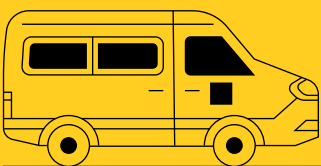




Wir verbinden und bewegen alles – flexibel, zuverlässig, Tag für Tag. Das ist unser Leitsatz. Unser Antrieb. Unsere Motivation. Heute und in Zukunft. Für unsere gewerblichen und privaten Kundinnen und Kunden. Für unsere Mitarbeitenden. Wir tun es engagiert. Mit Verantwortung für die Menschen und unsere Umwelt.

Wir bewegen alles für alle.



Inhalt

Vorwort	2
Ereignisse 2023	4
Vollständige Liberalisierung des Postwesens	6
Hohe Mitarbeiterzufriedenheit	
Online-Bewerbung als authentisches Erlebnis	8
Steigerung der Arbeitgeberattraktivität – Was wirklich wichtig ist	10
Wir sind die Liechtensteinische Post	12
Die Leute sind einfach cool – Interview mit Omar Casamento	14
Hohe Kundenzufriedenheit	
Erneut Höchstwert erreicht	19
So zufrieden sind unsere Privatkunden	20
Nachhaltig präsent im Land	22
Zahlen und Fakten	24
Nachhaltigkeit und Klimaneutralität	
Bewusst und batteriesparend elektrisch fahren	27
Klimaneutral bis Ende 2025 – Auf erfolgreichem Weg	28
Gemeinsam nachhaltig wirksam im Land	33
Gewinnende Ideen	35
Verwaltungsrat	36
Zwei neue Mitglieder mit viel Engagement	38
Geschäftsleitung	42



Zum digitalen Geschäftsbericht
report.post.li

«Das Vertrauen unserer Kunden bildet die Grundlage für unsere Zukunft.»

Wir verbinden und bewegen alles – flexibel, zuverlässig, Tag für Tag. So lautet nicht nur unser Unternehmensleitsatz. So lässt sich auch weiterhin die Strategie der Liechtensteinischen Post zusammenfassen. Und das trotz deutlicher Veränderungen bei Kunden, Konjunktur und Regulierung.

Mit der Verabschiedung des Gesetzes über Post- und Paketzustelldienste (Postdienste- und Paketzustelldienstgesetz; PPG) am 2. März 2023 hat das Briefmonopol nun auch in Liechtenstein sein Ende gefunden. Briefe bis 50 g zu transportieren ist seit dem vergangenen Jahr, wie bereits alle anderen Leistungen der Post zuvor, Gegenstand von potentiell oder tatsächlichem Wettbewerb.

Jahr 1 der Postmarkt-Liberalisierung

Die Situation von Wettbewerb ist somit für uns nicht neu. Gleichwohl haben wir den Wegfall des Monopols und die Änderungen der gesetzlichen Grundlagen bei wachsenden Herausforderungen zu bewältigen. Der europaweite Rückgang im E-Commerce zeigt, dass die häufig geäußerte Erwartung, steigende Paketmengen werden einen weiteren Rückgang der Briefmenge automatisch kompensieren, nicht aufgeht. Die Rückgänge im Zahlungsverkehr sind gravierend und Kostensteigerungen beim Personal sowie anderen Faktoren machen auch vor der Post nicht halt.

Wachstum in einem komplizierten Umfeld

Vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen konnte die Post 2023 zwar ein Umsatzwachstum von 1.2 % erzielen. Jedoch sank das bereinigte Ergebnis auf Mio. 0.85 CHF, allerdings vor Berücksichtigung von Rückstellungen für eine allfällige Sanierung der Pensionskasse.

Ist es naiv oder gar gefährlich, an unserer Strategie festzuhalten und gleichzeitig eine zukünftige Verbesserung des Ergebnisses zu erwarten? Dazu lässt sich feststellen: Ohne Berücksichtigung der Sonderrückstellung ist die Liechtensteinische Post profitabel. Das internationale Paketgeschäft, der Transportbereich sowie die Logistik wachsen. Zusätzlich haben wir für 2024 weitere Wachstumsinitiativen in der Pipeline, um eine Schiefelage zu vermeiden, wie sie aktuell andere Postgesellschaften vermelden.

Wir konnten zwar auf Preiserhöhungen zum 1.1.2024 nicht völlig verzichten, dafür jedoch auf das häufig zu beobachtende Handlungsmuster anderer Postgesellschaften, die ihre Leistungen, wie z.B. die Zustellhäufigkeit, reduzieren, bei gleichzeitig stetig steigenden Preisen. Wir sind überzeugt, dass wir im täglichen Kontakt zu unseren Kunden und mit einer hohen Dienstleistungsqualität ein Vertrauensverhältnis entwickelt haben, das die Grundlage für erfolgreiche neue Services und damit für unsere Zukunft bildet.

Neue attraktive Standorte als Bekenntnis zum Kerngeschäft

Trotz rückläufiger Kundenfrequenzen in den Postfilialen, was vor allem auf ein verändertes Verhalten beim Zahlungsverkehr und die rund um die Uhr verfügbaren Paketautomaten zurückzuführen ist, bleiben unsere Filialen eine wichtige Anlaufstelle für unsere Kunden. Das drückt sich auch in den Ergebnissen unserer Privatkundenbefragung 2023 aus, in der die Postfilialen als wichtigste Kontaktpunkte genannt wurden. Wir tragen dem Rechnung und sind mit unserer neuen Filiale in Eschen genau dort präsent, wo unsere Kunden sind. Nach längerer Suche ist es auch in Vaduz gelungen, einen attraktiven Standort im Zentrum zu finden. Die Post wird also weiterhin ihre Leistungen im persönlichen Kontakt erbringen und diesen Vorteil auch für neue Services nutzen.



Unveränderte Ziele

Wir halten auch 2024 an unseren Zielen fest. Unverändert strebt die Post nach Eigenwirtschaftlichkeit, 10 % Wachstum in Geschäftsfeldern ausserhalb des nationalen Brief- und Paketgeschäfts, stabilen Werten in der Kunden- und Personalzufriedenheit sowie Klimaneutralität ab Ende 2025. Die Post setzt für das Erreichen dieser Ziele auf eine stabile Geschäftsleitung. Der zur Hälfte neu besetzte Verwaltungsrat hat seine Arbeit reibungslos fortsetzen können.

Wichtiger ist jedoch das tägliche Engagement des ganzen Teams der Post für eine hohe Zufriedenheit unserer Kunden in und ausserhalb Liechtensteins. Für dieses Engagement bedanken wir uns bei allen Mitarbeitenden genauso herzlich wie bei unseren Kunden für ihre Anerkennung dieses Engagements. Ebenso danken wir dem Land Liechtenstein für Rahmenbedingungen, die es uns erlauben, unsere Kunden und ihre Bedürfnisse in den Mittelpunkt zu stellen.



Dr. Jan Remmert

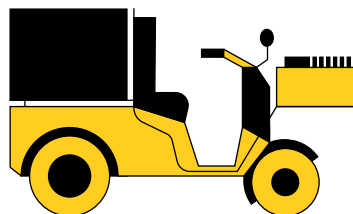
Verwaltungsratspräsident

«Die Post wird weiterhin ihre Leistungen im persönlichen Kontakt erbringen und diesen Vorteil auch für neue Services nutzen.»

Ereignisse 2023

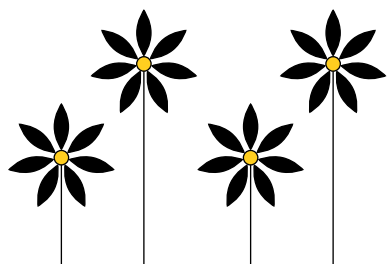
Januar 2023

Der neue Zustell- und Logistikstandort der Liechtensteinische Post im Industriegebiet in Bendern wird bezogen und in Betrieb genommen. Einerseits starten die Mitarbeitenden des Zustellteams Unterland von Bendern aus auf ihre Zustelltour und optimieren somit ihren Sortier- und Zustellprozess. Andererseits können mit dem neuen Standort einzelne Logistikkunden effizienter bedient werden und am Hauptstandort in Schaan wird dadurch dringend benötigte Lagerfläche frei gemacht.



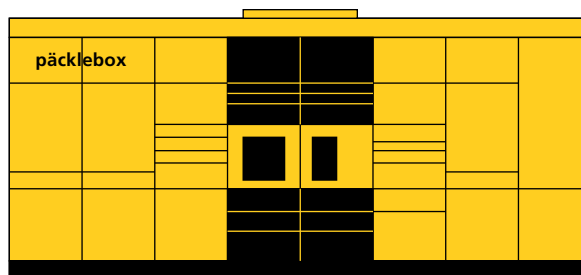
März 2023

Am 29. März 2023 jährt sich die Unterzeichnung des Zollanschlussvertrags zwischen Liechtenstein und der Schweiz zum 100. Mal. Exakt ein Jahrhundert nach der Unterzeichnung haben die Liechtensteinische Post und die Schweizerische Post AG eine philatelistische Gemeinschaftsausgabe herausgegeben, die an einer Vernissage im Liechtensteinischen LandesMuseum in Vaduz offiziell vorgestellt wurde.



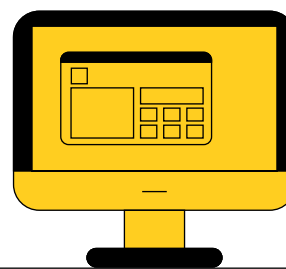
April 2023

Zwei neue Paketautomaten werden in Balzers und Vaduz in Betrieb genommen. Somit verfügt die Liechtensteinische Post neu über insgesamt sieben Paketautomaten im Land.



April 2023

Es erfolgt der «Go-live» der Webseite www.postchannel.li mit einem überarbeiteten Werbeangebot, welches individuelle und zielgerichtete Kampagnen für Werbekunden der Liechtensteinischen Post ermöglicht.



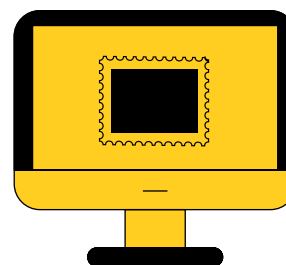
Mai 2023

Das neue Gesetz über Postdienste und Paketzustelldienste (Postdienste- und Paketzustelldienstegegesetz; PPG) tritt in Kraft, womit die gesetzliche Grundlage für die vollständige Liberalisierung des Postmarkts in Liechtenstein geschaffen wird.



November 2023

Eröffnung der Postfilialen Eschen mit Paketautomat im neu gebauten Einkaufszentrum Essane Center und der Postfiliale Vaduz im Städtle in unmittelbarer Nähe des alten Standorts des Post- und Verwaltungsgebäudes, in welchem zukünftig die Liechtensteinische Landesbibliothek untergebracht sein wird.



Dezember 2023

Die Kryptobriefmarken-Kleinbogenreihe «Die Phantastische Tierwelt» erfreut sich einer hohen Beliebtheit unter Sammlern. Sämtliche Ausgaben im Jahr 2023 wurden innert weniger Minuten verkauft.



Vollständige Liberalisierung des Postwesens

Nach einem rund 20 Jahre dauernden Reformprozess wurde die Postmarktliberalisierung 2023 mit der Einführung des Postdienste- und Paketzustelldienstegesetz (PPG) umgesetzt. Mit ihren Leistungen ist die Liechtensteinische Post gut aufgestellt: Die Zustellqualität und die Kundenzufriedenheit sind hoch. Doch wie wird sich die Liberalisierung in Zukunft auswirken?

Die Postliberalisierung sieht eine Öffnung des Marktes durch die Beteiligung privater Unternehmen vor. Dabei wird im Grundsatz verankert, dass Postdienste von jedermann frei gemäss den im Gesetz definierten Rahmenbedingungen erbracht werden dürfen. Die Liechtensteinische Post als Universaldienstanbieter untersteht hingegen weiterhin besonderen Tarifkontrollen sowie Vorgaben zur Qualität und zum Dienstleistungsangebot. Bei einer Marktöffnung soll eine qualitativ gute, flächendeckende, für alle zugängliche und finanzierbare Grundversorgung weiterbestehen und zugleich mehr Wettbewerb bei sinkenden Preisen eintreten.

Das entbehrt in der Praxis nicht einiger Risiken, auf die in der Vergangenheit hingewiesen wurde. Die Universaldienstverpflichtung führt zu hohen Kosten in der Grundversorgung bei gleichzeitig sinkenden Erlösmöglichkeiten. Aufgrund der kurzen Distanzen in die Nachbarländer darf eine Marktbetrachtung zudem nicht nur auf Liechtenstein beschränkt werden.

Verzerrte Preiswahrnehmung

Der starke Wettbewerb unter den registrierten Postdiensteanbietern zwingt die Liechtensteinische Post zu einer laufenden Überprüfung der Preise für ihre Dienstleistungen. Der Eindruck hoher Preise in Liechtenstein täuscht jedoch: Im europäischen Briefpreisvergleich* liegt Liechtenstein auf Platz 29 von 31 Ländern. Lediglich Malta und Zypern haben tiefere kaufkraftbereinigte Preise und der Preis einer A-Postsendung in Liechtenstein liegt 48% unter dem Durchschnittspreis Europas.

Gleichzeitig wurden in Europa die Preise zwischen 2018 und 2023 durchschnittlich um 57% angehoben. Mit einer Preisanpassung von lediglich 10% im selben Zeitraum verfolgt die Post somit eine zurückhaltende Preispolitik. Dass der Margendruck nicht zu einer sinkenden Dienstleistungsqualität führt, wird

durch die hohe Gesamtzufriedenheit der Privat- und Geschäftskunden bestätigt. Diese liegt auf dem höchsten Niveau der letzten 10 Jahre. Darauf darf die Post stolz sein. Gleichzeitig ist dies Motivation für die Weiterführung einer dienstleistungsorientierten Arbeitsweise.

Klares Bekenntnis zur Präsenz

Dies spiegelt sich im Ausbau der Zugangspunkte wider. Auch wenn sich der öffentliche Fokus zuweilen auf einzelne Standorte beschränkt, hat die Post zuletzt den Zugang zu ihren Dienstleistungen mit neuen Paketautomaten deutlich vereinfacht. Wir investieren regelmässig in das Kerngeschäft sowie in innovative Dienstleistungen, um unsere Kundinnen und Kunden im Alltag zu unterstützen. Dazu gehört auch unser Filialnetz.

In Eschen haben wir nun an bester Lage unsere flächenmässig grösste Filiale, integriert in ein Einkaufszentrum, neu eröffnet. Damit legen wir ein klares Bekenntnis ab, mit unseren Dienstleistungen auch vor Ort präsent zu sein. In Vaduz musste aufgrund des notwendigen Auszugs aus dem Post- und Verwaltungsgelände die Filiale verlagert werden. Obwohl sich die Suche nach einem neuen Standort im Städtle als äusserst schwierig erwies, konnten wir eine Lösung finden, die von unseren Kundinnen und Kunden sehr gut angenommen wurde.

Spannungsfeld physisch zu digital

Dennoch zeigt sich gerade hier ein Spannungsfeld: Das Bedürfnis unserer Kunden nach gut zugänglichen Filialen ist hoch. Im Gegensatz dazu werden zunehmend digitale Dienstleistungen genutzt, womit sich ein Gang in die Postfiliale erübrigt. Die Beibehaltung einer hohen Filialdichte – und damit die Übererfüllung der gesetzlichen Vorgaben – gelingt nur, wenn das Filialnetz genutzt wird und die finanziellen Ergebnisse der Post dies ermöglichen. Zugleich erwarten wir, dass wir diesen Spielraum auch in

* Europäischer Briefpreisvergleich der Deutschen Post aus dem Jahr 2023



Zukunft erhalten, um damit im ungleichen Wettbewerb zu bestehen. Kein Mitbewerber muss ein derart umfassendes, frei zugängliches, aber auch sehr kostenintensives Angebot von unterschiedlichsten Zugangsmöglichkeiten und Dienstleistungen anbieten.

Erstes (Zwischen-)Fazit

Ist die Liberalisierung somit gelungen? Dies gilt es abzuwarten. Wir bewerten die Risiken weiterhin höher als die wenigen Chancen, welche sich daraus ergeben. Letztlich werden aber die Kundinnen und Kunden darüber entscheiden, welche Dienstleistungen in Zukunft angeboten werden müssen und können. Eine geschwächte Post als Universaldienstleister würde Gefahr laufen, ihr Angebot in denjenigen Bereichen einzuschränken, welche aktuell übererfüllt werden. Dies ist jedoch nicht im Interesse der Post.

Mit dem zentralen Leitsatz unserer Strategie «Wir verbinden und bewegen alles – flexibel, zuverlässig, Tag für Tag», haben wir unser Verständnis formuliert, als das führende Logistik-Unternehmen in Liechtenstein zu agieren. Damit ist das vollständige Angebot vom Annahmeprozess bis zur Zustellung inklusive aller Verarbeitungsschritte dazwischen verbunden. Jetzt und in Zukunft.



Roland Seger
Vorsitzender der Geschäftsleitung

«Unser Anspruch ist es, als führendes Logistik-Unternehmen in Liechtenstein zu agieren. Jetzt und in Zukunft.»



Online-Bewerbung als authentisches Erlebnis

Nach dem Geheimnis seines erfolgreichen Unternehmens befragt, antwortete Steve Jobs «Wir stellen kluge Köpfe ein, die uns sagen, was wir zu tun haben». Damit wir uns als Arbeitgeberin auch zukünftig mit klugen Köpfen verstärken, haben wir neue Wege eingeschlagen.

Kaum ein anderes Thema treibt Unternehmen mehr um als der zunehmende Fachkräftemangel. Laut einer Studie der Stiftung Zukunft.li ist zu erwarten, dass in Liechtenstein bis 2038 eine Lücke von bis zu 8000 nicht besetzten Stellen entsteht. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass weiteres Wirtschaftswachstum den Bedarf an Beschäftigten noch verstärken kann. Dieser Situation ist sich die Liechtensteinische Post sehr bewusst. Mit unserer Rekrutierungsstrategie ergreifen wir bereits entsprechende Massnahmen, um frühzeitig gegenzusteuern.

Gefordert sind vor allem innovative Lösungen, um potenzielle Mitarbeitende anzusprechen, diese zu einer Bewerbung zu bewegen und ihnen langfristig eine Perspektive zu bieten. Wurden noch vor Jahren für den ersten Kontakt fast ausschliesslich Anzeigen im Stellenteil der Zeitungen veröffentlicht, hat sich die Ansprache heute weitgehend in die digitalen Medien verlagert.

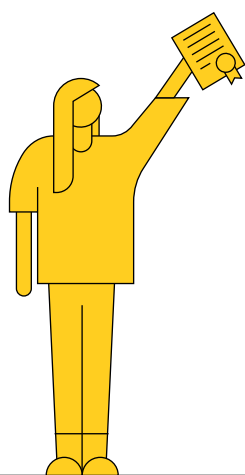
Internet und soziale Medien nutzen

Wir sind ebenso auf professionellen Jobportalen vertreten, um Beschäftigte anzuwerben, wie auch in den sozialen Medien und Business-Netzwerken im Internet. Zugenommen hat für uns die Bedeutung von Job- und Ausbildungsmessen, wie zum Beispiel Berufs- und Bildungstage Next-Step. Mit unserem Messeauftritt können wir Interessierte «live» ansprechen, um ihnen die Vorteile einer Beschäftigung bei der Liechtensteinischen Post persönlich zu vermitteln.

Was für uns jedoch am meisten zählt, ist die Mund-zu-Mund-Werbung unserer Mitarbeitenden: Sie sind die überzeugendsten Botschafterinnen und Botschafter unserer Arbeitgebermarke. Mit ihrer Begeisterung für eine sinnvolle Tätigkeit, ein inspirierendes Umfeld und die teamorientierte Atmosphäre bei uns bieten sie Jobinteressierten eine echte Entscheidungshilfe.

Lebendige Videos unserer Mitarbeitenden

Vor diesem Hintergrund hat die Liechtensteinische Post ihr «Online Recruiting» entwickelt: Auf dem innovativen Stellenportal online-recruiter.ch stellen Post-Beschäftigte in professionell produzierten Videos unser Unternehmen persönlich vor. Sie berichten von ihren positiven Erfahrungen und motivieren zu einer Bewerbung. Mit nur wenigen Klicks können sich Interessierte direkt per Video, Sprach- oder Textnachricht auf ausgeschriebene Stellen bewerben oder eine Blindbewerbung absenden.



255

Anzahl
Mitarbeitende

11

Davon
Lernende



Mehr Reichweite und höhere Bewerbungsqualität

Der digitale Prozess ermöglicht der Liechtensteinischen Post, insbesondere jüngere Zielgruppen anzusprechen und von der Modernität unseres Unternehmens zu überzeugen. Wir erzielen eine höhere Reichweite und nutzen durch die lebendige Präsentation die Möglichkeit, unsere Unternehmenswerte authentisch zu vermitteln und uns als innovative Arbeitgeberin zu empfehlen. Für interessierte Kandidaten wird so ein hochwertiges Erlebnis mit dem Ziel geschaffen, die Absprungrate zu verringern und die Qualität der Bewerbungen zu erhöhen.

Mit dem Start in unser «Online Recruiting» haben wir einen weiteren Schritt vollzogen, um uns auf Seite der Beschäftigten für die Zukunft gut aufzustellen. Wir sind dabei, die ersten Erfahrungen in der digitalen Rekrutierung zu sammeln und freuen uns gemeinsam mit dem gesamten Post-Team auf die Ergebnisse dieses spannenden und wegweisenden Bewerbungsprozesses.



Wolfgang Strunk

Stellvertretender Vorsitzender
der Geschäftsleitung

«Mit unserem neuen <Online-Recruiting> gehen wir neue Wege, um mit mehr Reichweite und einer lebendigen Präsentation die Qualität der Bewerbungen zu erhöhen.»



Online-Recruiter



Steigerung der Arbeitgeberattraktivität – Was wirklich wichtig ist

In der Personalzufriedenheitsumfrage 2023 haben wir bei unseren Mitarbeitenden nachgefragt, was für sie einen attraktiven Arbeitgeber ausmacht. Befragt nach den sechs wichtigsten Kriterien, die für sie einen Arbeitgeber attraktiv machen, bescheinigten unsere Mitarbeitenden, dass sie die faire Entlohnung und weitere soziale Anreize besonders wertschätzen.

Für unsere Mitarbeitenden stehen die faire Entlohnung und weitere soziale Anreize ganz oben, wenn es um die massgeblichen Kriterien für die Bewertung der Arbeitgeberattraktivität geht. Nur ganz knapp dahinter auf Platz 2 folgen Arbeitsklima, Team und Kollegialität. Arbeitsinhalte und Aufgaben sowie die Sicherheit des Arbeitsplatzes, Lob und Wertschätzung, Work-Life-Balance und flexible Arbeitsbedingungen folgen mit deutlichem Abstand.

Fairer Lohn und Vergleichbarkeit

Was ist ein fairer Lohn? Eine mögliche Definition formulierte Peter Ulrich, der Direktor des Instituts für Wirtschaftsethik an der Universität St. Gallen: Für ihn sollte jemand, der Vollzeit arbeitet und seine Arbeiten zur Zufriedenheit des Arbeitgebers ausführt, mit seinem Lohn anständig leben können. Norbert Thom, der Direktor des Instituts für Organisation und Personal der Universität Bern, geht noch einen Schritt weiter: Er sagt, dass es eine absolute Lohngerechtigkeit nie geben werde und dies unmöglich sei. Auch wenn man verschiedene Teilgerechtigkeiten anstrebe, werde die Summe davon nie für alle zufriedenstellend sein. Was man aber gemäss Thom am ehesten erfüllen kann, ist die Anforderungsgerechtigkeit. Dabei richtet sich der Lohn nach den Anforderungen, die an die Mitarbeitenden gestellt werden, wie z.B. Ausbildung, Verantwortung oder Arbeitsumgebung. Um Fairness beim Lohn zu erzielen, werden darüber hinaus andere Löhne in ähnlichen Branchen und Berufsbereichen als Referenz herangezogen.

Der Anforderungsgerechtigkeit und Vergleichbarkeit von Löhnen haben wir mit der Einführung unseres neuen Lohnsystems im Jahr 2023 entsprochen. Mit der systematischen Definition der Anforderung unserer Funktionen und der Nutzung des Lohnsystems nach Landolt & Mächler sind wir jetzt in der Lage, unsere Löhne regional mit gleichen oder ähnlichen Funktionen in anderen Unternehmen zu vergleichen. Ebenso erleichtern uns über-

sichtliche Analysen, eine objektive «Fairness» bei der Entlohnung zu gewährleisten, sei es innerhalb eines Teams oder auch zwischen den Geschlechtern.

Mit einer generellen Lohnanpassung über das gesamte Unternehmen hinweg haben wir per Januar 2023 die Teuerung ausgeglichen. Wir beurteilen die Situation jedes Jahr neu und sind auch zukünftig bestrebt, fair zu reagieren.

Arbeitsklima und Teamgeist als zentrale Werte

Seit jeher ist es unser Ziel, die Kollegialität unter den Mitarbeitenden und die Teamarbeit zu fördern. Das beginnt schon beim Rekrutierungsprozess, bei dem Personen berücksichtigt werden, die zum bestehenden Team passen, und setzt sich während der Anstellung kontinuierlich fort durch eine bewusst gewählte «Du-Kultur», die Förderung von Team-Aktivitäten im gesamten Unternehmen sowie eine transparente und klare Kommunikation.

So wie wir es in unseren Werten formulieren, setzen wir diese auch um, indem wir bewusst ein positives Arbeitsklima fördern. Der respektvolle Umgang miteinander, gegenseitige Wertschätzung und regelmässige Feedbackgespräche zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitenden sowie die einmal jährlich stattfindende Personalzufriedenheitsumfrage sind nur einige Beispiele dafür.

Strategisches Ziel:

Steigerung der Arbeitgeberattraktivität

Mit dem strategischen Ziel, die Arbeitgeberattraktivität zu steigern, wollen wir einerseits unsere treuen Mitarbeitenden auch weiterhin im Unternehmen halten, andererseits die besten verfügbaren Fachkräfte und Auszubildenden auf dem Arbeitsmarkt für uns gewinnen. Dies gelingt nur mit Massnahmen im Betrieb, die dieses Ziel weiterhin konsequent umsetzen, verbunden mit einem effektiven Employer Branding, welches die Liechtensteinische Post als bevorzugte Arbeitgeberin bekanntmacht.



Welches sind für dich die sechs wichtigsten Kriterien, damit ein Arbeitgeber attraktiv ist?

Quelle: Personalfriedensbefragung Liechtensteinische Post 2023

	Bewertung in Punkten *
Fairer Lohn, attraktive Lohnneben- und Sozialleistungen / Pensionskasse	733
Arbeitsklima / Team / Kollegialität	728
Arbeitsinhalt und Aufgaben	366
Sicherer Arbeitsplatz	357
Lob / Wertschätzung	354
Gleichgewicht zwischen Arbeit und Privatleben	348

* Anzahl Punkte, wobei es für die Nennung als wichtigstes Kriterium 6 Punkte und für das am wenigsten wichtigste Kriterium 1 Punkt gab; max. Punktzahl 1194 bei 199 Teilnehmern

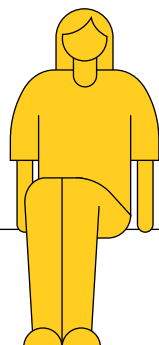


Wir sind die Liechtensteinische Post



54 %

Anzahl männliche
Mitarbeitende

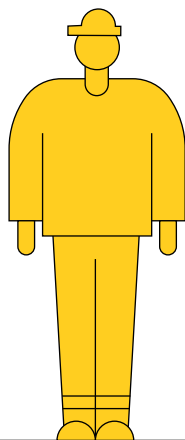


46 %

Anzahl weibliche
Mitarbeitende



17 Nationen



Fürstentum Liechtenstein
 Schweiz
 Österreich
 Deutschland
 Italien
 Bosnien und Herzegowina
 Grossbritannien
 Nordmazedonien
 Polen

Portugal
 Rumänien
 Serbien
 Slowakei
 Spanien
 Sri Lanka
 Türkei
 Ukraine



Die Leute sind einfach cool

Omar Casamento, 48 Jahre
Mitarbeiter Annahme/Verkauf
Postfiliale Schaan

Omar Casamento kennt keine halben Sachen: Er macht alles mit Herzblut. Seit seinem Eintritt vor 16 Jahren war er schon in vielen Bereichen bei der Liechtensteinischen Post tätig. Angefangen als Paketzusteller, steht Omar seit vier Jahren hinterm Postschalter im Filialdienst. Wir haben ihn nach seinen vielfältigen Berufserfahrungen gefragt.

Omar, seit wann arbeitest du bei der Liechtensteinischen Post?

Ich bin mittlerweile seit 16 Jahren bei der Post. Angefangen habe ich im März 2008 als Paketzusteller. Als Schweizer war ich damals für einen privaten Paketdienst im Rheintal und in Werdenberg unterwegs. Bei dieser Tätigkeit habe ich auch Kollegen von der Liechtensteinischen Post kennengelernt. Als wir uns einmal auf einer Tour trafen, wurde ich gefragt, ob ich Lust hätte, zu ihnen zu kommen, weil ein Platz bei der Paketzustellung frei geworden war. So bewarb ich mich und erhielt relativ bald die Einladung, mich vorzustellen.

Wie lief der Jobwechsel? War das Neuland für dich?

Da ich mich durch meine vorherige Tätigkeit ja schon sehr gut im Land auskannte, musste ich für die Touren nicht gross eingearbeitet werden. Das hat mir natürlich geholfen.

Warst du immer schon im Paketdienst oder hast du etwas anderes gelernt?

Ursprünglich habe ich eine Lehre als Sanitärinstallateur gemacht. Doch schon vor 25 Jahren bin ich über ein Inserat zu dieser Transportfirma in Wil gekommen. Am Anfang war das für mich eine völlige Umstellung, weil ich die Strecken nicht kannte. Mit der Zeit lernte ich dann aber so meine Taktiken, wie ich mich z.B. unterwegs orientiere und unbekannte Strassen ohne Navi finde.

In welchen Bereichen hast du schon bei der Liechtensteinischen Post gearbeitet?

Zuerst war ich im Paketbereich tätig und habe auch ab und zu Briefzustellung gemacht. Anschliessend war ich in vielen weiteren Bereichen tätig, so dass ich schon ziemlich viel Abwechslung bei der Post hatte. Seit vier Jahren bin ich jetzt direkt am Schalter, wo unsere Kunden Geld einzahlen, Briefe und Pakete aufgeben.

In welcher Postfiliale bist du tätig?

Ich gehöre zur Filiale Schaan, bin aber auch Springer für andere Filialen. Wenn z.B. jemand zwischen Balzers und Ruggell Ferien hat, bin ich einsatzbereit und übernehme dessen Stelle am Schalter.

Das erfordert einiges an Flexibilität, oder?

Ja, doch, recht viel Flexibilität. Unser Land ist zwar nicht so gross, aber dennoch gibt es natürlich auch Unterschiede in den Orten und Filialen. Ich muss mich entsprechend organisieren können.

Hast du für den Schalterdienst eine zusätzliche Ausbildung absolviert?

Vorteil meiner vielfältigen Tätigkeiten bisher war, dass ich schon die meisten Postprodukte kannte. Aber ich musste natürlich die verschiedenen Schalterdienste kennenlernen, wie man z.B. mit Geldeinzahlungen umgeht oder welche Anwendungen am PC zu erledigen sind. Nach eineinhalb Jahren war ich soweit und habe zum ersten Mal eigenständig in der Filiale gearbeitet.

Du hast also schon sehr viele unterschiedliche Tätigkeiten bei der Post gelernt?

Ja, ich finde es toll, dass wir intern immer die Möglichkeit haben, uns für weitere Aufgaben zu bewerben, wenn eine Stelle ausgeschrieben wird. So habe ich in den letzten Jahren durch meine vielfältigen Tätigkeiten enorm viel gelernt: Die verschiedenen Produkte, wie man etwas verarbeitet, Auslandspakete, Verzollung und vieles mehr. Das bleibt natürlich und bereichert mich sehr.









Was schätzt du persönlich an deiner Arbeitgeberin am meisten?

Was mir so gefällt, ist: Die Leute sind einfach cool und das Arbeitsklima ist gut. Gerade in der Zeit von Covid hat sich die Post sehr stark dafür eingesetzt, dass alle Mitarbeitenden bleiben konnten. Das ist nicht selbstverständlich. Natürlich müssen wir dafür auch Leistung bringen, aber das lohnt sich auf jeden Fall. Die Liechtensteinische Post ist auch eine Arbeitgeberin, bei der die Leute lange bleiben. Manche sind schon seit 30 oder 40 Jahren dabei.

Du selbst bist ja auch schon seit 16 Jahren ein Pöstler ...

Das stimmt, und es hat auch damit zu tun, dass ich meinen Job liebe. Wenn man seinen Beruf nur für das Gehalt macht, stimmt etwas nicht. Auch wenn es manchmal bei uns stressig zugeht, das gleicht sich ja zeitlich wieder aus. Nach so vielen Berufsjahren habe ich gelernt, mir selbst einfach keinen Stress mehr zu machen.

Wenn du dir etwas von der Liechtensteinischen Post wünschen könntest, was wäre das?

Eigentlich bin ich vollkommen zufrieden. Nur eines, das wäre sicher etwas: Ich würde sehr gerne wieder auf Zustellung gehen. Es fehlt mir schon, draussen bei den Leuten zu sein. Das Wetter macht mir nichts aus, denn dafür gibt es die passende Kleidung. Doch ich hätte wieder mehr Bewegung und wäre öfter an der frischen Luft, was gesünder ist. Mir macht es Spass, zu den Menschen zu kommen, um ihnen ihre Pakete und Briefe zu bringen. Das liegt mir einfach im Blut.

«Ich habe in den letzten Jahren durch meine vielfältigen Tätigkeiten enorm viel gelernt. Das bereichert mich sehr.»



Customer Satisfaction Index

Der Kundenzufriedenheitsindex (englisch Customer Satisfaction Index, kurz CSI) ist eine Kennzahl, die die allgemeine Zufriedenheit unserer Privatkunden mit der Liechtensteinischen Post ausdrückt. Die Kennzahl zeigt an, wie erfolgreich wir bei der Bereitstellung unserer Dienstleistungen im Markt sind.



Erneut Höchstwert erreicht

Im Berichtsvorjahr bescheinigten unsere Geschäftskunden der Liechtensteinischen Post ihre Zufriedenheit mit einer sehr hohen Weiterempfehlungsrate. 2023 waren unsere Privatkunden gefragt: Sie bestätigten uns nach 2021 erneut mit dem höchsten Wert im Customer Satisfaction Index.

86 Prozent der befragten Privatkunden haben im Rahmen unserer 2023 durchgeführten Zufriedenheitsbefragung angegeben, mit den Leistungen «ihrer» Post im Land zufrieden bis sehr zufrieden zu sein. Damit wurde derselbe hohe Wert wie 2021 und der zum zweiten Mal in Folge höchste Wert seit Beginn der Messungen vor zwölf Jahren erreicht.

Die hohe Zufriedenheit war nur ein Aspekt, der für unsere Kundenorientierung und die Ausrichtung unserer Serviceleistungen aussagekräftig ist. Insgesamt standen neun Kriterien im Fokus der Befragung, die das Marktforschungsinstitut ipsos im September 2023 durchführte. Dazu wurden Fragebögen stichprobenartig an 5 000 Einwohnerinnen und Einwohner in allen Gemeinden Liechtensteins versendet. Die Rücklaufquote von 15 Prozent ist gegenüber der Befragung von 2021 gesunken. Sie drückt jedoch nach wie vor aus, wie gross der Rückhalt der Liechtensteinischen Post im Land ist und als wie wichtig ihre Dienstleistungen von der Bevölkerung eingeschätzt werden.

Sehr nahe an der idealen Post

Bei den Antworten zur Zufriedenheit fällt auf, dass insbesondere die Maximalnennungen zulegen konnten. 38 Prozent der Befragten zeigen sich «sehr zufrieden», was gegenüber 2021 eine Zunahme von drei Prozent bedeutet. Der Idealvorstellung von einer Post kommen wir dabei bei rund 78 Prozent der Befragten sehr nahe. Auch hier freuen wir uns über ein Plus von sieben Prozentpunkten bei der höchstmöglichen Bewertung «sehr nahe am Ideal» mit 29 Prozent.

Befragt nach unseren Kerneigenschaften zeigt sich, dass wir unsere Dienstleistungsqualität wirksam vermitteln und diese im Kundenalltag auch so erlebt werden. Die Ergebnisse liegen durchweg auf sehr hohem Niveau zwischen 8,1 und 8,9 von zehn möglichen Punkten, wobei die Liechtensteinische Post insbesondere als zuverlässig und vertrauenswürdig geschätzt wird.

Postfiliale wichtigster Kontaktpunkt

Für unsere Privatkunden sind die Postfilialen und die Postpartner nach wie vor die wichtigsten Anlaufstellen im Kontakt mit unse-

rem Unternehmen. Ein Drittel aller Befragten hat mindestens einmal pro Woche Kontakt mit einer unserer Postfilialen, 6 Prozent sogar täglich. Wir freuen uns dabei vor allem über die hohen Bewertungen der freundlich kompetenten Bedienung durch unsere Mitarbeitenden sowie der Freundlichkeit unserer Kundenbetreuung insgesamt. Beides wurde von den Befragten mit 9,4 von zehn Punkten ausgezeichnet. Bei den Kernleistungen der Post verzeichnen wir stabile Werte: Brief- und Paketpost sowie die Zeitungszustellung werden auf konstant hohem Niveau von über neun Punkten eingeschätzt. Hingegen konnten wir das Gefühl unserer Privatkunden, gut informiert zu werden, gegenüber 2021 um sechs Prozent verbessern. Inzwischen fühlen sich 66 Prozent der Befragten gut bis sehr gut informiert.

Mögliche Dienstleistungen der Zukunft

Die Umfrage beinhaltete auch Fragen zu neuen Dienstleistungen wie z.B. Einlagerung oder erweiterte Heimlieferungen. Über 30 % der Befragten sahen die Vorteile wie bspw. «ich spare mir Wege» oder «ich bekomme Hilfe». Die Liechtensteinische Post wird in diesem Bereich ihre Kompetenzen nutzen und neue Services bieten.



Michael Aggeler

Mitglied der Geschäftsleitung

«Die Zufriedenheit unserer Kunden kann nur so gut sein, wie unser Verständnis für ihre Bedürfnisse.»

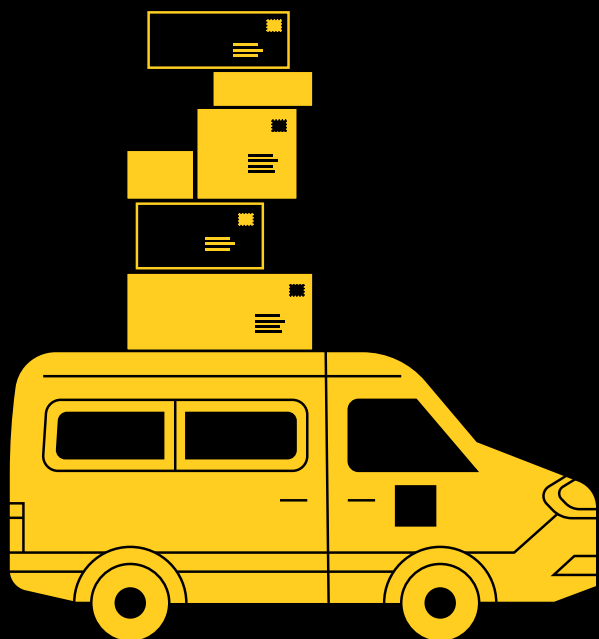


So zufrieden sind unsere Privatkunden mit uns 2023

84

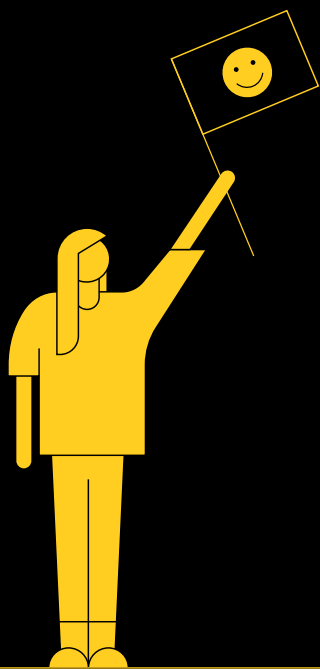
Errechneter Customer Satisfaction Index

86 % der Befragten sind gesamthhaft mit der Liechtensteini-schen Post zufrieden bis sehr zu-frieden



Für 83 % der Befragten erfüllt die Liechtensteinische Post ihre Erwartungen als Dienstleistungsunternehmen.

Für 78 % der Befragten kommt die Liechtensteinischen Post nahe an die Idealvorstellung für ein Dienstleistungsunternehmen.





Nachhaltig präsent im Land

Christian Meyer

Leiter Group Campaign & Brand Management
Liechtensteinische Landesbank AG, Vaduz

**Wie stark bewegt Nachhaltigkeit unsere gewerblichen Kunden? Und wie bewerten sie die Werbung auf unseren Elektrofahrzeugen für ihre Kommunikation?
Wir haben Christian Meyer von der Liechtensteinischen Landesbank gefragt.**

Christian Meyer, welchen Stellenwert hat Nachhaltigkeit bei der Liechtensteinischen Landesbank?

Nachhaltigkeit hat für uns einen sehr hohen Stellenwert. Sie ist wesentlicher Teil unserer DNA, unserer Vision und unseres Beitrags, was wir auch transparent kommunizieren. Für die gesamte LLB Gruppe haben wir uns ein ambitioniertes Ziel gesetzt: Bis 2040 wollen wir das Netto-Null-Emissionsziel erreicht haben.

Wie kann ein Finanzdienstleister wie die LLB Nachhaltigkeit im Unternehmen leben?

Wir haben als Finanzunternehmen sehr viele Hebel, um CO₂-Emissionen in unseren Dienstleistungen reduzieren zu können. Im Bereich Bankprodukte verfolgen wir z.B. das Ziel, bis 2026 mindestens 30 Prozent CO₂ einzusparen. Bereits seit längerem sind wir dabei, die gesamte Palette unserer Anlageprodukte umzustellen und laufend zu verbessern. Hier sind die regulatorischen Vorgaben natürlich ein enormer Treiber, der uns zusätzlich Dynamik verleiht. In der Berichterstattung führen wir seit zwei Jahren ein erweitertes Reporting zur Nachhaltigkeit durch, so dass unsere Massnahmen auch sehr gut messbar sind.

Inwiefern spielt das ökologische Bewusstsein bei Ihren Zielgruppen eine Rolle?

Hierzu muss man die verschiedenen Stakeholder sowie die gesamte Wertschöpfungskette betrachten. Bei unseren Mitarbeitenden stellen wir ein sehr hohes Bewusstsein fest. Für sie geht es z.B. um ihre Mobilität oder um Homeoffice. Im Kundenbereich werden unsere nachhaltig gestalteten Anlagelösungen durch die regulatorischen Treiber schon fast als selbstverständlich erwartet und von unseren Kunden auch gut angenommen. Entsprechend ist auch für uns im Marketing Nachhaltigkeit ein Thema, das immer mitschwingt. Ein Omnipräsenzthema.

Welche Rolle spielt die Fahrzeugwerbung beim Markenimage der LLB und wie passt das Thema Nachhaltigkeit dazu?

Fahrzeugwerbung habe ich früher aufgrund der ökologischen Verantwortung eher kritisch gesehen. Doch mit der Flotte von Elektrofahrzeugen passt das natürlich perfekt zum Supertrend – und damit auch in unsere Kommunikationsstrategie. Dabei ist mir besonders die lokale Verankerung im Land wichtig. Der Schulterchluss mit der Liechtensteinischen Post bietet einen wertvollen Imagefaktor. Zudem sind die Elektrofahrzeuge modern und klimafreundlich, und das zählt für mich: Die Liechtensteinische Post ist innovativ und geht neue Wege – genau das tun wir als LLB auch. Im Rahmen unseres neuen Erscheinungsbildes, das wir im vergangenen Jahr gelauncht haben, bietet uns die Fahrzeugwerbung zusätzlich eine attraktive Plattform.

Welche Bedeutung hat eine solche regionale Werbung in der Gesamtstrategie der LLB?

Wir haben als international tätiges Finanzunternehmen natürlich verschiedene Märkte und verschiedene Zielgruppen. In Liechtenstein setzen wir auf einen Mediamix, der noch analoge Kanäle beinhaltet, während wir in anderen Märkten ansonsten überwiegend digital kommunizieren. Die lokale Präsenz ist eben hier im Land unser Thema und daher stehen wir auch immer noch zu unserem bekannten Slogan «Vom Land. Fürs Land». In diesem Kontext passt natürlich auch die Fahrzeugwerbung mit unseren beiden Motiven perfekt dazu. Wir haben dafür eigens ein Liechtensteiner Motiv sowie ein weiteres zum Thema Nachhaltigkeit entwickelt.



Welche emotionale Wirkung streben Sie mit Ihrer Fahrzeugwerbung an?

Ein wesentlicher Faktor unserer Imagekommunikation ist die Verbundenheit der Marke LLB mit dem Land. Das beinhaltet die Nachhaltigkeit, die soziale und gesellschaftliche Verantwortung sowie die wirtschaftliche Verantwortung. Dazu stehen wir seit 1861 – und das tragen wir nach aussen, was mir sehr wichtig ist und in unserer aktuellen Kampagne sehr gelungen zum Ausdruck kommt. Wir wachsen zwar international und legen im digitalen Bereich eine hohe Innovationskraft an den Tag, doch uns ist sehr bewusst, woher wir kommen und wohin wir gehören. Darum habe ich mich auch für die Fahrzeugwerbung entschieden, weil wir damit lokal präsent sind und uns ein toller Markentransfer gelungen ist.

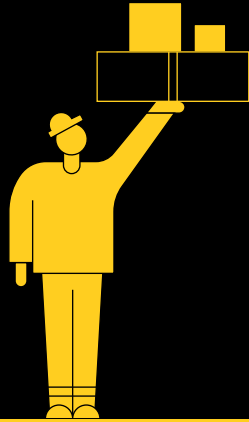
Die LLB-Werbung kommt auf unseren Elektrofahrzeugen sehr gut zur Geltung. Haben Sie Rückmeldungen dazu erhalten?

Meistens erhalte ich nur Reaktionen, wenn etwas in der Kommunikation nicht gefällt. Doch in diesem Fall habe ich gehört, dass einige Personen die Fahrzeuge gesehen haben und es cool fanden.

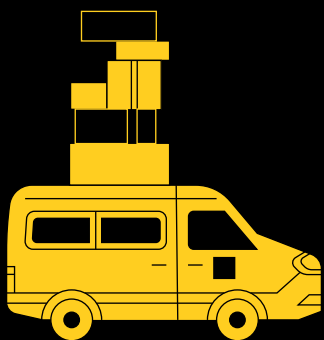
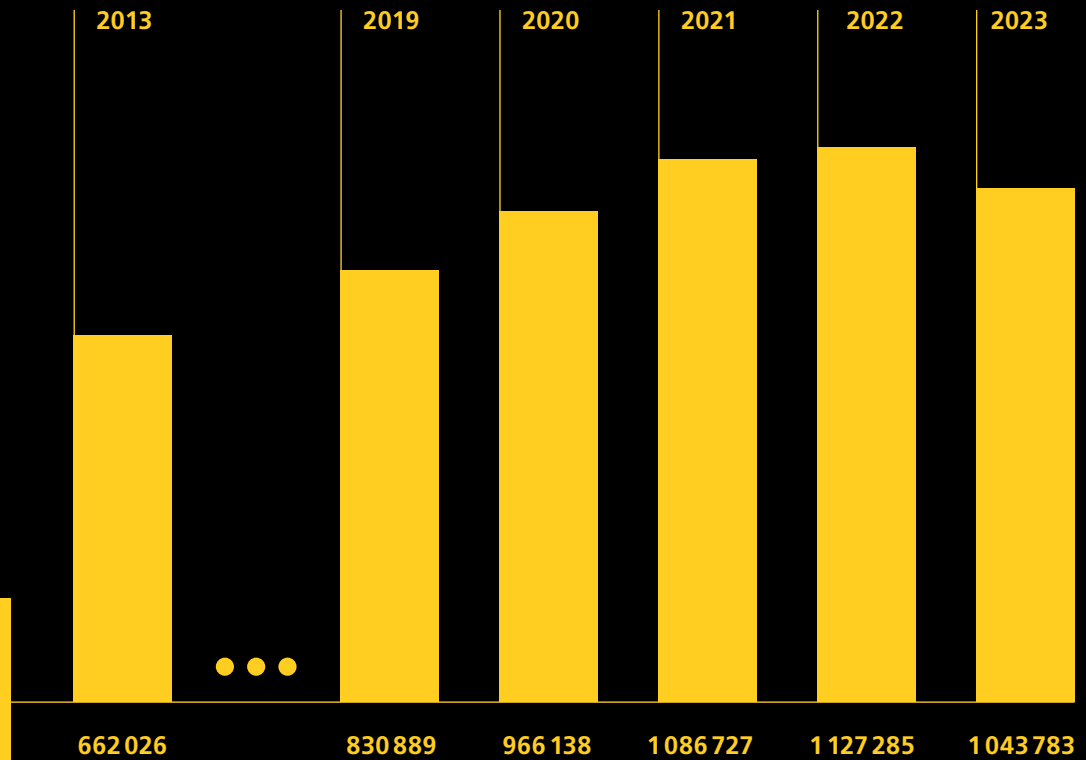
«Die Liechtensteinische Post ist innovativ und geht neue Wege – genau das tun wir als LLB auch.»



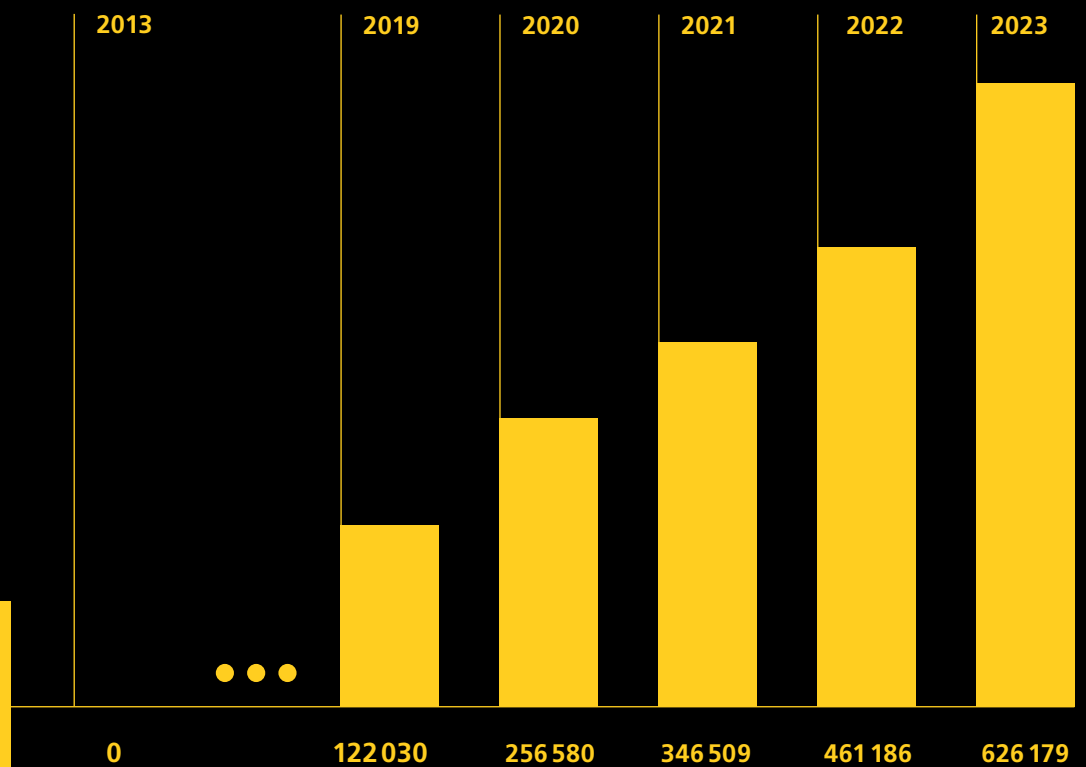
Zahlen und Fakten

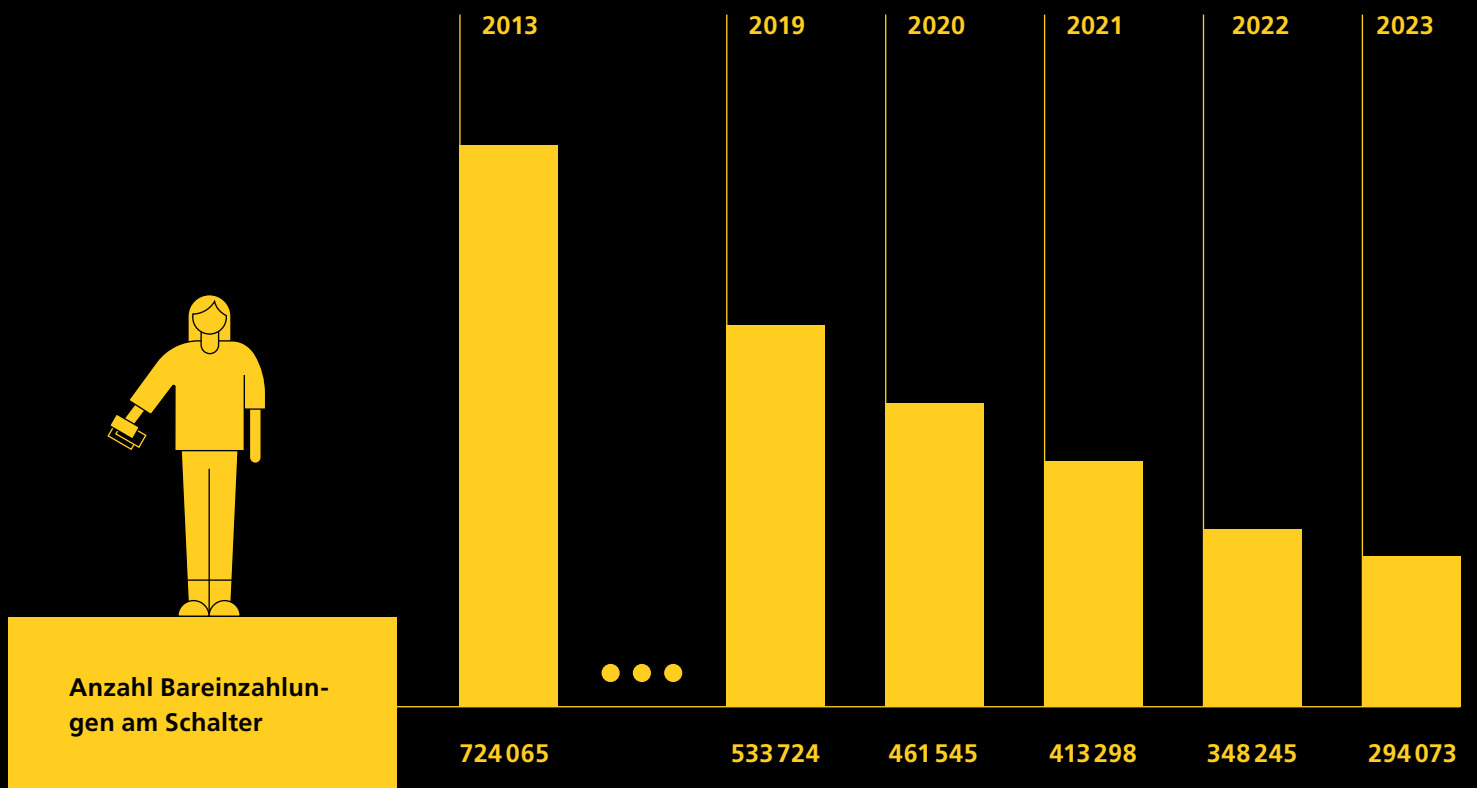
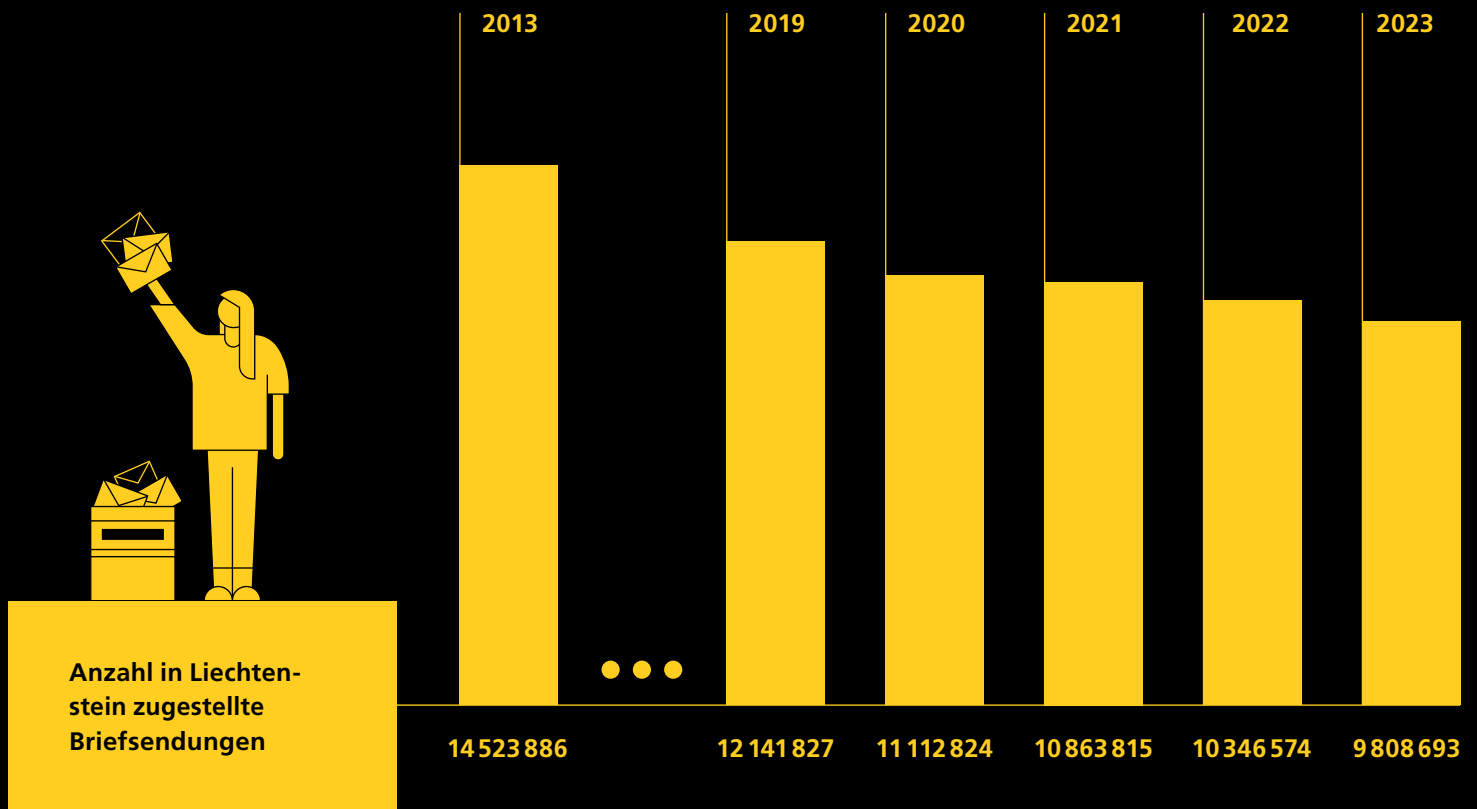


Anzahl in Liechtenstein zugestellte Paketsendungen



Anzahl Importsendungen für Liechtenstein und die Schweiz





Kevin Schwendener, 38 Jahre
Mitarbeiter Paketzustellung





Bewusst und batteriesparend elektrisch fahren

Bereits 50 Prozent unseres gesamten Fuhrparks konnten wir 2023 auf Elektrofahrzeuge umstellen. Mit einem davon ist Kevin Schwendener täglich unterwegs: Der Paketzusteller, der seit zwei Jahren bei der Liechtensteinischen Post arbeitet, stieg Anfang 2023 vom Diesel auf den E-Car um. Welche Erfahrungen hat er damit gemacht?

Kevin, wie verlief für dich persönlich der Umstieg auf ein Elektrofahrzeug?

Zuerst habe ich eine Schulung erhalten, was bei den neuen Fahrzeugen zu beachten ist. Dann konnte ich Probe fahren, um zu sehen, ob alles verständlich war und sich noch Fragen bei der Bedienung ergeben. Grundsätzlich ist die Bedienung in etwa gleich wie bei herkömmlichen Fahrzeugen mit Automatik-Schaltung.

Gibt es irgendwelche Besonderheiten zu beachten?

Es gibt keine Park-Funktion beim Elektroauto, nur eine «Hold»-Funktion. Diese schnappt aber nur ein, wenn man «Hold» aktiviert und sofort die Türen öffnet. Das heisst, man muss daran denken, immer die Handbremse anzuziehen. Wenn man sich daran gewöhnt hat, ist das aber kein Problem.

Wie gefällt dir die Zustellung mit einem E-Car?

Ich bin soweit zufrieden damit. Das Fahrzeug ist sehr angenehm zu fahren. Es hat auch ein grosses Volumen, so dass reichlich Platz ist für die Beladung.

Wie gross ist die Reichweite des Fahrzeugs?

Ich übernehme morgens das Fahrzeug voll aufgeladen. Laut Anzeige könnte ich damit 140 Kilometer weit fahren, was ausreichend wäre. Aber je nachdem, wie zum Beispiel die Witterung ist und wenn man die Heizung dazuschaltet, benötigt der Wagen mehr Strom. Dann sinkt der Akku zum Teil rapide. Zurzeit ist in Abklärung, inwieweit die Fahrzeuge mit einer grösseren Batterie ausgerüstet werden können.

Hattest du schon die Situation, dass du zwischendurch nachladen musstest?

Nein, manchmal wird es zwar knapp, aber grundsätzlich habe ich immer rund 10 Prozent Restladung. Das klingt nach wenig, reicht aber vollkommen, um 15 oder 20 Kilometer weit zu fahren.

Kannst du den Verbrauch beeinflussen?

Ja, es ist wichtig, dass ich selbst dazu beitrage, den Verbrauch zu senken. Das Fahrzeug benötigt etwa 2 Kilowatt im Schnitt, wer aber die Heizung voll aufdreht, verbraucht 7 bis 8 Kilowatt. Das ist ein grosser Unterschied – und das kann ich selbst reduzieren.

Wie verhältst du dich, um den Verbrauch zu senken?

Im Winter, wenn es morgens sehr kalt ist, drehe ich gleich zu Beginn die Heizung kurz auf und schalte sie dann zurück. Ich bin als Zusteller ja warm angezogen, dann macht mir das auch nicht viel aus. Da bei jedem Halt ständig die Tür auf- und zugeht, kann man gut auf die Heizung verzichten.

Welches Fazit würdest du insgesamt ziehen?

Insgesamt bin ich sehr zufrieden. Mit dem Fahrzeug komme ich gut zurecht, es ist komfortabel und hat viel Platz.

Haben dich Kunden schon einmal auf dein Elektrofahrzeug angesprochen?

Es fällt den Kunden öfters auf, dass ich so ruhig fahre. Früher war das Motorengeräusch ein Signal, auf das man achten konnte. Jetzt sagen die Kunden zu mir: «Oh, du bist schon da? Ich habe dich gar nicht kommen hören!»





Klimaneutral bis Ende 2025 – Auf erfolgreichem Weg

Wir wussten von Beginn an, dass es nicht leicht zu erreichen sein wird: Doch auf dem Weg zu unserem ambitionierten Ziel zur Klimaneutralität bis Ende 2025 haben wir bereits wichtige Schritte unternommen. Im Jahr 2021 als Vision formuliert und mit Werten festgeschrieben, können wir jetzt über erste nachweisbare Erfolge berichten.

Auf der Grundlage der UN-Ziele für eine nachhaltige Entwicklung, den Sustainable Development Goals (SDGs), steht der Klimaschutz als eines von sieben zentralen SDG-Zielen für die Liechtensteinische Post im Fokus. 2021 haben wir ausgehend von unserem CO₂-Fussabdruck die Vision der Klimaneutralität 2026 verabschiedet und uns das Ziel gesetzt, bis Ende 2025 alle CO₂-Emissionen weitestgehend zu eliminieren.

Fuhrpark bereits zu 50 Prozent elektrisch

Eine tragende Säule unserer Massnahmen, um die CO₂-Emissionen wirksam zu senken, bildet unser Fuhrpark. Nachdem bereits seit 2012 elektrisch betriebene Drei-Rad-Roller in der Haus- und Frühzustellung im Einsatz sind, wird aktuell der Anteil der elektrisch betriebenen Lieferwagen Schritt für Schritt erhöht. Bereits im Sommer 2023 konnte ein Anteil an E-Fahrzeugen von rund 50 Prozent des gesamten Fuhrparks erreicht werden.

CO₂-Bilanz gegenüber Vorjahr halbiert

Dieser Fortschritt lässt sich auch an der erfreulichen Entwicklung der gesamten CO₂-Bilanz der Liechtensteinischen Post ablesen: Wurde in den Ausgangswerten auf Basis des Jahres 2020 noch eine CO₂-Menge von über 1 600 Tonnen gemessen, sind es für das Jahr 2023 noch etwas mehr als 700 Tonnen. Ein Minus von 900 Tonnen CO₂. Gegenüber dem Vorjahr konnten die Emissionen mehr als halbiert werden. Unser Fuhrpark trug zu diesem Erfolg mit rund 750 Tonnen eingespartem CO₂ den Löwenanteil bei.

Unsere E-Flotte: Im Land sichtbares Ziel

Wir sehen uns angesichts dieser Werte ermutigt, unseren eingeschlagenen Weg in Richtung Klimaneutralität ab 2026 fortzusetzen: Nach und nach erhöhen wir durch die Inbetriebnahme weiterer E-Fahrzeuge den Anteil unserer klimaneutralen Mobilität und Logistik. Die elektrisch betriebenen Lieferwagen sind eigens in Design und Aufschrift mit der Botschaft «Klimaneutral bis Ende 2025» erkennbar gestaltet, um auch in der Öffentlichkeit unsere Massnahmen zum Klimaschutz transparent und nachvollziehbar zu zeigen. Um unsere E-Flotte ausreichend zu versorgen, bauen wir parallel dazu die dafür notwendige Ladeinfrastruktur im Betriebszentrum Schaan weiter aus. Bereits seit 2021 beziehen wir dafür zu 100 Prozent «LiStrom alpin» von den LKW, das CO₂-neutrale Stromprodukt aus regionaler Wasserkraftproduktion.

Parkplatzbewirtschaftung als Anreiz

In einem weiteren Schritt haben wir 2023 die Parkplatzbewirtschaftung eingeführt, die ebenfalls zum Rückgang der oben genannten CO₂-Bilanz im Berichtszeitraum 2023 beigetragen hat. Sie ist Teil eines betrieblichen Mobilitätsmanagements, das sowohl zu weiter sinkenden Emissionen als auch einer Verbesserung der Parkplatzsituation im Betriebszentrum führen soll. Die zur Verfügung stehenden Parkplätze werden im Rahmen eines abgestuften Abo-Systems angeboten. Ziel ist es, unsere Mitarbeitenden zu motivieren, möglichst auf das eigene Auto zu verzichten und stattdessen mit dem Fahrrad oder öffentlichen Verkehrsmitteln zur Arbeit zu kommen. Davon profitiert nicht allein die Klimabilanz der Liechtensteinischen Post, sondern auch die Gesundheit und Lebensqualität unserer Beschäftigten.

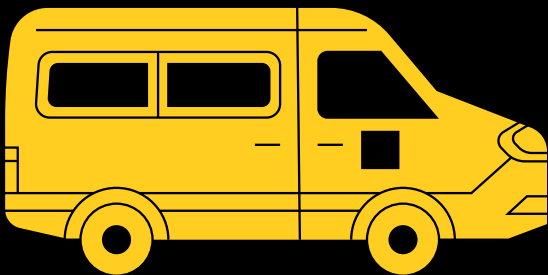


Die Sustainable Development Goals (SDGs) der UN bilden die Leitplanken für eine nachhaltige Orientierung bis 2030. Die Liechtensteinische Post legt einen besonderen Fokus auf sieben der insgesamt 17 Leitziele.



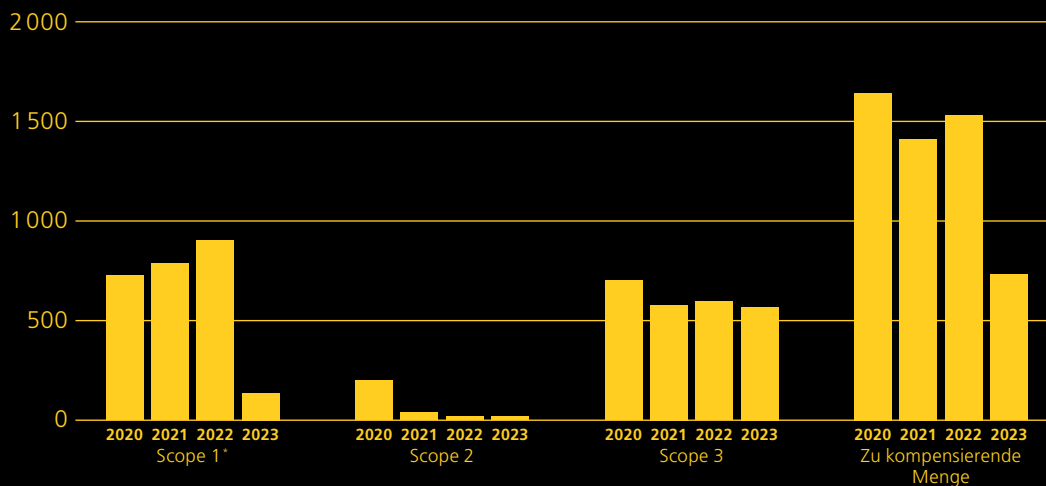
CO₂-Emissionen im Jahresvergleich

	2020	2021	2022	2023
Scope 1*	735.0	784.1	896.7	133.5
Fuhrpark	735.0	784.1	896.7	133.5
Scope 2	200.1	42.5	28.7	24.0
Strom (stationär)	160.4	0	0	0
Wärme	39.7	42.5	28.7	24.0
Scope 3	702.5	581.3	601.7	573.3
Anfahrt Mitarbeitende	345.3	280.0	344.9	269.3
Ausgangslogistik / Eingangslogistik	243.8	184.4	196.6	214.2
Vorkette Wärme	54.2	53.1	6.4	5.1
Betriebsabfall	17.1	21.9	15.7	17.9
Transport zur Abfallentsorgung				0.3
Druckprodukte	26	20.7	22.6	18.6
Vorkette Fuhrpark				33.5
Vorkette Strom	8.3	10.6	9.1	9.5
Büropapier	4.6	6.1	3.9	3.4
Verpackungsmaterial	2.4	3.9	1.1	0.4
Miet- und Privatfahrzeuge	0	0.3	1.2	0.7
Wasser	0.8	0.3	0.2	0.4
Gesamtergebnis	1637.6	1407.9	1527.1	730.8



Seit 2020 erstellen wir mit Unterstützung von ClimatePartner die jährliche Klimabilanz, welche unseren «Carbon Footprint» berechnet. 2023 haben die schrittweise Umstellung des Fuhrparks auf E-Mobilität sowie die Parkraumbewirtschaftung wesentlich dazu beigetragen, die CO₂-Emissionen weiter zu senken. Nach leichtem Anstieg im Vorjahr durch die Rückkehr zum normalen Betriebsalltag nach der Pandemie konnte 2023 die zu kompensierende Menge um nahezu 1 000 Tonnen gegenüber den Basiswerten von 2020 verringert werden.

Scopes im Jahresvergleich



In allen drei Scopes konnten die CO₂-Mengen im Berichtsjahr deutlich reduziert werden. Die erfreulichen Ergebnisse in Scope 1 haben insbesondere dazu beigetragen, die gesamten Emissionen gegenüber dem Vorjahr zu halbieren.

* CO₂-Erstellungsaufwand beim Fuhrpark ab 2023 nicht mehr berücksichtigt







Gemeinsam nachhaltig wirksam im Land

Auf dem Weg zur Klimaneutralität planen wir, die verbleibenden CO₂-Emissionen, die wir nicht selbst reduzieren können, durch geeignete zertifizierte Klimaschutzprojekte zu kompensieren. Für dieses Vorhaben, das wir ab 2025 umsetzen werden, haben wir als Liechtensteinische Post den Anspruch formuliert, in ein regionales Klimaschutzprojekt zu investieren.

Damit bekennen wir uns klar zu unserer Verantwortung für die Zukunft unseres Landes. Darüber hinaus legen wir in diesem Kontext darauf Wert, kurze Wege einzuhalten, Ressourcen zu schonen sowie Projekterfolge transparent und messbar darstellen zu können, was für uns nur in unserer Region realisierbar erscheint.

Kooperation mit Telecom, Liechtensteinische Kraftwerke und Liechtenstein Wärme

Dieser Initiative haben sich inzwischen die Telecom sowie die Liechtensteinischen Kraftwerke und Liechtenstein Wärme angeschlossen. Gemeinsam mit diesen Kooperationspartnern wird die Liechtensteinische Post ihre Kräfte bündeln können und damit eine sehr viel höhere Wirksamkeit erzielen.

Konnte die CO₂-Kompensation in internationalen Klimaschutzprojekten bislang immer nur als «zweitbeste Lösung» gelten, so wird durch diese Partnerschaft ein echter Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung unseres Landes entstehen.

Die Auswahl und Erarbeitung eines gemeinsamen regionalen Klimaschutzprojekts wird im Verlauf des Jahres 2024 weiter konkretisiert. Dabei erhalten die Liechtensteinische Post und ihre Kooperationspartner von ClimatePartner Unterstützung, welcher unser Unternehmen seit 2020 bei der Berechnung und Verringerung unserer CO₂-Emissionen begleitet. ClimatePartner sorgt mit der Zertifizierung von Klimaschutzprojekten weltweit für Transparenz und Nachvollziehbarkeit.



Unsere strahlenden Gewinner vom Zustelteam Unterland

von links nach rechts: Mathias Lenherr, Roger Gygax, Silvia Baumgartner, Rainer Lampert, Loide da Costa, Milena Mitrojevic, Heinz Küng, Heinz Biedermann, Thomas Ackermann, Emre Bahadir. Auf dem Foto fehlen: Michael Rohner, Michael Eberle, Maria Fabiano, Pietro Cerullo.



20 000 Kilometer eingespart

2022 erfolgreich gestartet, haben wir im Jahr 2023 unseren Wettbewerb um die besten Ideen für mehr Nachhaltigkeit bei unseren Post-Teams fortgesetzt. Erneut waren alle Teams aufgerufen, mit ihren Ideen die Liechtensteinische Post noch nachhaltiger zu machen. Im Dezember war es dann soweit: Der begehrte Wanderpokal konnte an die Gewinner überreicht werden.

Ziel unseres Wettbewerbs war es wie schon im Vorjahr, alle Mitarbeitenden zu motivieren, im eigenen Aufgabenumfeld nach Lösungen zu suchen, um Ressourcen zu schonen, Emissionen zu verringern und unsere Zusammenarbeit zu verbessern. Dabei geht es nicht nur um kreative Vorschläge, sondern auch darum, diese praktisch und messbar im Postalltag umzusetzen.

Nachhaltiger durch Teamgeist

Teamarbeit ist bei der Liechtensteinischen Post ein wichtiger Erfolgsfaktor. Das zeigt sich auch wieder im Wettbewerb für mehr Nachhaltigkeit: Gemeinsam haben die einzelnen Teams ihre Nachhaltigkeitsziele definiert und Massnahmen entwickelt, die nachvollziehbar zum Erfolg führen. Wie schon 2022 wurde dabei eine beachtliche Anzahl an Ideen zusammengetragen.

Höchste Punktzahl bei CO₂-Einsparung

Von allen Teilnehmenden hatte schliesslich das Zustellteam Unterland die Nase vorn: Anfang des Jahres 2023 hatten die Teammitglieder den Umzug ins neue Logistik-Hub Bendern mitgetragen. Das sollte sich auszahlen, denn so konnten sie in der Zustellung näher an den Kunden sein und mit kürzeren Anfahrtswegen punkten. Bis zum Jahresende 2023 sparten sie auf diese Weise fantastische 20 000 Kilometer ein und damit die höchste Menge an CO₂-Emissionen von allen teilnehmenden Teams. Eine Spitzenleistung!

Feierliche Pokalübergabe

Bei unserer Weihnachtsfeier im Dezember 2023 war es dann soweit. Der von Patrik Walser geschaffene Wanderpokal in Form einer Eulenskulptur aus Holz wurde dem Siegerteam überreicht. Wir gratulieren zum tollen Erfolg und freuen uns auf viele weitere spannende und nachhaltige Ideen im Jahr 2024.

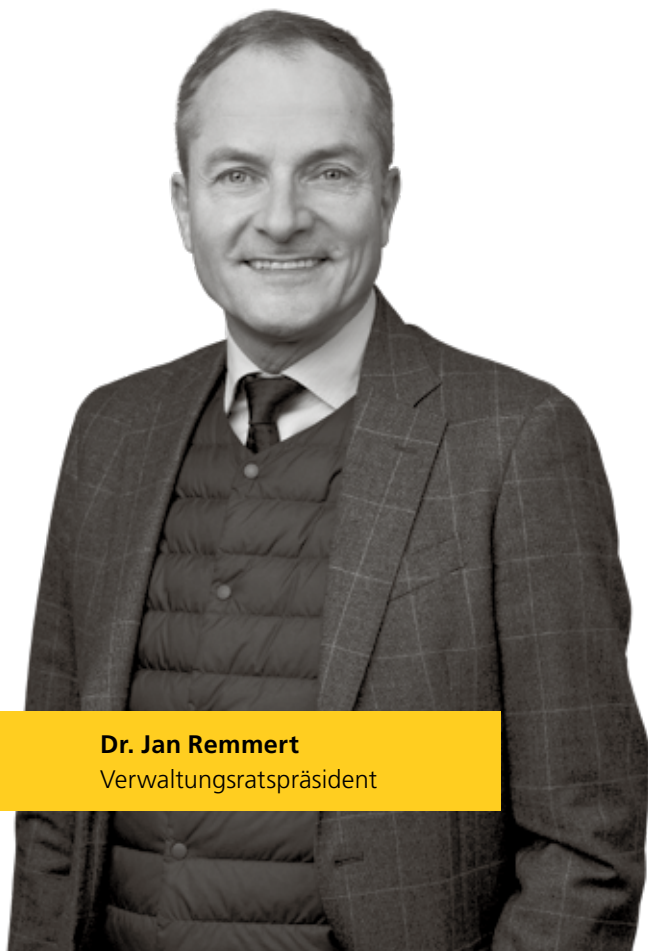


Andreas Luzi

Mitglied der Geschäftsleitung

«Nachhaltigkeit kann durch alle verbessert werden.»

Verwaltungsrat



Dr. Jan Rimmert
Verwaltungsratspräsident



Max Schädler
Vizepräsident des Verwaltungsrats

Jahrgang 1969
Im Amt seit Juli 2017
Wohnort München, Deutschland

«Die Post ist zur Halbzeit der laufenden Strategieperiode auf Kurs. Sie hat bewiesen, dass sie Kostensteigerungen, neuer Konkurrenz und schwächerer Konjunktur begegnen kann und wird dies auch in Zukunft schaffen – mit immer neuen Angeboten für alle in Liechtenstein und darüber hinaus.»

Jahrgang 1960
Im Amt seit Juni 2016
Wohnort Bendern-Gamprin, Liechtenstein

«Die Liechtensteinische Post muss in Zukunft auch ausserhalb des Universaldienstes, so zum Beispiel in den Bereichen <Logistikkönner>, <Spedifux> oder auch in neuen Geschäftsfeldern, profitabel und nachhaltig wachsen.»



Hannah Sutter
Verwaltungsrätin



Christine Tinner-Rampone
Verwaltungsrätin

Jahrgang 1978
Im Amt seit April 2023
Wohnort Bern, Schweiz

«Ich wünsche mir, dass die Liechtensteinische Post die aktuellen und künftigen Herausforderungen erfolgreich meistert und auch in Zukunft ein relevanter und zuverlässiger Partner für das Land Liechtenstein und ihre Geschäfts- und Privatkunden bleibt.»

Jahrgang 1979
Im Amt seit April 2023
Wohnort Vaduz, Liechtenstein

«Ich wünsche mir, dass die Liechtensteinische Post von der Bevölkerung weiterhin als zuverlässiger Dienstleister genutzt und als attraktive Arbeitgeberin geschätzt wird. Die Liechtensteinische Post soll auch in Zukunft die Nummer eins für Postdienstleistungen in Liechtenstein sein und als Logistikunternehmen über die Landesgrenzen hinaus weiter bekannt werden.»



Zwei neue Mitglieder mit viel Engagement

Mit Hannah Sutter und Christine Tinner-Rampone wurden im April 2023 anlässlich der ordentlichen Generalversammlung der Liechtensteinischen Post AG zwei neue Verwaltungsrätinnen für eine Amtsperiode von vier Jahren gewählt. Wir haben beide nach ihren ersten Eindrücken im Amt befragt und welche Themen ganz oben auf ihrer Agenda stehen.

Hannah Sutter, du bist seit April 2023 als Verwaltungsrätin bei der Liechtensteinische Post. Wie hast du die ersten Monate in deiner neuen Funktion erlebt?

Ich wurde von meiner Kollegin und meinen Kollegen im Verwaltungsrat und in der Geschäftsleitung sehr gut aufgenommen und habe mich in meiner neuen Funktion gut eingelebt. Ich freue mich, dass ich meine Erfahrungen im postalischen Sektor für die Liechtensteinische Post einsetzen darf.

Du lebst und arbeitest in der Schweiz. Seit Beginn deiner VR-Tätigkeit hast du einen Einblick in das Leistungsangebot der Liechtensteinischen Post bekommen. Wo siehst du Parallelen und worin unterscheidet sich die Liechtensteinische von der Schweizerischen Post beim Grundleistungsauftrag?

Der postalische Universaldienst in Liechtenstein und die postalische Grundversorgung in der Schweiz sind grundsätzlich sehr ähnlich ausgestaltet. In beiden Ländern soll eine flächendeckende Versorgung mit Postdiensten zu angemessenen Preisen sichergestellt werden. Sowohl die Liechtensteinische Post wie auch die Schweizerische Post erbringen diesen Grundleistungsauftrag ohne staatliche Subventionen. Im Gegensatz zur Schweiz ist in Liechtenstein der Postmarkt jedoch seit kurzem vollständig liberalisiert, so dass die Liechtensteinische Post über kein Brief-Monopol mehr verfügt.

Siehst du über den Grundleistungsauftrag hinaus Unterschiede?

Ausserhalb des Grundleistungsauftrags habe ich einen Unterschied beim Angebot in den Postfilialen festgestellt. Dieses umfasst bei der Liechtensteinischen Post zusätzlich ein attraktives Sortiment von nicht-postalischen Produkten, was in der Schweiz inzwischen sehr beschränkt ist. Einen weiteren Unterschied gibt es in der Philatelie, welche bei der Liechtensteinischen Post einen sehr hohen Stellenwert einnimmt, was sich in den kreativen und qualitativ äusserst hochwertigen Produkten widerspiegelt.

Deine Amtszeit als VR-Mitglied läuft noch bis mindestens 2027. Wo siehst du die grössten Herausforderungen für die Liechtensteinische Post in den nächsten Jahren und bei welchen Themen möchtest du dich als Verwaltungsrätin speziell einbringen?

Die Liechtensteinische Post steht vor vielseitigen Herausforderungen. Die Briefmengen gehen seit Jahren zurück und die steigenden Paketmengen vermögen diesen Rückgang nicht zu kompensieren. Dazu kommen die stark sinkenden Einzahlungen am Postschalter und die allgemein sinkenden Frequenzen in den Postfilialen. Ich will mich zusammen mit meiner Kollegin und meinen Kollegen aus dem Verwaltungsrat und der Geschäftsleitung dafür einsetzen, dass die Liechtensteinische Post auch in Zukunft ein finanziell gesundes Unternehmen mit relevanten Dienstleistungen und Produkten sowie eine attraktive Arbeitgeberin bleibt. Zudem möchte ich mich speziell im Bereich der guten Beziehungen zur Schweizerischen Post einbringen, denn diese bleibt auch nach dem Verkauf ihrer Anteile an das Land Liechtenstein eine wichtige Partnerin der Liechtensteinischen Post.





«Ich will mich dafür einsetzen, dass die Liechtensteinische Post auch in Zukunft ein finanziell gesundes Unternehmen und eine attraktive Arbeitgeberin bleibt.» Hannah Sutter



*«Die sehr professionelle Aufstellung
des Unternehmens und die Unternehmens-
kultur haben mich beeindruckt.»*

Christine Tinner-Rampone

Christine Tinner-Rampone, du bist ebenfalls im April 2023 in den Verwaltungsrat der Liechtensteinische Post berufen worden. Wie waren für dich die ersten Monate in der neuen Funktion?

Es ist immer spannend, hinter die Kulissen einer Firma zu sehen und eine neue Unternehmenskultur sowie das Team kennenzulernen. Es braucht ein bisschen Zeit, bis man sich eingelese hat. Zu meinem Glück stand das Traktandum «neue Filiale in Vaduz» an und ich konnte mich, da ich in Vaduz lebe und arbeite, entsprechend einbringen.

Du lebst mit deiner Familie in Liechtenstein und arbeitest bei einer liechtensteinischen Anwaltskanzlei. Wie siehst du die Liechtensteinische Post als ganz normale Kundin? Wie erfüllt diese ihren Auftrag als Grundversorgerin des Landes?

Ich schätze die zuverlässige Arbeit der Liechtensteinischen Post und die stets freundlichen Mitarbeitenden, sei es in der Filiale oder bei der Zustellung. Nach meiner Erfahrung klappt die Zustellung der Post sehr gut und ich kann mich darauf verlassen, dass z.B. Klienten die Post tatsächlich am nächsten Tag im Briefkasten haben.

Welches Bild hattest du von der Liechtensteinische Post vor deinem Engagement als Verwaltungsrätin? Und aufgrund welcher «Aha»- und «Wow»-Erlebnisse seit April 2023 hat sich dein Bild von ihr geändert?

Mir war zuvor nicht bewusst, welche zusätzlichen Dienstleistungen die Liechtensteinische Post anbietet. Meine Wahrnehmung beschränkte sich auf die klassische Grundversorgung mit den Filialen und der Zustellung. Die Tatsache, dass die Liechtensteinische Post aber viel mehr Geschäftsfelder abdeckt, war mein Aha-Erlebnis. Die sehr professionelle Aufstellung des Unternehmens und die Unternehmenskultur haben mich beeindruckt.

Auch deine Amtszeit als VR-Mitglied wird frühestens 2027 enden. Welche sind in deinen Augen die grössten Herausforderungen für die Liechtensteinische Post in den nächsten Jahren und bei welchen Themen möchtest du dich als Verwaltungsrätin speziell einbringen?

Ich denke die Herausforderungen werden darin bestehen, den Rückgang der klassischen Dienstleistungen wie Zahlungsverkehr und Briefzustellung durch innovative neue Dienstleistungen und Geschäftsfelder abzufedern, um die Grundversorgung des Landes auch weiterhin sicherstellen zu können.

Geschäftsleitung



Roland Seger
Vorsitzender der Geschäftsleitung



Wolfgang Strunk
Stellvertretender Vorsitzender der Geschäftsleitung

Zuständigkeit Strategie, Finanzen, Philatelie
Bei der Liechtensteinischen Post seit 2016
Jahrgang 1972
Staatsangehörigkeit Fürstentum Liechtenstein

Ausbildung

– Mag. rer. soc. oec., Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Universität London School of Economics und Universität Innsbruck

Beruflicher Werdegang

– Verschiedene Tätigkeiten im Finanz- und Strategiebereich internationaler Unternehmen

Zuständigkeit Personalwesen, IT, Compliance, Kommunikation, Infrastruktur, Einkauf
Bei der Liechtensteinischen Post seit 2006
Jahrgang 1968
Staatsangehörigkeit Fürstentum Liechtenstein

Ausbildung

– Mag. rer. soc. oec., Studium der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften an der Universität Innsbruck
– Dipl. Corporate Design Manager FH, Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW
– CAS Corporate Communication, Hochschule Luzern

Beruflicher Werdegang

– Mehrjährige Erfahrung im Beteiligungscontrolling bei internationalen Industrieunternehmen sowie in der Unternehmensberatung und in der Geschäftsführung, u.a. im professionellen Sportbereich



Michael Aggeler
Mitglied der Geschäftsleitung



Andreas Luzi
Mitglied der Geschäftsleitung

Zuständigkeit Vertrieb und Marketing,
Logistikdienstleistungen, Internationales Geschäft
Bei der Liechtensteinischen Post seit 2010
Jahrgang 1973
Staatsangehörigkeit Schweiz

Ausbildung

- Betriebswirtschafter HF
 - Executive Diploma HSG in Logistics Management, HSG St.Gallen
 - Zertifikat der European Logistics Association
«European Master Logistician at the Strategic Level»
-

Beruflicher Werdegang

- Chief Operations Officer bei internationalen Unternehmen wie Danzas, DHL Freight und CEO bei Vetsch AG
 - Mehrjährige Führungs-, Projekt- und Vertriebserfahrung mit Gesamtverantwortung in den Bereichen Einkauf, Produktion und Vertrieb
 - Strategische und konzeptionelle Erfahrungen in der Unternehmensentwicklung und im Unternehmenswandel
-

Zuständigkeit Sortierung, Zustellung, Frühzustellung, Filialnetz
Bei der Liechtensteinischen Post seit 2000
Jahrgang 1965
Staatsangehörigkeit Schweiz

Ausbildung

- Betriebssekretär PTT
 - dipl. Controller SIB
-

Beruflicher Werdegang

- Verschiedene Führungspositionen bei der Schweizerischen Post AG als Leiter einer Poststelle, Leiter Controlling Kreispostdirektion Chur, Leiter Expresspost Region Ostschweiz, erweiterte Geschäftsleitung Expresspost Schweiz
 - Verschiedene Führungspositionen bei der Liechtensteinischen Post
-

Herausgeber

Liechtensteinische Post AG
Alte Zollstrasse 11
LI-9494 Schaan

Redaktion

Roland Seger, Wolfgang Strunk

Inhalte

Jan Remmert, Roland Seger, Wolfgang Strunk,
Michael Aggeler, Andreas Luzi

Konzept, Gestaltung und Illustration

Büro für Gebrauchsgraphik AG, Vaduz

Bilder

Liechtensteinische Post AG, Schaan
Yannick Zurflüh, Vaduz

Druck

Wolf Druck AG, Triesen

Auflage

700 Stück

Erscheinung

April 2024

