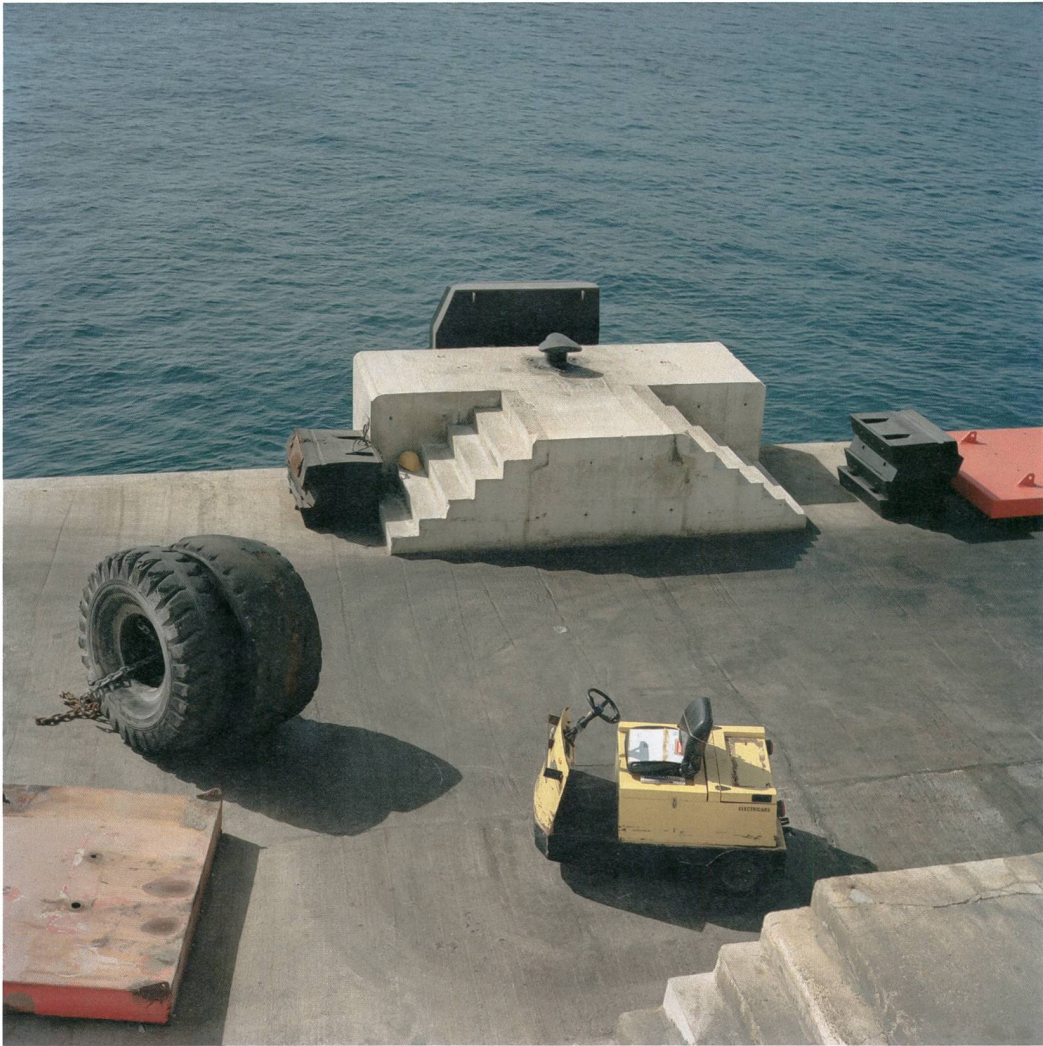
Felix Bischofberger



Corinne Riedener, 1984, ist Saitenredaktorin.











Von A nach B

Zu den Bildern von Jiří Makovec

«Irgendjemand tut immer irgendetwas.» Auf diese einfache Formel lasse sich bringen, was Jiří Makovec in seinen Bildern einfängt, befand die Jury des Heimspiel-Preises der Ortsbürgergemeinde St.Gallen. Den Preis erhielt Makovec am 14. Dezember für Videoarbeiten, die er an der überkantonalen Kunstschau zeigt (mehr dazu auf Seite 48). Ein glücklicher Zufall, dass der 1977 in Prag geborene und in St.Gallen lebende Fotograf wenige Tage zuvor zugesagt hatte, die Bildstrecke zu diesem Heft beizutragen.

Die Fotos erzählen vom Packen, Laden, Transportieren, sie zeigen die Mühen und den Ideenreichtum des Menschen, Dinge von A nach B zu bringen. Die Bilder drehen das quasi vor der Haustür liegende postalische Titelthema um einige globale Windungen weiter und öffnen Einblicke in einen Alltag, der so gewöhnlich wie überraschend erscheint. Jiří Makovec beherrsche die Kunst, sich «von der Welt ansprechen zu lassen», sagte Jurorin Kristin Schmidt. Und er tut dies nie wertend, sondern mit einer menschenfreundlichen Neugier.

- 16 Long Island, 2008
- 17 Xaghra, 2014
- 21 Tashkurgan, 2012
- 22 Lichtensteig, 2010
- 23 Cirkewwa, 2014
- 24 Central Park East Drive, 2005
- 25 Beard Street Red Hook, NY, 2007
- 34 Shanghai, 2012