

Die Schweizerische Post und die Sammler

Hans Schwarz, Chefredaktor der SBZ, im Gespräch mit Thomas Baur, Stellvertreter des Konzernleiters der Post CH AG und Leiter PostNetz

Der Zentralvorstand des Verbandes Schweizerischer Philatelisten-Vereine (VSPHV) wird immer wieder von einzelnen Mitgliedern kritisiert, dass die ZV-Mitglieder zu wenig aktiv seien und sich bei der Post zu wenig für die Anliegen der Sammler einsetzen. Das ist einerseits so nicht richtig und andererseits ist es ein Irrglaube, dass eine Organisation wie der VSPHV mit gegenwärtig noch gut 3600 Mitgliedern bei der Post den Takt vorgeben könnte. Also wie viele Briefmarken jährlich herausgegeben werden sollen, wie gestempelt wird usw. Vor allem sind verschiedene Exponenten des VSPHV im laufenden Austausch mit der Post, sei es als Vertretung in der Briefmarkenkommission oder der Chefredaktor der SBZ. Es ging in diesem Gespräch mit Thomas Baur darum, aufzuzeigen, was die Realitäten sind. Dabei wurden einige für uns Sammler wichtige Themen vertieft angesprochen. Der Fokus liegt aber nicht auf der viel diskutierten Kryptomarkte, diese ist nur ein Teil der angeschnittenen Themen.

SBZ: Thomas Baur, vorerst vielen Dank, dass Sie sich für dieses Gespräch Zeit genommen haben. Kommen wir doch gleich zur Sache, dem bei unseren Mitgliedern am heftigsten diskutierten Thema der Stempelung in den Briefzentren. Gibt es hier keine andere Lösung?

Thomas Baur: Wir kennen das Thema und wir nehmen es auch ernst. Ich bin nun seit 40 Jahren bei der Post. Neben meiner Tätigkeit in der Konzernleitung bin ich auch Leiter der Briefmarkenkommission. Die Briefmarke ist mir also wichtig, aber wir müssen hier unsere betrieblichen Abläufe etwas näher betrachten.

An der EXPO 64 in Lausanne wurde die erste Sortiermaschine vorgestellt. Heute, bald 60 Jahre später, werden bei uns praktisch alle Briefe automatisch sortiert, anders könnten wir das Volumen von 1,8 Milliarden Briefen pro Jahr gar nicht bewältigen. Manuell werden nur noch unförmige Sendungen sortiert.

Wir können deshalb den Wunsch der Sammler auf handgestempelte Briefe mit Ortsstempel nicht erfüllen. Da müssen wir einfach auf das Verständnis der Sammlerinnen und Sammler zählen.

Allerdings bieten die Postfilialen weiterhin die Möglichkeit der Handstempelung an. Diese Briefe – übrigens relativ wenige an der Zahl! – gehen dann in einem separaten Kistchen ins nächste Briefzentrum. Hier können aber Fehler passieren – auch wir sind nur Menschen! –, allerdings wissen wir, dass über 95% dieser Briefe nicht durch die Sortiermaschine laufen. Für Spezialwünsche der Philatelisten in Sachen Stempelung steht zudem unser Stempeldienst in Lyss zur Verfügung.

SBZ: Ein weiteres häufiges Thema ist immer wieder auch die Ausgabepolitik. Zu viele Ausgaben, zu teuer. Frage deshalb: Wie werden die Neuausgaben, ihre Anzahl und die Nominale bestimmt?

Thomas Baur: In der Briefmarkenkommission diskutieren wir diese Thematik laufend. Man muss auch sehen, dass die Digitalisierung eine Herausforderung für den Fortbestand der Briefmarke als Frankaturbeleg ist. Deshalb richten wir unseren Blick auch immer wieder in die Zukunft und befassen uns mit Themen wie der Crypto Stamp, Sondermarken, Ereignismarken und die Rolle der Briefmarke als Imagerträger und Schweizer Kulturgut.

Pro Jahr geben wir rund 30 Ausgaben mit ca. 60 Marken heraus zu einem Gesamtpreis von CHF 60 bis 70.–. Ab diesem Jahr steigt die Nominale wegen der Portoerhöhung leicht an! Gäben wir übrigens nur noch eine Briefmarke pro Jahr heraus, wäre auch niemand zufrieden. Wir müssen den Bedürfnissen eines breiten Publikums etwas bieten. Im Vergleich zu unseren Nachbarn Deutschland oder Österreich ist unser Ausgabeprogramm durchaus vergleichbar. Im Vergleich mit Frankreich sogar eher bescheiden, da dort sehr viel mehr Briefmarken zur französischen Geschichte und Kultur herausgegeben werden.

SBZ: Es wird vielfach bemängelt, die Poststellen in den Gemeinden hätten ein schlechtes Sortiment, der Grossteil der Neuausgaben sei nur im Postshop oder bei grösseren Poststellen erhältlich.

Thomas Baur: Zuerst möchte ich betonen, dass sämtliche Sondermarken in allen eigenbetriebenen Postfilialen erhältlich sind. Davon ausgenommen sind philatelistische Produkte, die nur im Internet (PostShop – dem Online-Shop der Post) oder in den Filialen mit Briefmarkentheken erhältlich sind.

Um das vielleicht noch besser zu verstehen, möchte ich als Beispiel die MIGROS anführen: Ein MMM-Supermarkt hat ein viel umfassenderes Sortiment als ein MM- oder ein M-Geschäft. Unsere Filialen sind nicht alle gleich gross, entsprechend haben nicht alle das gleiche Angebot, schon nur aus Platzgründen. So sind beispielsweise Sonderblöcke nur in den Filialen mit einer Briefmarkentheke und in ausgewählten regionalen



Thomas Baur, Stellvertreter des Konzernleiters der Post CH AG und Leiter PostNetz

Filialen erhältlich. Sämtliche Sammelartikel kann man aber in unseren Filialen bestellen und sich nachhause schicken lassen.

Die vieldiskutierte Kryptomärke

In der SBZ 1–2/2022 war ein kurzes Gespräch mit Julien Jordan, Markt Manager Briefmarken und Philatelie der Post, zum Thema Kryptomärke zu finden, allerdings hat sich dieser Beitrag nur auf technische Aspekte beschränkt. Die Sammler waren nach dem Lesen dieses Artikels so schlau wie zuvor.

Fakt ist jedoch, dass die Bestellung ein Desaster und die Website der Post in Kürze blockiert war. Schlaue Händler haben Strohmänner eingesetzt, von denen jeder 30 Exemplare bezog. Nun wird die Kryptomärke in grossem Stil von einzelnen Händlern und im Internet angeboten.



Für die Sammler ist das Problem, dass die Kryptomärke nicht im Abonnement angeboten wurde bzw. enthalten war und vor allem, dass man nicht vollständig sein konnte mit allen 13 Sujets. Dass diese nur via Internet erkennbar sind, ist wieder eine andere Geschichte.

SBZ: Thomas Baur, was lief bei der Kryptomärke schief und was hat die Post daraus gelernt? Weshalb diese Kryptomärke, was sind die Überlegungen dahinter?

Thomas Baur: Die Swiss Crypto Stamp war ein Erfolg! Sie ist die logische Folge nach der Kryptomärke von Österreich, der UNO, Liechtenstein oder den USA und weiteren Ländern, nämlich die physische und die digitale Welt einander näherzubringen. Die Post kann diese beiden Welten dank der Kryptomärke miteinander verbinden.

Natürlich waren wir bei der Einführung der Kryptomärke sehr gespannt, denn wir hatten überhaupt keine Erfahrung auf diesem Gebiet und wussten nicht, wie der Schweizer Markt darauf reagieren würde. Ausserdem ist die Kryptomärke für ein anderes Publikum vorgesehen als die rein physische Marke, sie war also nicht primär für die Philatelie geplant. Wir wollten vor allem kryptoaffine Sammlerinnen und Sammler ansprechen. Das hat geklappt!

Wir waren aber überrascht, dass innerhalb von nur knapp fünf Stunden die gesamte Auflage von 175 000 Exemplaren verkauft war.

Wir haben daraus aber auch gelernt, dass wir das System verbessern und die Kommunikation an die Sammlerinnen und Sammler in Zukunft intensivieren müssen. Denn sie sind uns sehr wichtig. Wir prüfen zudem, wie wir unseren treuesten Kundinnen und Kunden in Zukunft entgegenkommen können.

SBZ: Sind weitere Kryptomärkte geplant?

Thomas Baur: Wie gesagt, haben wir die 175 000 Exemplare in fünf Stunden verkauft. Wir prüfen deshalb die Herausgabe weiterer Kryptomärkte. Entschieden ist aber noch nichts.

SBZ: Der Frankaturwert von CHF 8.90 ist etwas gewöhnungsbedürftig, welche Überlegungen stecken dahinter?

Thomas Baur: Die Entwicklung der Technik und der Sicherheit hinter der Swiss Crypto Stamp ist sehr aufwändig und kostenintensiv. Krypto-Briefmarken erreichen jeweils auch international Aufmerksamkeit und werden über die Landesgrenzen hinaus getauscht, gesammelt und gehandelt. Wir haben den Preis entsprechend auf diese internationalen Gegebenheiten abgestimmt. Der Preis der Swiss Crypto Stamp ist durchaus vergleichbar mit dem Preis von anderen Krypto-Briefmarken, die bereits Postgesellschaften anderer Länder herausgegeben haben. Selbstverständlich lässt sich aber eine Krypto-Briefmarke mit einem Ergänzungswert problemlos für die Frankierung verwenden.

Die Briefmarke als Kulturgut und Zeitdokument

SBZ: Welche Überlegungen macht sich die Post bezüglich der Zielgruppen für die Briefmarken – vor allem auch in der Zukunft? Wohin soll die Reise der Briefmarken führen und – wie lange gibt die Post überhaupt noch Briefmarken heraus?

Thomas Baur: Die Briefmarke ist ein Stück Schweiz und das seit nunmehr bald 180 Jahren. Als Leiter der Briefmarkenkommission wünsche ich mir mehr Hintergrundinformationen zu den einzelnen Markenausgaben, also was hat sich der Künstler bei der Gestaltung überlegt usw. Denn gerade diese Geschichten finde ich faszinierend.

Die Post steht nach wie vor zum Kulturgut Briefmarke und will dieses auch in Zukunft pflegen. Denn die Marke ist eine Botschafterin für unser Land und bildet so auch einen Teil der Identität der Schweiz.

SBZ: Thomas Baur, ich danke ganz herzlich für dieses informative Gespräch. Hoffen wir, dass wir damit einige Vorbehalte unserer Sammlerinnen und Sammler ausräumen konnten. ■