

Post auf italienisch

Die Poste Italiane sucht – anders als die Deutsche Post – ihr Heil auf dem heimischen Markt und will nicht international expandieren. Auch ungewöhnliche Dienstleistungen wie Portozahlung per Mobiltelefon sollen die Kunden halten. Belohnt wird die Strategie mit wachsenden Gewinnen. Firmen 16

Für Italiens Post bleibt auch die Filiale im kleinen Dorf wichtig

Dienstleister statt Transportunternehmen / Vom Antrag auf Aufenthaltsgenehmigung bis zum Mobiltelefon mit Zahlungsfunktion



Vom Brief an zu Wohnort und Arbeitsvertrag – Filiale im ländlichen Postort wird Anlaufstelle für Einwanderer

tp. ROM, 12. August. Für Italiens Postchef Massimo Sarmi ist das am Postschalter verkaufte Mobiltelefon das neueste Feld für innovative Dienstleistungen. Der Service mit den Handys, für den Sarmi vor kurzem eine Vereinbarung mit Vodafone abgeschlossen hat, soll von Weibnachten an für Postkunden noch eine ganze Reihe Zusatzfunktionen bieten: Weil ein Teil der üblichen Chipkarte des Telefons für die Post reserviert ist, können dort vielfache Zusatzleistungen programmiert werden, etwa Überweisungen vom Postkonto, der Versand von Telegrammen, die Bezahlung von Porto, Bus und Taxi sowie die Kontrolle über den Versandweg von Expresspaketen. Für Sarmi, einen scheuen Ingenieur, der bei Siemens Karriere gemacht hat, sind die Mobiltelefone, die er bald in der Post anbieten will, nur eine der vielen Angebote, die es seit einigen Jahren beim Postschalter gibt. 15 Prozent des Umsatzes mache sein Unternehmen bereits mit neuen Leistungen, berichtet Sarmi.

Die Strategie von Sarmi war ursprünglich aus der Not geboren worden. Eine flächendeckende Schließung oder Verkleinerung von Postämtern wäre politisch in dem Staatsunternehmen Poste Italiane SpA nicht durchsetzbar gewesen. Der Markt für grenzüberschreitende und globale Dienstleistungen, in dem sich etwa die Deutsche Post zu Hause sieht, war aus Sicht von Sarmi schon verteilt. Deshalb hat er mit der italienischen Post einen ganz anderen Weg eingeschlagen und definiert sein Unternehmen nun als „größtes Dienstleistungsunternehmen des Landes“. Nun kommt ihm auch noch die Marktentwicklung zu Hilfe: „Service und Finanzen bieten auch bessere Margen als die Logistik“, sagt Sarmi mit einem Seitenblick auf die Deutsche Post. Die verdiene schließlich nicht an ihrem internationalen Expressversand DHL. Demgegenüber kann sich der italienische Postchef nun zu der Aussage aufschwingen, dass Italiens

Post international die rentabelste sei.

Der Blick in die Bilanz zeigt tatsächlich, dass bei der Poste Italiane seit der Umwandlung in eine Aktiengesellschaft erst im Jahr 1998 eine Revolution stattgefunden hat. Früher war Italiens Post bekannt für Schlendrian, für lange Schlangen und miese Stimmung in heruntergekommenen Filialen. Der ehemalige Ministerpräsident Giulio Andreotti packte all seine Geringschätzung in den Satz, dass jemand, der sich ernsthaft vornehme, Italiens Bahn oder Post zu sanieren, eigentlich sofort in eine Irrenanstalt eingeliefert gehöre.

Doch gerade Politiker vom Schlage eines Andreotti trugen die Verantwortung für die Misswirtschaft, denn statt Geld für Investitionen schickten sie der Post immer nur Leute aus ihren Parteien und Seilschaften, denen kurz vor den Wahlen ein Posten beim Staat versprochen worden war. Von 1998 bis 2002 gab dann jedoch der Banker Corrado Passera der italienischen Post ein neues, unternehmerisches Gesicht, er renovierte Filialen, schulte das Personal und ließ erstmals ein Stück Unternehmenskultur entstehen. Der Ingenieur Sarmi arbeitet nun seit 2002 an der Erweiterung des Angebots und der Verbesserung der Bilanz. Dem operativen Verlust von 1,55 Milliarden Euro im Jahr 1998 stand nach Erreichen der Gewinnschwelle im Jahr 2001 im vergangenen Jahr mit 1,48 Milliarden Euro ein stattlicher operativer Ertrag gegenüber. Der konsolidierte Unternehmenserlös ist wegen der Einführung neuer, internationaler Bilanzrichtlinien nicht mehr mit der Vergangenheit vergleichbar, er wuchs 2005 um 13,6 Prozent, 2006 um 3,4 Prozent auf 17 Milliarden Euro.

Die Postdienstleistungen machen davon noch etwa ein Drittel aus, der Rest entfällt auf Finanz- und Versicherungsleistungen sowie „zusätzliche Dienstleistungen“. Während der vergangenen Jahre

konnte Italiens Post davon profitieren, dass der früher notorisch unzuverlässige Zustelldienst an Ansehen gewonnen hat und wieder öfter genutzt wird. Bei den Finanzdienstleistungen haben die Poste Ita-

liane sich längst Neid und Missgunst der Banken zugezogen, mit der Verwaltung von Sparbüchern und Anlagen von 280 Milliarden Euro, rund 4,8 Millionen Konten, 6 Millionen Konto- und Kreditkarten, 3 Millionen Geldkarten und 6 Millionen Versicherungsverträgen. Zwar gibt es seit Jahren Widerstände gegen die Anerkennung der Post als eigenständige Bank, doch können die Kunden schon jetzt am Schalter Konsumentenkredite oder Hypotheken anderer Institute erhalten. Nach großen technischen Investitionen werde nun ein Postkunde in jeder der 14 000 Filialen behandelt, als sei er an seinem Heimschalter, kehrt Postchef Sarmi stolz hervor.

Doch gerade diese Einrichtungen sucht er mit seiner Post nun auch viele andere Arten zu nutzen. Denn im ganzen Land besitze sonst niemand ein derart engmaschiges Netz, das früher nur für die Briefe und die Auszahlungen von Renten genutzt wurde. „Wir wollen nicht wie etwa die Deutsche Post die großen Frachtströme bedienen, sondern eher die letzte Meile“, sagt Sarmi.

Damit die Filialen weiter ausgelastet sind, gibt es dort nun immer mehr Dienste: Zuletzt wurde etwa ein staatliches Babygeld ausbezahlt. Für die Einwanderer ist nun nicht mehr das Ordnungsamt die erste Anlaufstelle, sondern das Postamt, mit einem „Kit“ von Fragebögen, die dort auch ausgefüllt wieder entgegengenommen werden. Die Schlangen sind deshalb in den großen Postämtern nicht viel kürzer geworden. Aber auch diesem Problem will der Ingenieur Sarmi nach und nach zu Leibe rücken, mit einer computergesteuerten Überwachung der Kundennummern und der Wartezeiten.

"Le Poste in Italia". Le Poste Italiane cercano, diversamente da Deutsche Post, la propria crescita sul mercato nazionale e non mirano a espandersi sul mercato internazionale. Per questo offrono al pubblico anche servizi innovativi come il pagamento dei servizi postali tramite cellulari. La strategia premia con utili in crescita

Per Poste Italiane anche l'ufficio postale più piccolo è prezioso

di Tobias Piller

Roma - Per l'AD di Poste Italiane Massimo Sarmi i telefoni cellulari in vendita agli sportelli delle poste costituiscono un nuovo segmento di business nel campo dei servizi innovativi. I nuovi servizi di telefonia cellulare, per i quali Sarmi recentemente ha concluso un accordo con Vodafone e che cominceranno ad essere erogati a Natale, avranno molto da offrire ai clienti:

oltre ai classici servizi di telefonia garantiranno tutta una serie di funzioni innovative, come ad esempio accrediti sul conto postale, spedizione di telegrammi, pagamento delle spese postali, di bus e taxi e informazioni sullo stato delle spedizioni di pacchi espressi (tracking on-line).

Per Sarmi, ingegnere con un lungo curriculum anche in Siemens, i cellulari sono solo una delle offerte proposte da Poste Italiane. Il 15% del fatturato deriva, spiega Sarmi, proprio dai nuovi servizi. La strategia di diversificazione ed incremento del business adottata da Sarmi è nata per necessità. Una chiusura capillare o un ridimensionamento degli uffici postali sarebbe stata politicamente inaccettabile per un'Azienda così fortemente radicata sul territorio e di grande valenza nel tessuto sociale italiano come Poste. Sarmi definisce la sua Azienda "la più grande Azienda di servizi del nostro paese".

"I servizi postali e finanziari offrono margini superiori rispetto alla logistica", continua Sarmi.

Dalla sua trasformazione in società per azioni nel 1998, c'è stata una vera e propria rivoluzione nelle Poste Italiane.

L'ex Primo Ministro Giulio Andreotti ha sintetizzato la sua disistima in una frase: chi seriamente vuole risanare le poste e le ferrovie in Italia, dovrebbe essere portato immediatamente in un ospedale psichiatrico. Tuttavia, proprio politici del calibro di Andreotti sono stati i responsabili della cattiva gestione, perché invece di finanziare gli investimenti, non hanno fatto altro che mandare alle poste membri e sostenitori del proprio partito, ai quali in vista delle elezioni veniva promesso un posto di lavoro nel settore pubblico. Già tra il 1998 e il 2002, il banchiere Corrado Passera

aveva iniziato a cambiare il volto all'azienda portata per la prima volta in attivo dall'ingegner Sarmi nel 2002 grazie all'ampliamento dell'offerta e del risanamento del bilancio.

Rispetto agli 1,55 miliardi di euro di perdite nel 1998, nel 2001 le Poste hanno registrato utili per 1,48 miliardi di euro. I profitti sono saliti nel 2005 del 13,6%, nel 2006 del 3,4% raggiungendo quota 17 miliardi di euro. I servizi postali hanno contribuito per un terzo di essi, il resto lo hanno fatto i servizi finanziari e assicurativi, ma anche da quelli che vengono definiti "servizi innovativi". "Non vogliamo occuparci del flusso di merci come la Deutsche Post, ma piuttosto dell'ultimo miglio", ha dichiarato Sarmi. Tra i servizi erogati negli uffici postali ci sono anche quelli specifici per gli immigrati che si rivolgono agli sportelli per ritirare il "kit" di questionari da compilare e restituire. Per questo motivo talvolta, all'interno degli uffici, si sono create delle lunghe attese, problema che l'ingegner Sarmi si sta impegnando a risolvere.