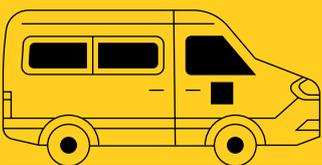




Wir verbinden und bewegen alles – flexibel, zuverlässig, Tag für Tag. Das ist unser Leitsatz. Unser Antrieb. Unsere Motivation. Heute und in Zukunft. Für unsere gewerblichen und privaten Kundinnen und Kunden. Für unsere Mitarbeitenden. Wir tun es engagiert. Mit Verantwortung für die Menschen und unsere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

Wir bewegen alles für alle.



Inhalt

Vorwort	2
Ereignisse 2024	4
Von Brief bis Blockchain	6
Hohe Mitarbeiterzufriedenheit	
Wettbewerbsvorteil Gesundheit	10
Horizonte erweitern – Interview mit Remo Gstöhl	12
Wir sind die Liechtensteinische Post	16
Hohe Kundenzufriedenheit	
Auf nachhaltig hohem Niveau	19
So zufrieden sind unsere Geschäftskunden	20
Auf sehr gutem Kurs – Interview mit Michi Egger, Denner Schweiz AG	22
Zahlen und Fakten	24
Nachhaltigkeit und Klimaneutralität	
Das Ziel ist in Sichtweite	26
CO ₂ -Kompensation auf kurzen Wegen	29
11 000 Kilometer Arbeitsweg mit dem Velo	30
Verwaltungsrat	32
Geschäftsleitung	33
Strategisch fokussiert wachsen – Interview mit Roland Büchel	34



Zum digitalen Geschäftsbericht
report.post.li

«Eine Post für Liechtenstein»

Etwas vereinfacht dargestellt sind es vier zentrale Kennzahlen, die die Aktivitäten der Liechtensteinischen Post seit 25 Jahren steuern: Kundenzufriedenheit, Personalfriedenheit, Ergebnis und Wachstum in neuen Geschäftsfeldern. Keine dieser Kennzahlen ist isoliert betrachtet aussagekräftig, nur der Gesamtüberblick ist sinnvoll. Und dieser zeigt 2024 eine Post mit unverändert hohen Werten der Kundenzufriedenheit (82 von 100 Punkten), einer leicht gestiegenen Personalfriedenheit (74 von 100 Punkten), einem guten Ergebnis von 2.791 Mio. CHF und einer stetigen Verschiebung der Umsätze in Bereiche mit langfristiger Perspektive – 2024 war ein erfolgreiches Jubiläumsjahr für die Post.

Nur kurzfristige Verschnaufpause durch Preiseffekte

Parallel zu den Preisen der Schweizerischen Post bei Briefen und Paketen hat jedoch auch die Liechtensteinische Post Anfang 2024 einzelne Preise anheben müssen. Das hat erwartungsgemäss zu einem guten Jahresergebnis beigetragen. Ab Mitte des Jahres hat der Mengenrückgang beim Brief die positiven Preiseffekte jedoch bereits wieder deutlich kompensiert. Zu diesem Effekt kommen die Auswirkungen von Wettbewerb, aktuell vor allem im Bereich der Werbesendungen. Die Post hat in der Vergangenheit in allen Tätigkeitsfeldern bewiesen, dass sie im Wettbewerb bestehen kann, ohne Folgen bleibt mehr Wettbewerb gleichwohl nicht.

Stabilität durch Kreativität

Um ihrem Auftrag gemäss der im Jahr 2024 überarbeiteten Eigenstrategie nachzukommen, sucht die Post weiter mit Kreativität, Konsequenz und Erfolg nach neuen Angeboten. Das gute Jahresergebnis ist auch die Folge solcher Angebote, von denen hier z.B. die Herausgabe einer Münzserie zum 100-jährigen Jahrestag der Einführung des Schweizer Frankens in Liechtenstein, die Neuordnung des Werbeangebots unter postchannel.li und die Logistikköner-E-Commerce-Services genannt sein sollen.

Ein zukünftiges Thema in dieser Aufzählung ist auch ein Beitrag der Post zur Altersstrategie des Landes. In einer zunehmend alternden Gesellschaft bei gleichzeitig abnehmenden Kapazitäten an professioneller und freiwilliger Pflegehilfe kann die Post bei nicht medizinischen Leistungen eine Lücke schliessen – als Unternehmen des Landes für das Land.

Trotz allem kein Selbstläufer

Nach einer mehrjährigen Phase stetigen Wachstums ist für 2025 jedoch ein Dämpfer zu erwarten. Zum Jahresende 2024 musste der Verlust eines Grosskunden im internationalen Geschäft hingenommen werden. Die vertrieblichen Fähigkeiten der Post bleiben gefordert, um Umsatz und Ertrag wieder auf das angestrebte Niveau des abgelaufenen Jahres zu bringen.

Klimaneutralität Ende 2025 erreichbar

Unverändert und unabhängig von anderen Kennzahlen im Unternehmen bleibt es das Ziel, Ende 2025 klimaneutral zu sein. Die Post konnte im abgelaufenen Jahr eine Reduktion gegenüber 2023 von 15.8 % erreichen, vor allem durch die weitere Elektrifizierung des Fuhrparks und die Einsparungen bei der Anfahrt der Mitarbeitenden.

Veränderung im Verwaltungsrat

Die Ziele der Liechtensteinischen Post bleiben somit auch 2025 unverändert. Parallel zur Vorlage dieses Geschäftsberichts steht jedoch ein Wechsel des Präsidenten des Verwaltungsrats an.

Zu Beginn meiner Amtszeit stand die Aufarbeitung der finanziellen Schieflage der Post im Vordergrund, die nicht zuletzt durch die Finanzierungsbedürfnisse der Pensionskasse entstanden waren. Acht Jahre später ist die Pensionskasse erneut Thema. Dieses Mal ist die Post vorbereitet, die erforderlichen Rückstellungen wurden gebildet, die nötigen strukturellen Anpassungen in der Kasse werden durchgeführt.



Das Thema zeigt, dass die Post an Stabilität, Struktur und Perspektive gewonnen hat. Dies hat sie durch den ständigen Einsatz ihrer Mitarbeitenden und passende politische Rahmenbedingungen erreicht. In den vergangenen Jahren durfte sich die Liechtensteinische Post kundenorientiert entwickeln. Sie wurde anders als in diversen europäischen Ländern nicht auf einem Sparkurs bei gleichzeitig sinkender Qualität limitiert und hat so die Möglichkeit, langfristig für Liechtenstein relevant zu bleiben.

Ich bedanke mich bei allen, die diese Möglichkeiten geschaffen und beim Team der Post, die sie genutzt haben und auch in Zukunft nutzen werden!

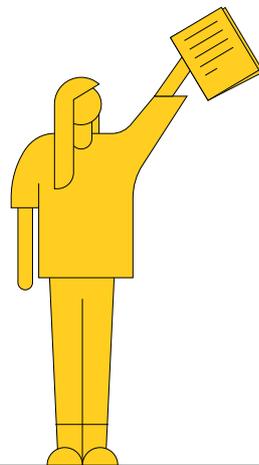


Dr. Jan Remmert

Präsident des Verwaltungsrats

«Die Post hat an Stabilität, Struktur und Perspektive gewonnen.»

Ereignisse 2024



Januar 2024

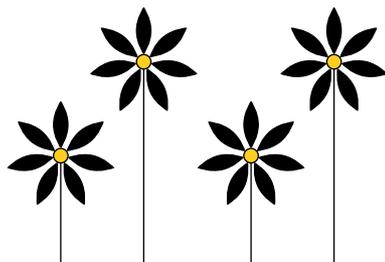
Der LieGuide wird komplett neu konzipiert. Mit der Herausgabe der LieGuide-Landkarte und des LieGuide-Magazins, das zweimal jährlich erscheint, wird eine neue Informations- und Werbeplattform für Gemeinden, Firmen und Vereine geschaffen.

Februar 2024

Die Liechtensteinische Post bezieht ein eigenes Zollbüro in Schaanwald. Mit der im Februar erfolgten Betriebsaufnahme können neu Verzollungen von Firmen und Privatpersonen direkt vor Ort an der Grenze Schaanwald/Tisis angeboten werden.

Februar 2024

Die Liechtensteinische Post feiert «25 Jahre Post». Am 19. Februar 1999, also genau vor 25 Jahren, wurde die Liechtensteinische Post AG per Gesetz gegründet. Dazu finden verschiedene Aktivitäten für Kunden und Mitarbeitende während des ganzen Jahres statt. Unter anderem lädt die Liechtensteinische Post die Bevölkerung im Mai/Juni zu den Jubiläumstagen in die Postfilialen im ganzen Land ein.

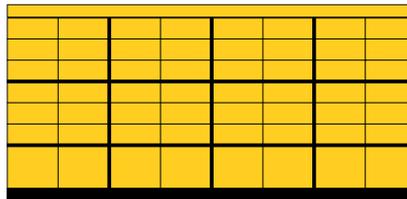


April 2024

Das 40. Jubiläum der Einführung des Frauenstimmrechts im Fürstentum Liechtenstein wird im Rahmen verschiedener Aktivitäten gefeiert. Mit der eigens entworfenen gestickten Sondermarke «Das Kreuz – ein starkes Symbol» leistet auch die Philatelie Liechtenstein einen Beitrag zu diesem politisch bedeutsamen Ereignis.

August 2024

Mit der Fertigstellung der neuen Postfachanlage an der Äulestrasse in Vaduz wird der Umzug der «Post Vaduz» aus dem ehemaligen Post- und Verwaltungsgebäude komplettiert. Mit einem modernen und transparenten Design steht die Postfachanlage seit Anfang September unseren Postfachkunden zur Verfügung.

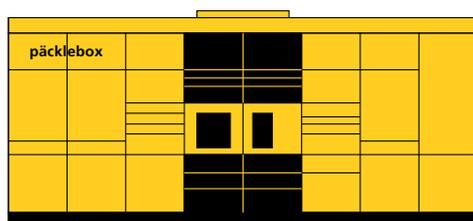


September 2024

Anlässlich des Jubiläums «100 Jahre Schweizer Franken im Fürstentum Liechtenstein» erscheinen sechs hochwertige Gedenkmünzen in Gold und Silber. Dies ist das zweite Mal nach 2019, dass die Liechtensteinische Post offizielle Sondermünzen herausgibt.

November 2024

Bei der Messung der Brieflaufzeiten, welche im 2024 erstmals vom Amt für Kommunikation durchgeführt wurden, wird festgestellt, dass die Liechtensteinische Post bei den A-Post-Briefen 98.1 % rechtzeitig, d.h. innerhalb eines Tages zugestellt hat, wobei die gesetzliche Zielvorgabe bei 88 % liegt. Dies ist ein hervorragendes Ergebnis und gehört im weltweiten Vergleich zu den absoluten Spitzenwerten.



Dezember 2024

Im Dezember 2024 kann die Liechtensteinische Post eine sechsstellige Grenze knacken: seit der Betriebsaufnahme der Paketautomaten im Januar 2022 wurden mittlerweile über 100 000 Pakete über Paketautomaten von unseren Kunden entgegengenommen oder versendet. Dieser Meilenstein zeigt, dass das Angebot äusserst positiv angenommen wurde und geschätzt wird.



Die Post im Jubiläumsjahr – Von Brief bis Blockchain

Seit 25 Jahren steht die Liechtensteinische Post für Zuverlässigkeit, Beständigkeit und erstklassigen Service. Dieses Jubiläum markiert nicht nur ein Vierteljahrhundert erfolgreicher Dienstleistungen, sondern auch unsere kontinuierliche Weiterentwicklung in einer sich wandelnden Welt. Unsere Aufgabe bleibt es, Menschen und Unternehmen zu verbinden – sei es durch klassische Brief- und Paketdienste, physische und digitale Kommunikationslösungen oder durch die persönliche Nähe in unseren Postfilialen und Post-Partnerschaften.

In den vergangenen Jahrzehnten haben wir uns stetig an neue Herausforderungen und Technologien angepasst. Die Post hat bewiesen, dass Tradition und Innovation Hand in Hand gehen können. Vom klassischen Brief- und Pakettransport hat sich unser Dienstleistungsspektrum um Bereiche wie die Philatelie, Kontraktlogistik und weitere spezialisierte Angebote erweitert, um den wachsenden Anforderungen unserer Kunden gerecht zu werden.

Ein Jubiläum ist auch ein Anlass, Dankbarkeit auszudrücken. Seit 25 Jahren vertrauen unsere Kunden auf unsere Dienstleistungen, und unsere engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter tragen täglich dazu bei, diesen hohen Standard zu halten. Ihre Loyalität und ihr Einsatz sind das Fundament unseres Erfolgs.

Mit Stolz blicken wir auf das Erreichte zurück – und mit Entschlossenheit nach vorn. Auch in Zukunft werden wir unseren Beitrag leisten, um Menschen zu verbinden, Prozesse effizienter zu gestalten und innovative Lösungen zu entwickeln, die den Bedürfnissen der nächsten Generationen und der liechtensteinischen Bevölkerung gerecht werden.

Digitaler Wandel

Trotz unserer Beständigkeit dürfen wir die tiefgreifenden Veränderungen durch die Digitalisierung nicht aus den Augen verlieren. In den vergangenen Jahrzehnten hat die digitale Revolution viele Lebensbereiche verändert – insbesondere die Medien- und Kommunikationswelt, was direkte Auswirkungen auf unser Kerngeschäft hat.

Besonders spürbar ist dieser Wandel bei Zeitungen und Briefen, deren klassische Formen zunehmend durch digitale Alternativen ersetzt werden. Gedruckte Zeitungen, einst eine unverzichtbare Informationsquelle, verlieren an Bedeutung, da Leser verstärkt auf Online-Zeitungen, Nachrichten-Apps und soziale Medien zurückgreifen. Diese digitalen Plattformen ermöglichen den sofortigen Zugriff auf aktuelle Nachrichten in Echtzeit und bieten interaktive Inhalte. Während dies für Konsumenten Vorteile bringt, stellt es Postgesellschaften weltweit vor grosse Herausforderungen.

Ein Beispiel dafür zeigt sich in der Medienlandschaft Liechtensteins: Während früher in vielen Haushalten zwei Zeitungen zur Verfügung gestellt wurden, ist heute nur noch eine Tageszeitung in der Grossauflage flächendeckend verfügbar. Dadurch gerät die physische Zeitungszustellung – eine traditionelle Kernaufgabe der Post – zunehmend unter Druck.

Ein ähnlicher Trend zeichnet sich beim klassischen Brief ab. Digitale Kommunikationsformen sind schneller, kostengünstiger und ermöglichen den Austausch in Echtzeit. Während Briefe im privaten Bereich meist nur noch für besondere Anlässe genutzt werden, sind sie im geschäftlichen Umfeld weitgehend durch digitale Kommunikationsmittel ersetzt worden.



Gleichzeitig führt diese Entwicklung zu einem Verlust an Emotionalität und Individualität, die mit physischen Briefen verbunden sind. In einer Zeit, in der digitale Kommunikation oft durch Informationsflut und Schnelllebigkeit geprägt ist, hebt sich ein physischer Brief durch seine Verbindlichkeit, Aufmerksamkeit und Sicherheit ab. Ein Brief vermittelt Wertschätzung, erreicht auch Menschen ohne regelmässigen Internetzugang und gewährleistet den sicheren Versand vertraulicher Informationen.

Fest steht allerdings auch: Die Digitalisierung hat sowohl die Zeitung als auch den Brief grundlegend verändert – sie schafft einerseits neue Möglichkeiten, stellt traditionelle Formate aber gleichzeitig vor grosse Herausforderungen.

Chancen für Innovation

Auch die Philatelie bleibt von der digitalen Transformation nicht unberührt. Das Sammeln von liechtensteinischen Briefmarken, einst mit einem weltweiten Kundenstamm, der an Grösse die aktuelle Bevölkerung Liechtensteins übertraf, ist seit Jahrzehnten

rückläufig. Doch gerade hier zeigt sich, wie Innovation und Tradition verschmelzen können.

Durch die Digitalisierung und Blockchain-Technologie eröffnen sich neue Wege: Kryptobriefmarken und sogenannte NFTs (Non-Fungible Tokens) verbinden klassische Werte mit modernster Technologie und sprechen nicht nur traditionelle Sammler sondern auch eine neue, technologieaffine Zielgruppe an.

Kryptobriefmarken sind eine innovative Weiterentwicklung klassischer Briefmarken. Sie bestehen aus einer physischen Briefmarke, die für den postalischen Versand genutzt werden kann, und einer digitalen Version, die auf der Blockchain gespeichert wird. Dadurch ist sie fälschungssicher, einzigartig und handelbar. Diese Kombination aus Haptik und digitaler Verfügbarkeit schafft neue Möglichkeiten für Sammler, ihre Kollektionen nicht nur physisch zu bewahren, sondern auch online zu präsentieren und weltweit zu handeln.



Durch diese Verbindung von Tradition und Technologie wird eine völlig neue Zielgruppe angesprochen. Während klassische Briefmarkensammler oft älteren Generationen angehören, begeistern Kryptobriefmarken zunehmend junge, technologieinteressierte Menschen.

Dieses Beispiel zeigt, wie sich klassische Sammelobjekte erfolgreich in die digitale Zukunft führen lassen und das Sammeln auch im digitalen Zeitalter lebendig bleibt.

Die Post für die Zukunft

Die vergangenen 25 Jahre waren von tiefgreifenden Digitalisierungsschritten geprägt, die nahezu alle Lebens- und Wirtschaftsbereiche revolutioniert haben. Auch für die Liechtensteinische Post bedeutete dies einen digitalen Sturm, der unsere Geschäftsmodelle und Dienstleistungen kontinuierlich verändert hat.

Einen Ausblick auf die nächsten 25 Jahre zu wagen, ist unmöglich. Doch eines bleibt gewiss: Der Wandel wird weitergehen. Entscheidend für unseren Erfolg wird es sein, unser Geschäftsmodell stetig anzupassen, innovative Lösungen zu entwickeln und unsere Relevanz als vertrauenswürdiger Dienstleister für die liechtensteinische Bevölkerung zu bewahren – heute, morgen und auch noch in 25 Jahren.



Roland Seger

Vorsitzender der Geschäftsleitung

«Seit 25 Jahren stehen wir für Zuverlässigkeit, Beständigkeit und erstklassigen Service – stets im Wandel, stets nah am Menschen.»





Was unser betriebliches Gesundheitsmanagement strategisch so wertvoll macht – Wettbewerbsvorteil Gesundheit

«Gesundheit ist das grösste Geschenk», heisst es in einem weisen Spruch. Doch in unserer immer komplexer werdenden und schnelllebigen Arbeitswelt bedeutet eine gesunde Lebensführung auch eine grosse Herausforderung und zugleich einen besonderen Wert.

Unternehmen, die in das Wohlbefinden ihrer Belegschaft in Form eines betrieblichen Gesundheitsmanagements (BGM) investieren, profitieren laut zahlreichen Studien nicht nur von motivierten und leistungsfähigen Mitarbeitenden, sondern auch von einer höheren Innovationskraft und Produktivität. Doch was macht BGM so erfolgreich? Und wie trägt das BGM der Liechtensteinischen Post auch zu ihrer Wettbewerbsfähigkeit bei?

Gesunde Unternehmenskultur

Betriebliches Gesundheitsmanagement zielt darauf ab, die physische, psychische und soziale Gesundheit der Mitarbeitenden zu fördern. Es geht darum, einzelne Massnahmen sinnvoll in den Arbeitsalltag zu integrieren, um Erkrankungen vorzubeugen, Belastungen zu verringern und die generelle Lebensqualität der Mitarbeitenden zu verbessern. Erfahrungen zeigen, dass BGM nur dann positive Auswirkungen in einem Unternehmen hat, wenn es auf einem ganzheitlichen Ansatz beruht und in der Unternehmenskultur verankert ist.

In der Umsetzung von BGM spielen insbesondere die Führungskräfte eine zentrale Rolle, indem sie Gesundheitsförderung nicht nur unterstützen, sondern ihre Bedeutung auch im Unternehmen kommunizieren und selbst aktiv vorleben. Bei der Liechtensteinischen Post ist Gesundheit daher fest in den Unternehmenswerten verankert. Der Verwaltungsrat und die Geschäftsleitung stellen dazu nicht nur finanzielle Mittel bereit, sondern betrachten Gesundheitsförderung als strategisches Ziel. Unsere Verantwortlichen sind sich einig: Nur wenn wir BGM langfristig und ganzheitlich denken und den Mitarbeitenden damit bewusst machen, dass schlussendlich sie selbst für ihre Gesundheit verantwortlich sind, entfaltet es seine volle Wirkung.

Gesunde Mitgestaltung

Nachhaltige Gesundheitsförderung funktioniert nur, wenn die Belegschaft aktiv eingebunden wird. Deshalb setzen wir auf Mitgestaltung: Über Umfragen, Workshops und die Möglichkeit, Vorschläge für BGM-Massnahmen einreichen zu können, nehmen unsere Beschäftigten direkt Einfluss auf das Konzept und seine Ausgestaltung. Ein BGM-Gremium prüft die Ideen und die Personalabteilung setzt sie, sofern Kosten und Machbarkeit geklärt sind, in die Tat um. Grössere Investitionen können durch die Geschäftsleitung freigegeben werden – ein Zeichen dafür, dass Gesundheitsförderung bei der Post auch Chefsache ist.

Gesunde Prävention

Gesundheitliche Probleme zu vermeiden, bevor sie entstehen, ist das Grundprinzip erfolgreicher Prävention. Die Liechtensteinische Post setzt deshalb darauf, die Beschäftigten in ihren einzelnen Berufsfeldern gezielt zu unterstützen. Unsere Zusteller profitieren von wetterfester und atmungsaktiver Kleidung sowie ergonomischen Transportlösungen, wie zum Beispiel Elektro-Dreirädern mit Schutzdach. Wo Kraft gefragt und Sicherheit notwendig ist, entlasten unter anderem Hebehilfen, Stahlkappenschuhe und Windschutzvorhänge gegen Zugluft die Mitarbeitenden.

An Büroarbeitsplätzen sorgen höhenverstellbare Schreibtische, ergonomische Stühle und speziell angepasste Tastaturen für optimale Arbeitsbedingungen. Auch Bewegung und Ernährung stehen bei uns im Fokus: Trinkwasserspender, gesunde Snacks und eine Mitarbeiterverpflegung mit frisch zubereiteten Mahlzeiten aus lokaler Produktion durch unseren Dienstleister FELFEL sorgen für energiereiche Alternativen im Arbeitsalltag.

Gesunde Wertschätzung

Gesundheitsförderung betrachtet in erster Linie den Menschen als Ganzes. Das ganzheitliche BGM-Konzept der Liechtensteinischen Post zielt daher nicht nur darauf ab, die Gesundheit unserer Mitarbeitenden zu fördern, sondern auch zu einer positiven Unternehmenskultur beizutragen, in der sich jeder und jede wertgeschätzt und unterstützt fühlt. Entsprechend spielen auch soziale Kontakte, psychische Unterstützung und eine ausgewogene Work-Life-Balance eine wesentliche Rolle.

Wir bieten beispielsweise Begegnungszonen für den informellen Austausch und schaffen Möglichkeiten für Home-Office. Darüber hinaus veranstalten wir Mitarbeiter-Events, fördern Teamanlässe und organisieren sportliche Aktivitäten, wie gemeinsame Velotouren oder einen Wintersporttag. Ein Angebot mit Yoga-Kursen und Vorträgen zur psychologischen Sicherheit ist derzeit in Planung.

Gesunde Kommunikation

Seine tiefgreifende Wirkung kann ein BGM-Konzept jedoch nur dann entfalten, wenn die Mitarbeitenden auch über die Ziele und Angebote vollumfänglich informiert sind. Die Liechtensteinische Post setzt daher auf eine transparente und kontinuierliche Kommunikation: Team-Meetings, interne Plattformen und regelmässige Updates sorgen dafür, dass unsere Beschäftigten die Gesundheitsangebote nicht nur wahrnehmen, sondern aktiv nutzen. Auf die nachweislichen Erfolge und positiven Auswirkungen unserer BGM-Massnahmen weisen wir kontinuierlich hin, um möglichst alle zu einer Teilnahme zu motivieren.

Gesunde Zukunft

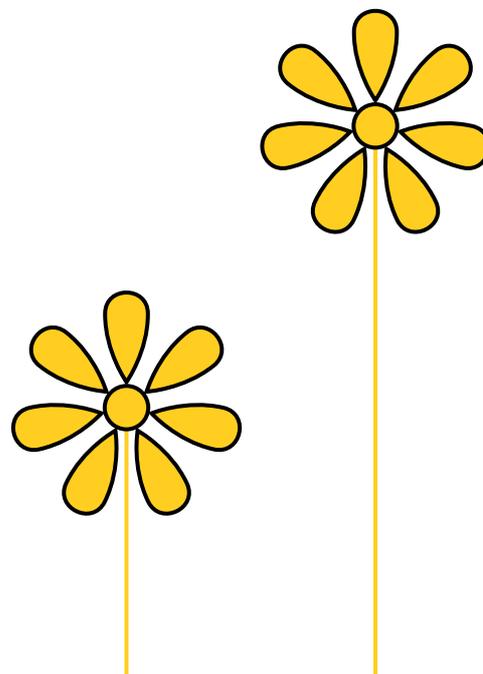
Diese Erfolge belegen eindrucksvoll, dass das betriebliche Gesundheitsmanagement eine Investition in die Zukunft der Liechtensteinischen Post ist. Unsere Mitarbeitenden sind unser wertvollstes Gut – die Menschen, die bei uns beschäftigt sind, körperlich, psychisch und sozial fit zu halten, zählt für uns zu den wesentlichen Anforderungen als Arbeitgeberin. Daher sind wir bestrebt, unser BGM permanent anzupassen: Neue wissenschaftliche Impulse, innovative Angebote und die sich wandelnden Bedürfnisse neuer Generationen fliessen kontinuierlich in unsere Massnahmen mit ein, um ihren Erfolg nachhaltig zu gewährleisten. Für uns steht fest: Gesunde Mitarbeitende sind nicht nur zufriedener, sondern der Schlüssel zu einer starken und wettbewerbsfähigen Liechtensteinischen Post.



Wolfgang Strunk

Stellvertretender Vorsitzender
der Geschäftsleitung

«Unsere Mitarbeitenden sind unser wertvollstes Gut und dazu ist Sorge zu tragen.»





Horizonte erweitern

Die Neugier treibt Remo Gstöhl an: Seit 1994 hat er sich durch verschiedene Aus- und Weiterbildungen immer wieder in neue Bereiche der Liechtensteinischen Post eingearbeitet. So wurde aus dem Postzusteller ein Finanzprofi in der Buchhaltung. Wir haben Remo gefragt, was ihn motiviert und welche Bereiche er in Zukunft noch kennenlernen will.

**Remo, du bist seit mehr als 30 Jahren bei der Post.
Wie hat das angefangen?**

Direkt nach der Schule, als ich 15 Jahre alt war. Ich begann 1994 eine Lehre als «Uniformierter Postbeamter ohne bestimmten Dienstort», so lautete die genaue Bezeichnung. Ich wurde in der Lehre für die Zustellung in Eschen und Schaan eingeteilt. Mit dem Velo habe ich zunächst morgens ab sechs Uhr in Schaan zugestellt und um neun Uhr bin ich nach Eschen gependelt, in meinen zweiten Dienstort.

**Du hast somit ja noch bei der Schweizer Post gelernt und
zunächst auch dort gearbeitet.**

Ja, ich war bis zur Gründung der Liechtensteinischen Post AG 1999 in Diensten der Schweizer Post. Das bedeutete auch, dass man mich rein theoretisch in der ganzen Schweiz hätte einsetzen können. Aber ich hatte das Glück, nur ein Jahr lang in der Stadt St. Gallen zuzustellen, bevor ich in die Hauptpoststelle Vaduz kam und später wieder nach Schaan. Das war für mich super, denn als junger Mensch möchte man sich abends ja mit Freunden treffen, was eben nur in der Nähe möglich war.

**Bei der Zustellung ist es für dich nicht geblieben.
Wie kamst du in den Schalteredienst?**

Ich folgte dem Rat des ehemaligen Posthalters von Eschen und machte eine Ausbildung zum Postassistenten. So folgten fünf Jahre Schalteredienst in Schaan, bevor ich die Chance erhielt, eine eigene Filiale in Schellenberg zu führen. Das bedeutete für mich, mehr Verantwortung zu übernehmen. Auch den Kundenkontakt habe ich sehr geschätzt: Schon nach kurzer Zeit kannte ich fast alle Menschen im Ort persönlich.

**Warum hat es dich von den Privatkunden zu
den Geschäftskunden gezogen?**

Ich wollte immer meine Möglichkeiten erweitern und so habe ich eine Ausbildung in der Handelsschule gemacht. Dabei hat mich die Liechtensteinische Post sehr unterstützt. Es ergab sich die Gelegenheit, intern zu wechseln und stellvertretender Teamleiter im Geschäftskundenbereich zu werden. Diese Chance habe ich natürlich genutzt.

**Du bist rund zehn Jahre dabei geblieben, wie hast du
diesen Wechsel empfunden?**

An einem Postschalter kommt eine Privatperson und gibt einen Brief oder ein Paket auf. Am Geschäftskundenschalter kamen die Kunden mit dem Lastwagen und luden Paletten ab. Das waren ganz andere Dimensionen für mich. Eine sehr spannende Zeit.

**Deinem Wunsch nach Veränderung bist du aber
treu geblieben, oder?**

Ja, mein Kontakt zur Handelsschule blieb über die Jahre bestehen und das führte dazu, dass ich Interesse entwickelte, mich in den Bereich Finanzen einzuarbeiten. Ich sagte mir, «du bist ein Zahlenmensch. Das musst du machen!».

**Wie wurde dein Wunsch, in den Finanzbereich zu wech-
seln, bei der Post aufgenommen?**

Ich fand sofort offene Ohren! Als ich beim CEO anfragte, ob ich in den Finanzbereich quereinsteigen könnte, wurde das gleich positiv aufgenommen. Es wurde sehr gut bewertet, dass ich mir schon ein so bereichsübergreifendes Wissen angeeignet hatte. Daher gab mir die Post die Möglichkeit zum Einstieg in die Buchhaltung und zu einer berufsbegleitenden Weiterbildung.



Remo Gstöhl, 46 Jahre
Sachbearbeiter Finanzbuchhaltung







Wie ist es dir damit ergangen, Beruf und Weiterbildung zu verbinden?

Es war schon sehr herausfordernd. Eineinhalb Jahre lang ging ich normal arbeiten, hatte abends Schule und natürlich auch noch Familie. Das war kräftezehrend, aber es hat sich absolut gelohnt. Mittlerweile denke ich, ich hätte schon früher zu den Finanzen wechseln sollen. Es gefällt mir sehr gut und ich konnte auch schon intern an diversen Projekten mitwirken.

Wie bewertest du insgesamt deine Förderung als Mitarbeiter durch die Post?

Sehr positiv. Die Mitarbeitergespräche finden regelmässig statt und dabei wird man immer gefragt, was man sich vorstellen kann: «Möchtest du eine Weiterbildung machen? Wir unterstützen dich dabei», heisst es dann. Da ist die Post sehr offen. Aber man muss den Schritt natürlich selbst machen und die Möglichkeiten, die sie bietet, nutzen. Es ist wichtig, dass wir Mitarbeitenden Chancen auch erkennen und über den Tellerrand schauen.

Nach deinen verschiedenen Stationen: Gibt es weitere Bereiche, die dich beruflich interessieren?

Das Personalwesen würde mich sehr reizen, so dass ich wahrscheinlich noch eine Weiterbildung anstrebe und schaue, welche Positionen möglich sind. Logistik könnte ich mir auch vorstellen. Doch ich möchte auf jeden Fall bei der Post bleiben.

Was schätzt du an deiner Arbeitgeberin Post besonders?

Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie, das schätze ich schon sehr. So kann ich zum Beispiel morgens um 5 Uhr mit der Arbeit beginnen und um halb 3 Uhr mittags aufhören, damit ich mich um mein Kind kümmern kann. Ich bin wirklich dankbar dafür, denn das ist nicht bei allen Arbeitgebern möglich. Der wichtigste Punkt für mich sind aber die Kolleginnen und Kollegen. Wo ich auch bisher bei der Post eingesetzt war, wir hatten immer ein gutes Team und gute Chefs. Miteinander geht es einfach leichter, und es ist schön, wenn alle an einem Strang ziehen.

Was würdest du aufgrund deiner langjährigen Erfahrung jüngeren Kolleginnen und Kollegen empfehlen?

Ich sage immer, man soll nicht stehen bleiben. Der erste Schritt mit der Lehre ist wirklich nur der erste Schritt. Man sollte viele weitere Schritte folgen lassen und immer den eigenen Horizont erweitern. Die Liechtensteinische Post bietet uns viele Möglichkeiten, um grossartige Perspektiven zu verwirklichen – dann sollten wir sie auch nutzen.

«Es ist wichtig, dass wir Mitarbeitenden Chancen erkennen und über den Tellerrand schauen.»

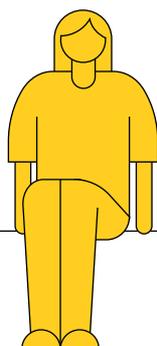


Wir sind die Liechtensteinische Post

Ackermann Thomas | Aggeler Michael | Akhnoukh Benjamin | Alihodzic Admir | Alihodzic Alma | Am
Battaglia Natascha | Beck Julian | Beck Roswitha | Beck Silke | Benz Diana | Bernhart Robert | Bied
Boss Kevin | Boss Marie-Therese | Breuss Melanie | Bruggmann Nico | Büchel Olindo | Büchel R
Cardoso Fernandes Oliveira Elisabete | Casamento Omar | Celik Yigit | Ceran Mehmet | Cerullo Piet
Da Silva Barbosa Assis Michelle | Dedukic Nermin | Dehari Hatibe | Di Silvestre Silvano | Dürr Thor
Fehr Markus | Felix Lukas | Fernandes Pereira Henrique | Fischer Nicole | Frangi Francine | Frick Ren
Gantner-Weidmann Andrea | Gasser Silvia | Gassner Robin | Geisler Sebastian | Geissmann Bernade
Gstöhl Markus | Gstöhl Remo | Gür Isa | Gygax Roger | Gyr Géraldine | Hagelberger Joel | Hagelberger
Hasler Patrik | Hasler-Beck Petra | Hegelbach Anita | Hemmerle Martin | Hermann Felix | He
Hutter Isabella Theresa | Jahaj-Schoch Anita | Kaiser Peter | Karaca Damra | Kaufmann-Beck Yvonne
Krauth Otto Philipp | Krenn Jasmine | Krishnamoorthy Suthakaran | Kügerl Marianne | Kulici Almin
Lampert-Oehri Christa | Lapidó Daniel | Lässer Ursula | Lenherr Matthias | Lenherr Thomas | Ljatifi I
Mangott Marco | Marxer Belinda | Marxer Harald | Marxer Ida | Marxer Pirmin | Marxer Reinhard | Ma
Mayer Thomas | Meier Corina | Memeti Naim | Meuli Dario | Mitrojevic Milena | Mohamad Yusof Bin
Nägele Ivan | Nania Mariana | Näscher Marco | Näscher-Ammann Claudia | Nehir Birkan | Nguyen Lier
Öhri Reto | Omeradzic Allen | Ospelt-Luzi Petra | Ottacher Franz | Palma Pires Valter Manuel | Par
Pfanner Nadine | Pfanner Ueli | Pfanner Urs | Planta Hanspeter | Planta Rolf | Platzer Stefan | Ras
Remmert Jan | Rheinberger Silvia | Rhomberg Arno | Riederer Priska | Rinderer Mia | Ritter Peter
Rothmund Margrith | Ruderes Anna-Helma | Ruderes Günther | Rüegetsegger Nicole | Salagor Vad
Scheucher Tanja | Schlacher Michael | Schmid Rahel | Schmid Renate | Schneider Urs | Schoch Cla
Selimi Redzep | Senn Marcel | Shean Gary Anthony | Soneira Maria | Spalt Martin | Spitz Andr
Thanabalasingam Sathees | Tinner-Rampone Christine | Tino Luana | Toto Davide | Trezza Remo
Vetsch Hedwig | Vils Cornelia | Vogt Anita | Vozza Claudio Francesco | Wanger Alexand
Wohlwend Florina | Wohlwend Jennifer | Wohlwend Manfred | Wohlwend

56 %

Anzahl männliche
Mitarbeitende

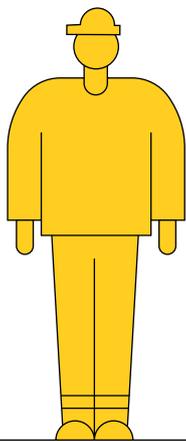


44 %

Anzahl weibliche
Mitarbeitende

etti Ermira | Asani Albert | Avdii Luan | Bahadir Cengiz | Bahadir Emre | Banzer Ursula | Bärtsch Adolf
 ermann Heinz | Blantas Alexandros | Bodenmann Stefan | Böhmwalder Christine | Boltizar Sascha
 oland | Büchel Silvia | Büchel Yvonne | Caflisch Justin | Canosa Berbia Juan Jose | Capek Martin
 ro | Christoffel Simon | Corsaro-Lombardo Marianna | Czesztyiczki Ondrej | Da Costa Coelho Loide
 mas | Eberle Daniela | Eberle Michael | Elezi Arlind | Erne Nicole | Fabiano Maria | Fasching Sabrina
 ate | Frick Thomas | Frommelt-Hasler Alexandra | Fuchs Daniela | Fuchs Sven | Gantenbein Melanie
 ette | Gertschnig Peter | Giesinger Magdalena Maria | Gnädinger Cornel | Good Corina | Gross Tanja
 Nico | Halytskyi Vladyslav | Hanser Vinicius | Hartmann Claudio | Hartmann Jasmina | Hasler Günther
 rmann Reto | Herrmann-Rauscher Marie Luise | Hofmann Lea | Hoop Armin | Hoop Barbara
 e | Kindle Hermann | Knaus Irene | Konrad Dagmar | Kopf Silvia | Kranz Marie | Kranz-Saxer Brigitte
 | Küng Heinz | Küng Sven | Küttel Marianne | Labandeira Valeria | Laggner Stefan | Lampert Rainer
 braim | Locker Peter | Lüthi Esther | Lüthi Tamara | Luzi Andreas | Mäder Michael | Manea Christina
 arxer-Erhart Gabriela | Marxer-Walser Arno | Marxer-Walser Priska | Marziale Giovanni | Matt Carolin
 Omar | Moser Yvonne | Mosimann Marco | Müller Miriam | Nadarajah Kirupananthan | Nägele Anja
 n | Niederberger Ricarda | Nigg-Näf Silvia | Nöbauer Matthias | Norbukangsar Taschi | Odobasic Enver
 nitz Karina | Panzarella Claudio | Parente de Oliveira Luis Filipe | Pecoraro Sara | Pedrazzini Nicole
 chle Silvia | Rasiah Sivakaran | Rastoder Belma | Real Dominika | Real Silvia Anna | Redjepi Ashir
 r | Röckle Maximilian | Rodriguez Beti Azucena | Rohner Michael | Rosi Jonathan | Rotar Herbert
 im | Sätteli Silvia | Sauter David | Schädler-Sele Gaby | Schapper Maylea | Schatzmann Alexander
 audia | Schocher Annalena | Schorat Joachim | Schwendener Kevin | Seger Roland | Selimi Alban
 ea | Stricker Peter | Stricker-Marxer Birgit | Strunk Wolfgang | Sutter Hannah | Terlizzi Claudia
 | Total Azmi | Uehli Ramona | Uhlig Katrin | Vanini Silvana | Vazquez Vivas Jorge | Velemir Nikola
 er | Wiedemeier Peter | Wildhaber Remo | Willi Jakob | Winkler Roswitha | Winkler Sven
 Ralf | Wonisch Peter | Zangger Agnes | Zellweger Peter | Zimmermann Rolf

18 Nationen



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

Polen
 Portugal
 Rumänien
 Serbien
 Slowakei
 Spanien
 Sri Lanka
 Türkei
 Ukraine





Auf nachhaltig hohem Niveau

Nachhaltigkeit ist für die Liechtensteinische Post nicht nur unter ökologischen und sozialen Gesichtspunkten ein zentrales Anliegen. Wir legen auch besonders grossen Wert auf nachhaltige Kundenbeziehungen. Umso mehr freut es uns, dass die Geschäftskunden uns auch 2024 konstant hohe Zufriedenheitswerte bestätigen.

Alle zwei Jahre befragt die Liechtensteinische Post ihre Geschäftskunden, wie zufrieden sie mit den Leistungen und Services sind. Die Antworten liefern jeweils wertvolle Erkenntnisse, um die Kundenbeziehungen optimal zu gestalten und einen echten Mehrwert zu bieten. Umso erfreulicher ist es, dass die Post mit ihrem Angebot auch 2024 wieder hohe Zustimmungswerte erzielen und damit nahtlos an die Umfrageergebnisse von 2022 anknüpfen konnte.

Hohe Kundenzufriedenheit

Mit dem hohen Wert 84 von 100 lag die Gesamtzufriedenheit mit der Liechtensteinischen Post unverändert hoch. Dies bestätigte auch der «Customer Satisfaction Index» (CSI), der aus Gesamtzufriedenheit, Idealvorstellung von Postdienstleistung und Erwartungen an unsere Kundenservices gebildet wird: Dieser wichtige Indikator für Kundenzufriedenheit entspricht mit 82 ebenfalls den Umfrageergebnissen von vor zwei Jahren. Eine erfreulich stabile Entwicklung, die in Zeiten geschäftlicher Umbrüche und Marktveränderungen nicht selbstverständlich ist.

Top-Ergebnisse für Kundenberatung

Im Rahmen der im September und Oktober 2024 online durchgeführten Befragung von insgesamt 273 angeschriebenen Geschäftskunden konnten insbesondere unsere persönlichen Kundenberaterinnen und Kundenberater im direkten Telefonkontakt punkten: Mit exzellenten 100 Prozent bestätigten ihnen die Befragten «voll und ganz zufrieden» zu sein. Ein Lob, das wir mit Stolz an unsere engagierten Mitarbeitenden in der Geschäftskundenberatung weitergeben.

Ihre Zuverlässigkeit und Kundenorientierung zeichnet sich auch in der Gesamtzufriedenheit mit der Liechtensteinischen Post ab. Im Vergleich mit allen weiteren Kontaktpunkten konnte die direkte persönliche Beratung per Telefon die höchsten Werte für die Gesamtzufriedenheit mit der Liechtensteinischen Post erzielen.

Überzeugende Markenwerte

Besondere Wertschätzung erfährt vor allem die Freundlichkeit und Kompetenz aller Mitarbeitenden im Kundenkontakt. Über 80 Prozent der Befragten berichten, dass ihre Anliegen schnell und reibungslos bearbeitet wurden. Insbesondere auch der einfache und schnelle Zugang zum Service der Liechtensteinischen Post wird überwiegend positiv bewertet. 87 Prozent der befrag-

ten Geschäftskunden bestätigen uns einen denkbar geringen Aufwand, um ihre Fragen stellen und Anliegen lösen zu können. Das trägt erheblich dazu bei, dass unsere Servicebereitschaft insgesamt als äusserst vertrauenswürdig und zuverlässig wahrgenommen wird – ein entscheidender Wettbewerbsfaktor.

Webseite Informationsquelle Nr. 1

Für uns ein Ansporn, unsere Kundenorientierung und Servicequalität im Geschäftskundenbereich entsprechend weiter auszubauen. Wir haben dabei im Blick, dass inzwischen rund 72 Prozent der Befragten bevorzugt unsere Webseite nutzen, um sich über Dienstleistungen zu informieren. Damit werden mittel- und langfristig weitere zukunftsorientierte digitale Kontakt- und Servicemöglichkeiten eine Rolle in der Weiterentwicklung unserer Geschäftskundenkommunikation spielen.

Positive Weiterempfehlungsrate

Dies sehen wir auch vor dem Hintergrund, dass wir unsere nachhaltigen Umfragewerte weiterhin stabil halten wollen. Vor allem die hohe Weiterempfehlungsrate, die in der aktuellen Befragung einen Mittelwert von 82 erzielen konnte. Wir freuen uns, dass der Grossteil unserer Geschäftskunden damit auch in Zukunft die Post als bevorzugten Dienstleistungspartner sieht.

Doch wie in den Umfragerunden der vergangenen Jahre werden wir uns auch diesmal nicht auf den Ergebnissen ausruhen – auch wenn wir bei der überwiegenden Mehrheit der Befragten mit einem Wert von 79 sogar den Idealvorstellungen eines Postdienstleisters entsprechen. Nachhaltigkeit bedeutet für die Liechtensteinische Post eben nicht nur nachhaltig hohe Kundenorientierung, sondern auch ein nachhaltig intensives Engagement.



Michael Aggeler

Mitglied der Geschäftsleitung



So zufrieden sind unsere Geschäftskunden mit uns 2024

100 %

Zufriedenheit mit dem genutzten telefonischen Kontakt zur/zum persönlichen Kundenberater/in

87 %

Sehr geringer Aufwand beim Customer Effort Ratio (C:CER)

82

auf einer Skala von 100: Weiterempfehlungsrate der Liechtensteinischen Post



Was bedeuten Customer und Company Effort Ratio (C:CER)?

Die «Customer Effort Ratio» gibt unter anderem Aufschluss darüber, wie Kunden die Interaktion mit einem Unternehmen empfinden: Wird von ihnen viel Einsatz gefordert oder ist es einfach, Antworten und Lösungen zu erhalten? Die «Company Effort Ratio» stellt die Unternehmensseite dar: Wie hoch schätzen die Kunden den Serviceaufwand ein, mit dem ihre Anliegen bearbeitet werden? Studien zeigen, je geringer der Kundenaufwand und je engagierter das Unternehmen die Anliegen bearbeitet, umso deutlicher steigt die Kundentreue.

84
auf einer Skala von 100:
Gesamtzufriedenheit mit der
Liechtensteinischen Post

82
auf einer Skala von 100:
Erfüllte Erwartungen durch
die Liechtensteinische Post

82
auf einer Skala von 100:
Berechneter Customer
Satisfaction Index



Quelle: Kundenzufriedenheitsbefragung 2024. Ergebnisse zur Geschäftskundenbefragung, Liechtensteinische Post.



Auf sehr gutem Kurs

Im Lebensmitteleinzelhandel nahezu 900 Filialen mit allem auszustatten, was den «Point of Sale» für Konsumenten erlebbar macht, ist eine echte Herausforderung. Seit 2023 sorgen die «Logistikköner» für die Denner Schweiz AG dafür, dass die PoS-Kommunikation im grössten Filialnetz der Schweiz schnell und einfach ihr Ziel erreicht. Wir haben Michi Egger, Leiter Signaletik und Events bei Denner, gefragt, wie es zu dieser Zusammenarbeit kam und wie er die Zukunft mit den «Logistikköner» sieht.

Herr Egger, seit 2023 bilden die «Logistikköner» der Liechtensteinischen Post eine wichtige Schnittstelle im Rahmen des Filialbaus und Handlings mit PoS-Verbrauchsmaterial bei Denner. Wie kam es dazu, dass Ihre Wahl auf die «Logistikköner» fiel?

Wir haben eine professionelle Lösung für dieses Thema gesucht: einen Partner für die Lagerung und Logistik mit dem nötigen Know-how. Nach einer ersten Recherche sind wir dann mit den «Logistikköner» in Kontakt gekommen, die sich umgehend auf unsere Anfrage gemeldet haben.

Welche Aspekte waren für Sie zu diesem Zeitpunkt besonders wichtig und wie haben Sie die «Logistikköner» dabei überzeugt?

Es war für uns wichtig, einen Partner zu finden, der uns in diesem komplexen Thema unterstützen und begleiten kann. Für uns sind kurze und einfache Wege, pragmatische Lösungen und eine partnerschaftliche, lösungsorientierte Zusammenarbeit entscheidend. Die Erfahrung, welche die «Logistikköner» mitbringen, die guten ersten Gespräche, ihre professionellen Ansätze und vor allem auch das starke Team haben uns rasch überzeugt, diesen Weg gemeinsam zu gehen.

Die Zusammenarbeit beinhaltet nicht nur die Lagerbewirtschaftung durch das Logistikzentrum Schaan, sondern auch den Versand von PoS-Verbrauchsmaterial an sämtliche Denner-Filialen. Um wie viele Filialen und welchen Bedarf handelt es sich hierbei?

Denner wächst mit seinem eigenen Filialnetz sowie den selbstständigen Partner weiter und umfasst bald 900 Filialen. Wir haben nota bene das grösste Filialnetz der Schweiz. Für ein gutes Erscheinungsbild und eine saubere und klare Kommunikation der Preise, Aktionen sowie anderen wichtigen Informationen müssen die Filialen und Partner schnell und einfach das notwendige Verbrauchsmaterial in einem Bestellshop anfordern können.

Wir beliefern so sämtliche Standorte mit mehreren hundert Artikeln. Das Sortiment reicht von Fahnen bis zu Plakaten.

Welche Bedeutung innerhalb Ihres Unternehmens hat diese Logistikleistung?

Gerade, wenn Material benötigt wird, steigen der Bedarf und die Bedeutung rasch und markant an. Wie so vieles ist auch der Versand des PoS-Verbrauchsmaterials ein einzelnes Rad im Getriebe. Es steht nicht für sich allein – wenn es aber fehlen oder nicht funktionieren würde, fiel es sofort auf.

Welche Herausforderungen hinsichtlich Prozesse, Technik und Timing hat ein Logistik-Dienstleister dabei zu erfüllen?

Für mich persönlich ist es wichtig, dass alle Prozesse einfach, reibungslos und so selbstständig wie möglich ablaufen. Das Material muss verfügbar sein und wir müssen rechtzeitig eine Info erhalten, wenn Nachschub benötigt wird. Die Bestellungen sollen so rasch wie möglich – sauber und korrekt verarbeitet und transportsicher verpackt – versendet werden. Ich denke, die grösste Herausforderung dabei ist, die Vielzahl an Kleinteilen zu managen, welche in diversen Sprachen und Ausführungen gelagert werden. Hinzu kommt, die optimalen Lagermengen zu beherrschen: Alles muss ausreichend vorrätig sein, jedoch ohne unnötigen Überschuss, um zu vermeiden, dass Material sich abnutzt und nicht mehr eingesetzt werden kann.

Welche Vorteile gegenüber Ihrer bisherigen Inhouse-Lösung haben Sie sich vom Outsourcing versprochen?

Die Idee zum Outsourcing wurde aus der Notwendigkeit heraus geboren. Lagerkapazitäten und Personalressourcen wurden bei uns einfach zu knapp. Uns war klar, dass Outsourcing auch bedeutet, den Überblick und die Kontrolle über das Material abzugeben – und das bei externen Mehrkosten. Doch unser Vertrauen in die «Logistikköner» lohnt sich, denn es läuft einfach alles rund. Das ist für uns Mehrwert genug.



Michi Egger

Leiter Signaletik und Events, Denner Schweiz AG

Wie lautet Ihr Fazit nach einem Jahr?

Ich denke, dieses erste Jahr brachte für beide Seiten viele wertvolle Learnings und Aha-Erlebnisse. Mein Fazit lautet: Wir sind auf sehr gutem Kurs und können mit guten Optimierungen noch die letzten Prozent rausholen, so dass sich daraus eine langjährige, gute und erfolgreiche Zusammenarbeit entwickelt.

Wie kann aufgrund Ihrer Erfahrungen die Partnerschaft zwischen Denner und den «Logistikkönnern» weiterwachsen?

Wir haben in den letzten Monaten sehr viel aufgebaut. Für mich ist es jetzt wichtig, dass wir das Aufgebaute festigen und optimieren, noch effizienter machen und stabilisieren. Wir wissen, was für einen tollen Partner wir mit den «Logistikkönner» haben. Und wie immer bei Denner: Wenn wir wachsen, kommen unsere Partner dabei auch nicht zu kurz, denn es ergeben sich immer wieder neue Projekte und gehen immer neue Türen auf.

Gibt es auf Ihrer Seite bereits Ideen für den Ausbau dieser intensiven Zusammenarbeit – auch in Hinblick auf die zukünftige Entwicklung bei Denner?

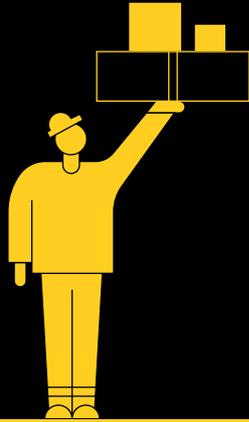
Die Ideen gehen uns – und mir – sicher nicht aus! Lasst euch überraschen ...

Vielen Dank für das Gespräch.

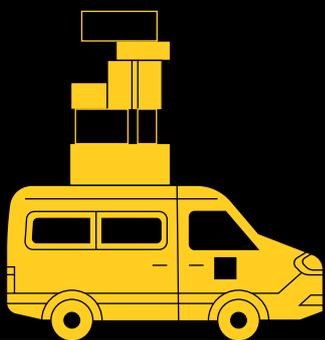
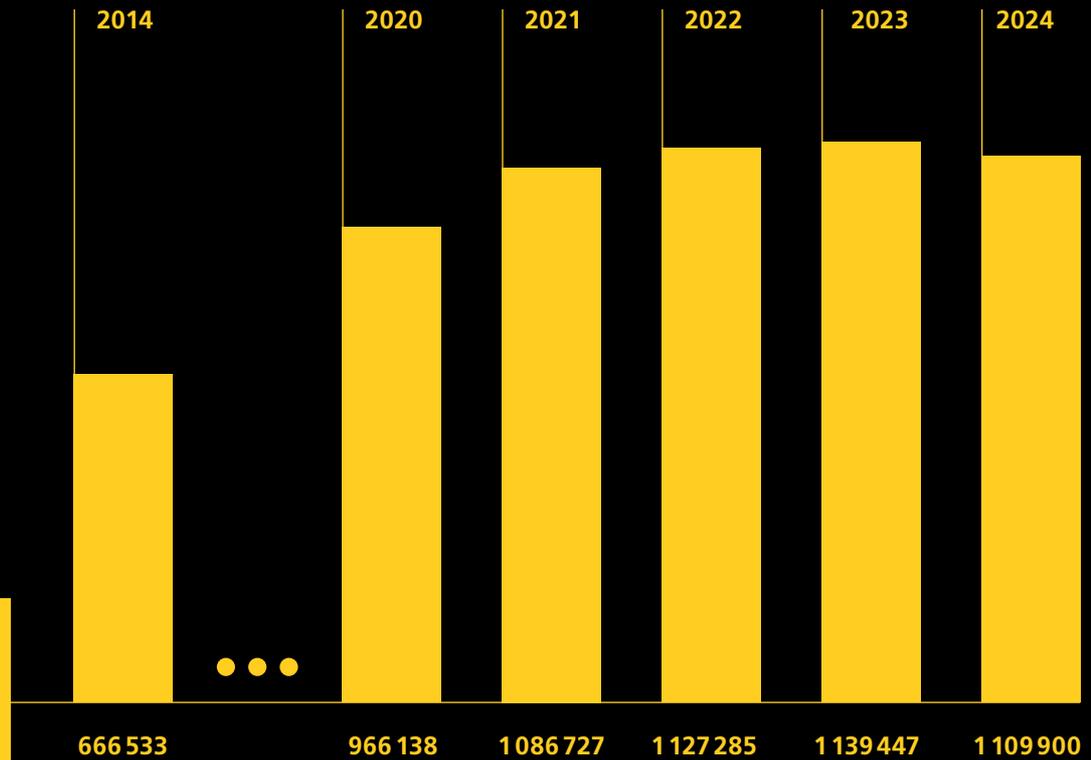
«Für uns sind kurze und einfache Wege und eine partnerschaftliche, lösungsorientierte Zusammenarbeit entscheidend.»



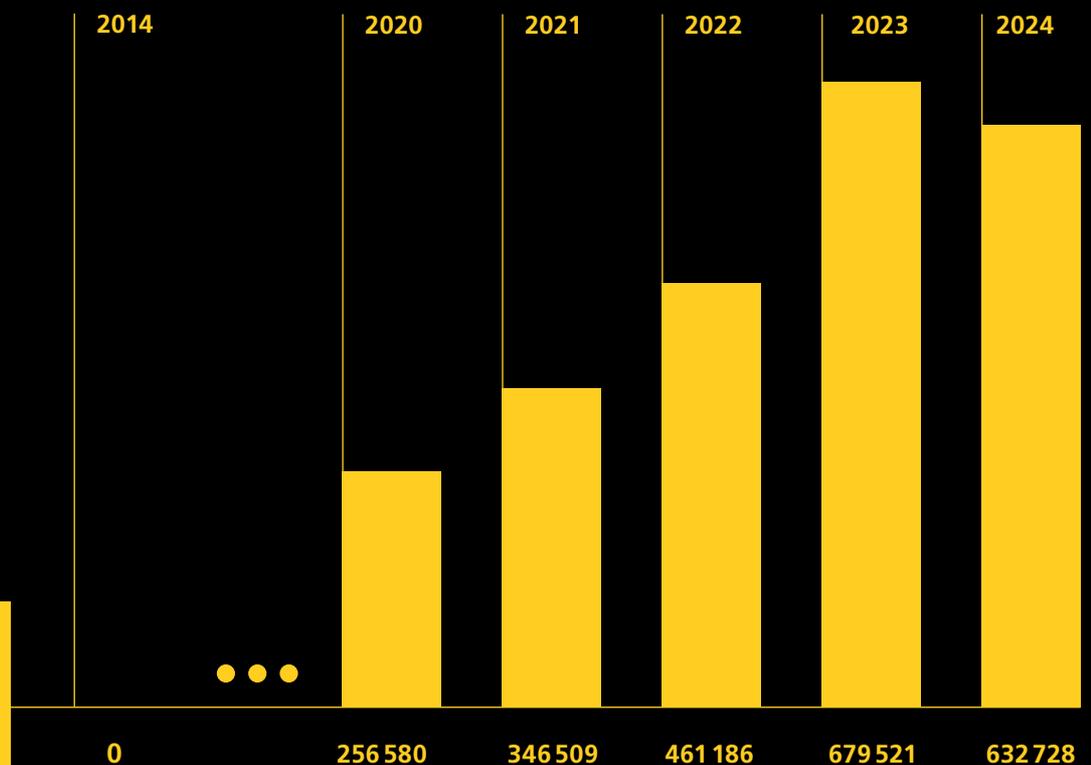
Zahlen und Fakten

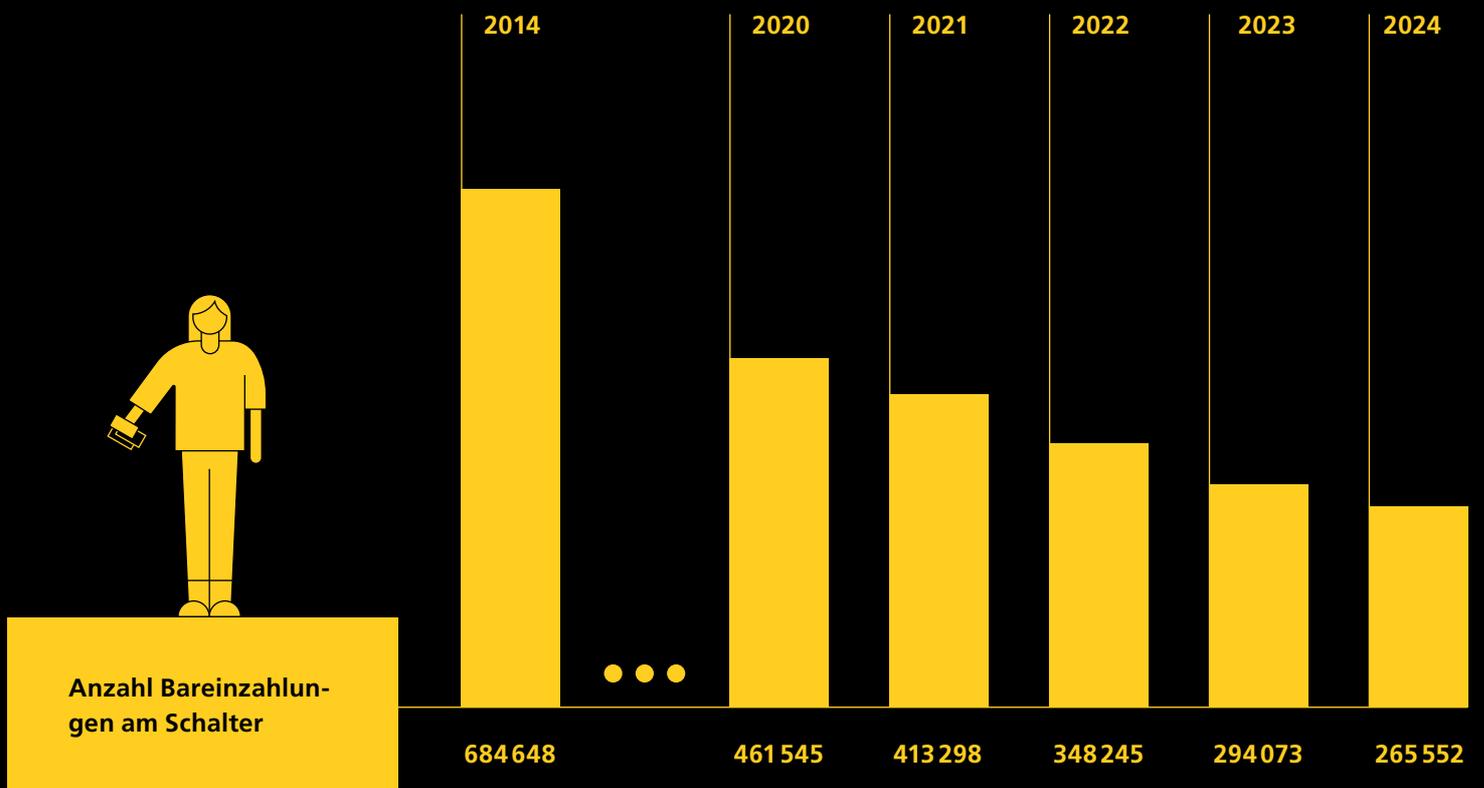
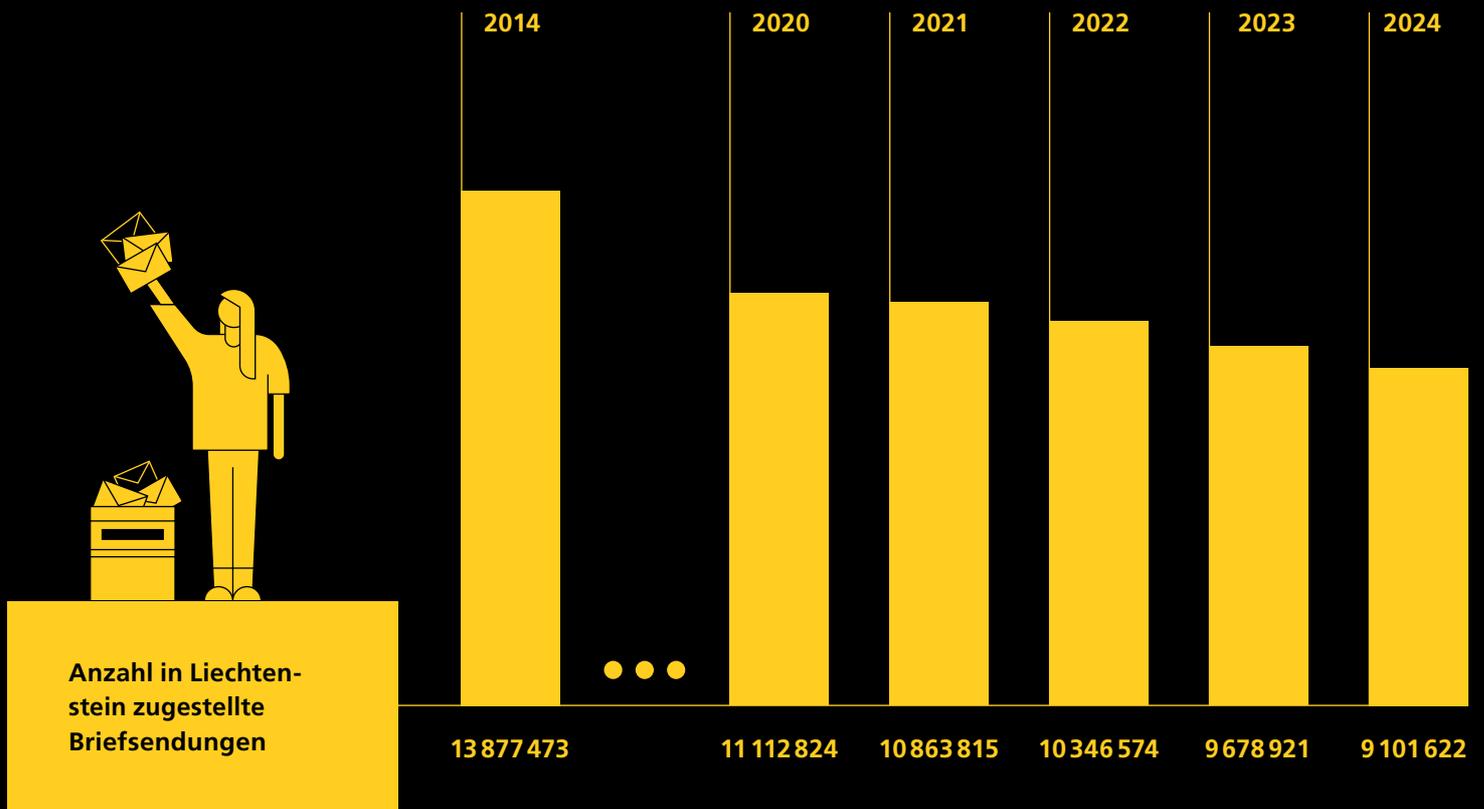


Anzahl in Liechtenstein zugestellte Paketsendungen



Anzahl Importsendungen für Liechtenstein und die Schweiz





Für 2023 und 2024 wurde die Definition und die statistische Erfassung von Brief-, Paket- und Importsendungen angepasst, sodass die Zahlen von den vorherigen Geschäftsberichten abweichen. Bei den Brief- und Paketsendungen werden zukünftig sowohl die in Liechtenstein in Rechnung gestellten als auch die von der Schweiz übernommenen und in Liechtenstein zugestellten Sendungen ausgewiesen.



Klimaneutralität 2025 – Das Ziel ist in Sichtweite

Viele reden davon, wir handeln: Bereits 2025 wird die Liechtensteinische Post klimaneutral sein – nicht erst 2030, 2040 oder noch später. Die positiven Ergebnisse unserer Klimabilanz 2024 zeigen, dass wir klar auf Kurs sind und im Verlauf des Jahres 2025 die Zielinie überqueren werden.

Wir verfolgen eine ehrgeizige Nachhaltigkeitsstrategie, die mit gemeinsamen Anstrengungen auch umsetzbar ist: Bereits bis Ende des Jahres 2025 wird die Liechtensteinische Post klimaneutral sein und damit eines der sieben von uns ausgewählten Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen (SDGs) erreicht haben.

Ein erstes Massnahmenpaket dazu wurde bereits im Jahr 2021 auf Basis unseres CO₂-Fussabdrucks beschlossen und schrittweise realisiert. Dazu wird es notwendig sein, auch im zukünftigen Berichtsjahr die Emissionen weiter zu senken und den noch verbleibenden, nicht-reduzierbaren Anteil mit Investitionen in Klimaschutzprojekte zu kompensieren.

E-Fuhrpark bald komplett

Mit nur wenigen Ausnahmen konnten wir im zurückliegenden Jahr die Elektrifizierung unseres gesamten Fuhrparks vervollständigen. Einzige Ausnahme bilden die Pakettouren, welche im Paketzentrum der Schweizerischen Post in Untervaz die Pakete direkt ab Band laden. In diesem Fall sind derzeit noch keine geeigneten E-Lieferwagen verfügbar. Wir gehen jedoch davon aus, dass auch hier in absehbarer Zeit auf elektrischen Betrieb umgestellt werden kann.

Emissionen deutlich reduziert

Der CO₂-Ausstoss konnte seit 2020 insgesamt massiv um über 62 % reduziert werden. Auch 2024 haben wir im Rahmen dieser Entwicklung weitere eindrückliche Einsparungen erzielen können: Unsere CO₂-Bilanz weist aus, dass der Ausstoss von 1'638 Tonnen CO₂ im Jahr 2020 auf rund 616 Tonnen bis Jahresende 2024 gesenkt wurde.

Weitere Investitionen in Ladeinfrastruktur

Bei der Stromversorgung für unsere E-Fahrzeuge im Betriebszentrum Schaan und im Logistik-Hub Bendern hatten wir bereits 2021 die volle Klimaneutralität erreicht: Unsere E-Flotte fährt ausschliesslich mit «LiStrom alpin» aus der regionalen Wasserkraftproduktion unseres Energiepartners LKW. Im Berichtsjahr 2024 haben wir den Fokus auf Investitionen in die notwendige Ladeinfrastruktur an beiden Standorten gelegt. Der Ausbau dazu hat begonnen und wird 2025 fortgesetzt.

Mitarbeitende laden zu günstigen Konditionen

Nachdem wir unsere Zustellflotte fast nahezu vollständig elektrifiziert haben, verbleiben die Arbeitswege unserer Mitarbeitenden sowie die Emissionen unserer Transportpartner, die unsere CO₂-Bilanz noch deutlich beeinflussen. Hier sehen wir weiterhin Optimierungspotenzial. Seit 2023 haben wir dazu eine Parkplatzbewirtschaftung eingeführt, die bereits zu sinkenden Emissionen und einer verbesserten Parksituation geführt hat. Zudem ermöglichen wir unseren Mitarbeitenden im Betriebszentrum, ihre privaten E-Fahrzeuge zu sehr günstigen Konditionen zu laden. Wir schaffen damit auch einen zusätzlichen Anreiz, auf ein Elektrofahrzeug umzusteigen.



Andreas Luzi

Mitglied der Geschäftsleitung



Die Liechtensteinische Post bekennt sich zur Agenda 2030 der Vereinten Nationen einschliesslich der 17 Ziele für eine nachhaltige Entwicklung. Wir haben sieben Ziele für unsere Nachhaltigkeitsstrategie als massgeblich identifiziert.



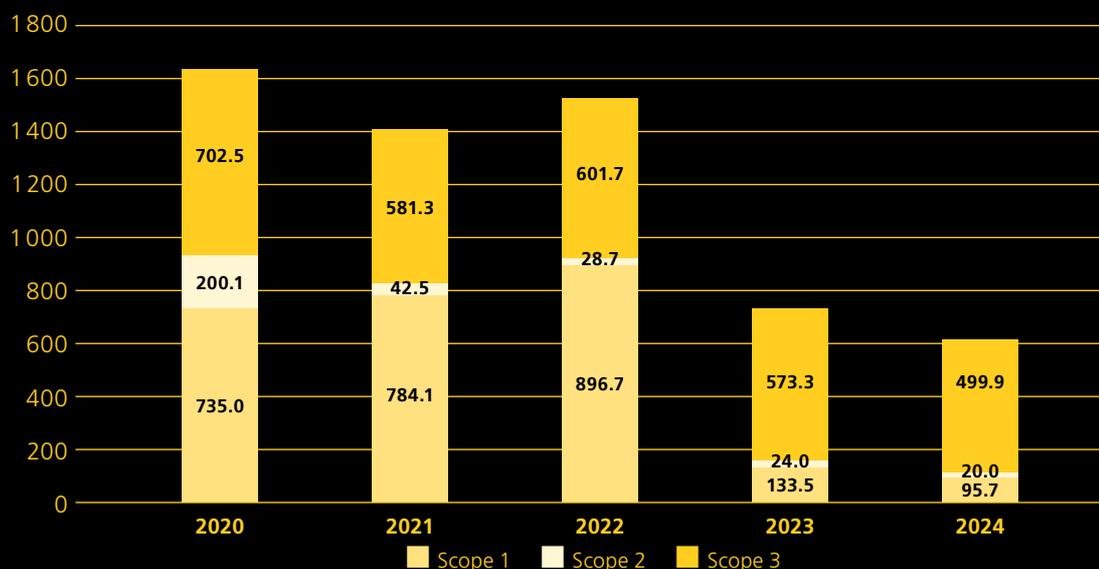
CO₂-Emissionen im Jahresvergleich

	2020	2021	2022	2023	2024
Scope 1*	735.0	784.1	896.7	133.5	95.7
Fuhrpark	735.0	784.1	896.7	133.5	95.7
Scope 2	200.1	42.5	28.7	24.0	20.0
Wärme	39.7	42.5	28.7	24.0	20.0
Strom (stationär)	160.4	0	0	0	0
Scope 3	702.5	581.3	601.7	573.3	499.9
Anfahrt Mitarbeitende	345.3	280.0	344.9	269.3	214.4
Ausgangslogistik / Eingangslogistik	243.8	184.4	196.6	214.2	213.9
Vorkette Fuhrpark				33.5	23.9
Betriebsabfall	17.1	21.9	15.7	17.9	13.7
Druckprodukte	26	20.7	22.6	18.6	10.7
Vorkette Strom	8.3	10.6	9.1	9.5	10.1
Vorkette Wärme	54.2	53.1	6.4	5.1	6.8
Büropapier	4.6	6.1	3.9	3.4	3.9
Verpackungsmaterial	2.4	3.9	1.1	0.4	1.0
Miet- und Privatfahrzeuge	0	0.3	1.2	0.7	0.9
Wasser	0.8	0.3	0.2	0.4	0.4
Transport zur Abfallentsorgung				0.3	0.2
Gesamtergebnis	1637.6	1407.9	1527.1	730.8	615.6



Mit der Umstellung des Fuhrparks auf E-Mobilität sowie der Parkraumbewirtschaftung haben wir wesentlich dazu beigetragen, unsere CO₂-Emissionen markant zu senken. Im Jahr 2024 konnte der CO₂-Ausstoss gegenüber dem Wert im 2020 um mehr als 1 124 Tonnen gesenkt werden. Die höchsten noch verbleibenden CO₂-Werte betreffen die Anfahrtswege unserer Mitarbeitenden und die Emissionen bei unseren Transportpartnern. Die Klimabilanz wurde, wie seit 2020, auch in diesem Berichtsjahr mit Unterstützung von ClimatePartner erstellt, welche unseren «Carbon Footprint» berechnet haben.

CO₂-Entwicklung nach Scopes



Die CO₂-Mengen wurden auch 2024 in allen drei Scopes weiter reduziert.

* CO₂-Erstellungsaufwand beim Fuhrpark ab 2023 nicht mehr berücksichtigt



Kooperation regionales Klimaschutzprojekt – CO₂-Kompensation auf kurzen Wegen

Seit 2020 konnte die Liechtensteinische Post ihren CO₂-Ausstoss bereits um mehr als 62 % senken. Diese erfreulich klare Bilanz ist vor allem auf die weitgehende Elektrifizierung unserer Zustellflotte sowie eine Reihe weiterer Massnahmen zurückzuführen, die wir seitdem realisieren konnten. In einem weiteren Schritt geht es nun um die Kompensation des verbleibenden, nicht reduzierbaren Anteils.

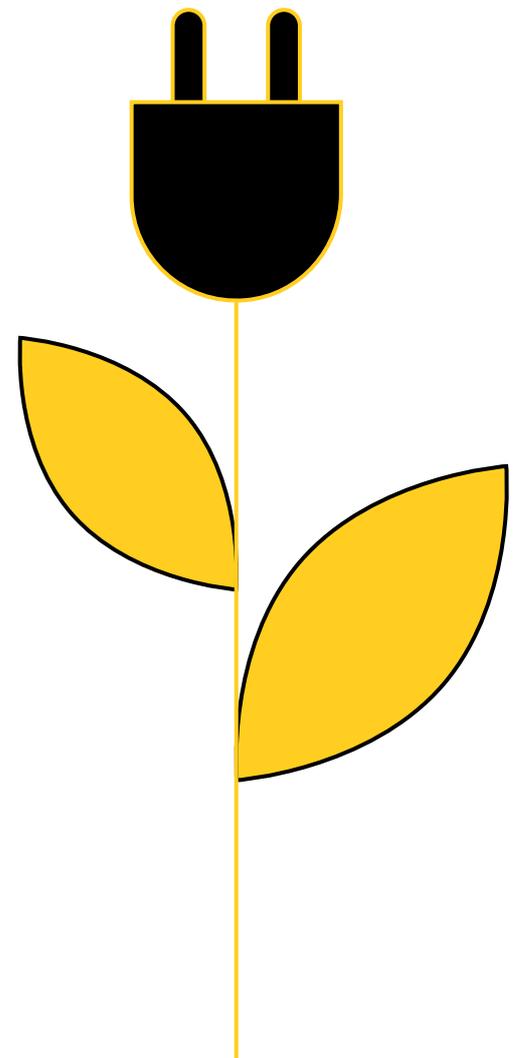
Fortschritte für landeseigene Klima-Kooperation

Wie bereits im Vorjahreszeitraum berichtet, geht es um eine regionale Lösung, die unsere Verantwortung als Liechtensteinische Post für die Zukunft unseres Landes zum Ausdruck bringt. Nach wie vor arbeiten wir gemeinsam mit FL1, der LKW und Liechtenstein Wärme an einem landeseigenen Projekt, um den nicht-reduzierbaren CO₂-Ausstoss regional zu kompensieren. Eine solche Lösung wäre einzigartig.

Bis Ende 2025 klimaneutral

Doch bis es soweit ist, nutzen wir weiterhin die Möglichkeiten, die uns international bewährte Klimaschutzprojekte bieten. Dabei unterstützt uns ClimatePartners, die uns seit 2020 auf dem Weg zur Klimaneutralität begleiten.

Bis Ende 2025 werden wir für die gesamte Liechtensteinische Post die Klimaneutralität erreichen, auch dank der Kompensation unserer verbleibenden CO₂-Emissionen.





Wettbewerb Nachhaltigkeit 2024 – 11 000 Kilometer Arbeitsweg mit dem Velo

2022 erfolgreich gestartet, haben wir auch im Jahr 2024 unseren Wettbewerb um die besten Ideen für mehr Nachhaltigkeit bei unseren Post-Teams durchgeführt. 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.

Beim bereits zum dritten Mal durchgeführten Wettbewerb geht es darum, alle Mitarbeitenden für das Thema Nachhaltigkeit zu sensibilisieren. In den einzelnen Teams steht dabei im Fokus, praktisch umsetzbare Lösungen zu entwickeln, die messbar dazu beitragen, Ressourcen zu schonen und Emissionen zu verringern.

Fülle an guten Ideen

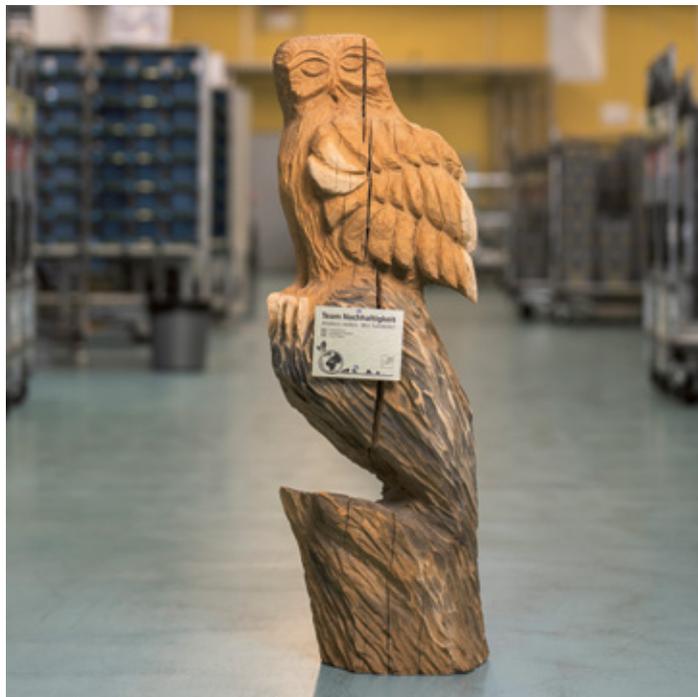
Wie bereits in den beiden Vorjahren sind in unseren Teams viele gute Ideen entstanden: Zum Beispiel wurden auf dem Gelände des Betriebszentrums die Lebensgrundlagen für eine Vielzahl einheimischer Tiere attraktiver gemacht. Dies trägt nicht nur zum Erhalt der Artenvielfalt bei, sondern freut insbesondere die Igel, verschiedene Vogelarten, Insekten und Amphibien.

Sportliche CO₂-Einsparung

Die verdiente Siegtrophäe ging an die Mitarbeitenden im Postfilialnetz. Sie hatten die sportliche Idee, ihren motorisierten Arbeitsweg konsequent mit dem Velo zurückzulegen. Dabei kamen 11 000 Kilometer zusammen, das entspricht mehr als dreimal der gesamten Tour de France. Damit erzielte das Team eine Einsparung von rund 1.8 Tonnen CO₂ Emissionen!

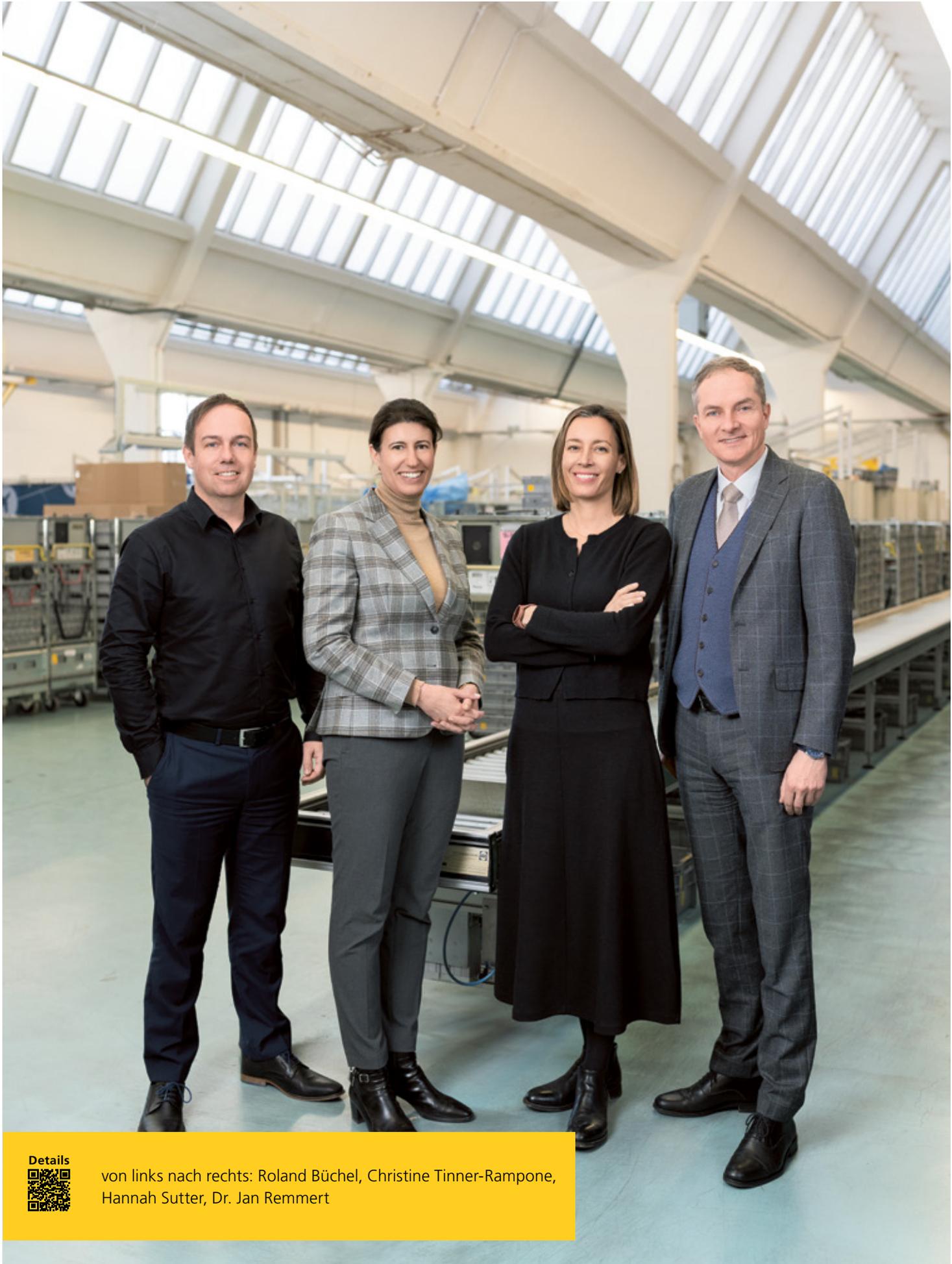
Auf geht's in die nächste Runde

Wir gratulieren zu diesem eindrucksvollen Ergebnis und natürlich damit zum Gewinn unseres begehrten Wanderpokals. Inzwischen ist es schon eine schöne Tradition geworden, dass die handgeschnitzte Eulenskulptur dem Siegerteam bei unserer Weihnachtsfeier überreicht wird. Wir erwarten jetzt schon mit Spannung, wer sie 2025 entgegennehmen kann – unsere Post-Teams sind jedenfalls bereits mit grosser Motivation in die Neuauflage des Ideenwettbewerbs gestartet.





Verwaltungsrat



Details



von links nach rechts: Roland Büchel, Christine Tinner-Rampone, Hannah Sutter, Dr. Jan Remmert

Geschäftsleitung



Details



von links nach rechts: Andreas Luzi, Michael Aggeler,
Roland Seger, Wolfgang Strunk



Strategisch fokussiert wachsen

Seit April 2024 bereichert Roland Büchel den Verwaltungsrat der Liechtensteinischen Post. Als international erfahrene Führungskraft kennt der COO der Neutrik Group in Schaan die Herausforderungen im Postgeschäft aus der Geschäftskundenperspektive. Mit grosser Motivation möchte er sich in Zukunft unseren Wachstumspotenzialen widmen. Wir haben ihn nach seinen Einschätzungen befragt.

Roland, du bist seit April 2024 als Verwaltungsrat bei der Liechtensteinischen Post. Wie hast du die ersten Monate in deiner neuen Funktion erlebt?

Roland Büchel: Es waren sehr spannende erste Monate, in denen ich sehr herzlich von allen Seiten aufgenommen wurde. Ich durfte in dieser Zeit die Post von allen Seiten besser kennenlernen. Neben dem Besuch der Betriebszentren in Schaan und Barendorn sowie der Tour durch alle Filialen sind mir besonders die Begegnung mit den Mitarbeitenden und deren Begeisterung für die Post in super Erinnerung geblieben.

Die Liechtensteinische Post steht vor bedeutenden Herausforderungen in den nächsten Jahren. Kerngeschäfte schrumpfen, z.B. Briefpost, neue Geschäftsfelder müssen aufgebaut werden, um dem Umsatzrückgang entgegenzuwirken. Ich habe in meinen ersten Monaten ein Führungsteam erlebt, das mit Mut, Tatkraft und Innovation neue Geschäftsideen entwickelt und gestaltet – ein kleines Beispiel ist die Kooperation mit Fix und viele andere Ideen, die hoffentlich bald als Angebot in unseren Geschäftsfilialen auftauchen werden.

Wie hast du die Liechtensteinische Post als ganz normaler Kunde wahrgenommen, bevor du diese Funktion übernommen hast?

Die Post gehört bei mir genauso ins tägliche Leben wie wahrscheinlich bei den meisten Leuten im Land. Ich habe die Post immer als sehr professionelle und verlässliche Firma wahrgenommen. Briefe und Pakete kommen zeitgerecht, korrekt und verlässlich an meine Haustür. Am Postschalter gebe ich meine Pakete oder eingeschriebenen Briefe ab. Die Interaktion mit den Mitarbeitenden in den Filialen ist mir immer sehr positiv in Erinnerung – freundlich und zuvorkommend.

Du arbeitest aktuell in einem Industriebetrieb in Liechtenstein in leitender Funktion. Welche Angebote oder Dienstleistungen der Post sind für einen Industriebetrieb wichtig und welche zusätzlichen Dienstleistungen könntest du dir noch vorstellen, die die Liechtensteinische Post für Industrie- und Gewerbebetriebe in Liechtenstein anbieten sollte?

Die Kernkompetenzen eines produzierenden Industrieunternehmens bestehen normalerweise in der Entwicklung, Produktion und Vermarktung eines Produktes. Logistische Tätigkeiten, wie Lagerhaltung, Bewegung der Waren von Lieferanten bis an die Produktionslinie oder vom Lager zum Kunden, sind meist ein «notwendiges Übel».

Das Kerngeschäft der Post hingegen liegt genau in diesen Bereichen. Um hier ein starker Partner für die Industrie zu sein, müssen wir auf der einen Seite End-to-End Supply Chain-Lösungen anbieten können – und hier sind wir in vielen Bereichen schon gut aufgestellt. Auf der anderen Seite müssen wir aufzeigen, dass wir einen Mehrwert für den Kunden bieten können – dies ist in diesem Bereich sehr stark von Verfügbarkeiten und tieferen Betriebskosten für den Kunden geprägt.

Wenn wir den ganzen Bereich Logistik für Industriekunden einen Schritt weiterdenken, ist speziell die Interaktion mit Lieferanten über Anliefermengen und Anlieferzeitpunkt eine ungeliebte Tätigkeit. Man könnte z.B. andenken, ob die Liechtensteinische Post in diesem Bereich mehr Serviceleistungen anbieten könnte.



Deine Amtszeit als VR-Mitglied läuft noch bis mindestens 2028. Wo siehst du die grössten Herausforderungen für die Liechtensteinische Post in den nächsten Jahren und bei welchen Themen möchtest du dich speziell als Verwaltungsrat einbringen?

Die Liechtensteinische Post steht in einem Strukturwandel. Das Briefgeschäft wird weiter schrumpfen, der Druck durch die Konkurrenz wird in vielen Bereichen über die nächsten Jahre grösser werden. Die Post muss weiterhin akribisch daran arbeiten, neue Wachstumfelder zu erschliessen und heutige strategisch wichtige Geschäftsbereiche kontinuierlich und fokussiert wachsen zu lassen. Hier denke ich besonders an die Kontraktlogistik.

Dieser Bereich bietet sehr viel Wachstumspotential. Wenn es uns gelingt, diesen Bereich weiter zu skalieren, werden wir es schaffen, nachhaltig die Post für die Zukunft auszurichten und kontinuierlich wachsen zu lassen. Hier sehe ich dann auch meinen Schwerpunkt in meinem Wirken bei der Post. Seit dem Beginn meiner beruflichen Laufbahn stehen die Themen Produktion und Logistik für mich im Mittelpunkt.

Mit meinen Erfahrungen möchte ich einen wesentlichen Beitrag in diesem strategischen Schlüsselthema leisten, um die Post für die Zukunft noch besser zu positionieren.

«Seit dem Beginn meiner beruflichen Laufbahn stehen die Themen Produktion und Logistik für mich im Mittelpunkt.»

Roland Büchel

Herausgeber

Liechtensteinische Post AG
Alte Zollstrasse 11
9494 Schaan

Redaktion

Roland Seger, Wolfgang Strunk

Inhalte

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

Gestaltung, Druckvorstufe

Armin Hoop

Konzept, Illustration und Lektorat

Büro für Gebrauchsgraphik AG, Vaduz

Bilder

Liechtensteinische Post AG, Schaan
Yannick Zurflüh Visuals, Vaduz
digicube AG, Schaan
Florina Wohlwend

Druck

Wolf Druck AG, Triesen

Auflage

600 Stück

Erscheinung

April 2025

