

Auf Abwegen

Schweizer Post versucht sich in Deutschland als externer Dienstleister.

- Management will weniger abhängig vom Brief sein.
- Outsourcing-Geschäft gilt unter Experten als riskant.

Christoph Schlautmann
Bamberg

Eintritt nur für angemeldete Besucher, doppelte Schleusentüren, Tresorkammern, die niemals allein betreten werden dürfen - wer es in die Bamberger Produktionshalle der Schweizer Post schafft, wähnt sich in Fort Knox.

Langfinger fänden hier ein Eldorado. Pro Werktag spucken Druckmaschinen in dem verwinkelten Gebäude bis zu 10 000 Bahncards aus - zum Stückpreis von bis zu 6 890 Euro. Vom Band gleich nebenan fallen mit Magnetstreifen und Kreditkartennummern bestückte Benzinkarten, ein Auftrag der Tankstellenkette Shell. Stuttgart hat neulich kontaktlose ÖPNV-Tickets bestellt, einsetzbar auch für Schwimmbadbesuche oder Bibliotheken.

Die Post der Eidgenossen, 1849 zum Transport von Briefen, Paketen, Personen und Geldsendungen gegründet, wandelt auf Abwegen. Und das nicht nur im Geschäft mit plastikgestützter Kundenbindung. „Für 40 Prozent aller Dax-Unternehmen erledigen wir inzwischen die Dokumentenverarbeitung wie den Rechnungseingang“, berichtet Frank-Michael Pácsér, Geschäftsführer der Konzerntochter Swiss Post Solutions (SPS).

Mit dem Verkauf von Briefmarken hat dies alles kaum noch etwas zu tun. Stattdessen bearbeiten die Schweizer im Auftrag deutscher

Konzerne eingehende Postsendungen, Urlaubsanträge oder Spesenquittungen. Gleiches geschieht mit den Abrechnungsdaten der Kunden- und Kreditkarten.

Outsourcing nennen die Experten das. Doch das Geschäft, in dem sich Wettbewerber wie Arvato, Xerox oder die Post-Tochter Williams Lea tummeln, gilt als riskant. „Eine Rendite von weit unter fünf Prozent ist normal“, warnt Ekkehard Hahn, Geschäftsführer des Frankfurter Wettbewerbers Mail Professionals.

Davon aber will SPS-Geschäftsführer Pácsér nichts wissen. „Nach anfänglicher Aufbauarbeit ist es uns gelungen, in den letzten beiden Jahren in Deutschland schwarze Zahlen zu schreiben“, sagte er dem Handelsblatt. Vor wenigen Wochen habe man den Energiekonzern RWE als Kunden an Land gezogen. Für ihn betreibt SPS nun sämtliche Poststellen - einschließlich Druck, Verarbeitung und Versand von Kun-

1,8 %

Umsatzrendite brachte die Konzerntochter Swiss Post Solutions im vergangenen Jahr.

Quelle: Geschäftsbericht

denanschreiben. Auch den Versicherungskonzern Munich Re und die Eon-Tochter Ruhrgas präsentiert SPS auf der Referenzliste.

Ein Schlag gelang den Schweizern außerdem gegen die Deutsche Post. Diese verlor vor drei Jahren den Großkunden Siemens, der bis

dahin seine 14 Poststellen an den gelben Riesen ausgelagert hatte. Inzwischen werden Teile davon durch SPS betrieben, wie aus Berichten der Gewerkschaft Verdi hervorgeht.

„Die Erfolgsmeldungen hat SPS dringend nötig, um den Mutterkonzern in Bern bei Laune zu halten“, glaubt Wettbewerber Hahn. Der Einsatz für die Schweizer sei hoch, schließlich würden bei den Outsourcing-Projekten im Laufe der Zeit Hunderte von Mitarbeitern mit alten Arbeitsverträgen und hohen Bezügen übernommen. Springen Kunden ab, wird das zur Belastung.

Doch der Schweizerischen Post schwindet das Vertrauen ins angestammte Kerngeschäft. Briefe und Postkarten drohen immer stärker verdrängt zu werden durch E-Mail und SMS, fürchtet man in Bern. Selbst das Paketgeschäft sei alles andere als zukunftssicher, seitdem das Internetkaufhaus Amazon Auslieferungen zunehmend selbst übernehme - und womöglich zu einem beherrschenden Logistiker aufsteige.

Die Schweizer Staatsfirma entschied deshalb, neue Geschäftsfelder zu suchen. Und wurde 2007 in Deutschland fündig. In Bamberg erwarb sie die Firma GHP, eine Mailing-Druckerei, die durch die Produktion von Telefonkarten für die Deutsche Telekom groß geworden war. Es folgten Dokumentenverarbeiter in halb Europa.

„Die haben alles gekauft“, spottet ein Wettbewerber, „was einigermaßen fehlerfrei das Wort ‚Post‘ schreiben konnte.“ SPS-Geschäftsführer Pácsér kontert: „Wenn wir Informationen schon transportieren, warum sollen wir sie dann nicht gleich auch verarbeiten?“ Der Erfolg der Schweizer aber blieb bis-

lang übersichtlich. Nicht einmal acht Prozent des Konzernumsatzes von 8,5 Milliarden Franken (8,2 Milliarden Euro) kamen 2014 vom Hoffnungsträger SPS. Das Betriebsergebnis von zwölf Millionen Franken entsprach einer mageren Rendite von 1,8 Prozent. Mit Briefen, Paketen, dem Bus- und Finanzgeschäft verdiente die Schweizerische Post fünfmal mehr.

Schweizerische Post

Kennzahlen in Mio. Schweizer Franken

	Umsatz	Betriebsergebnis*
Swiss Post Solutions	659	12
Post Auto	835	30
Post Logistics	1 562	141
Poststellen	1 667	-100
Post Finance	2 261	382
Post Mail	2 887	334

Handelsblatt Quelle: Geschäftsbericht 2014

Verkalkuliert haben sich bereits viele. Der US-Dokumentenmanagement-Riese Pitney Bowes zog sich vor zwei Jahren aus Europa zurück. Auch der finnische Postkonzern Itella mühte sich in Deutschland vergeblich mit dem Outsourcing von Poststellen, stellte den Geschäftszweig inzwischen ein. Davor schon hatte sich die niederländische Post daran versucht, deutschen Unternehmen das Dokumenten- und Briefmanagement abzunehmen. Wegen fortgesetzter Erfolglosigkeit gab sie die Konzerntochter Cendris an die spanische Service Point ab. Der Käufer aus Barcelona ist inzwischen pleite.