



Höchste Präzision schafft unvergleichliche Qualität: der Uhrmacher Ueli Zürcher bei der Arbeit.

Bewahrer einzigartiger Uhrmacherqualitäten

Der Emmentaler Uhrmacher Ueli Zürcher nimmt es genau: Er restauriert antike Grossuhren und stellt als Einziger noch die echten Sumiswalder Pendulen mit Schlagwerk her. Jedes einzelne Bestandteil fertigt er von Hand.

Oft packt mich der Ehrgeiz. Dann sitze ich so lange vor einem Uhrwerk, bis es wieder zuverlässig tickt. Es kommt deshalb vor, dass ich einem Kunden nicht den wirklichen Zeitaufwand verrechnen kann. Das Zifferblatt ist das Gesicht einer Uhr, für viele Leute also die Hauptsache. Das Uhrwerk sieht man ja nicht. Aber ein antikes Uhrwerk zu restaurieren, löst bei mir Enthusiasmus aus. Da nehme ich es sehr genau.

Viele Leute sehen in der Genauigkeit das eigentliche Qualitätsmerkmal der Uhrmacherbranche. Genauigkeit ist allerdings relativ. Vor 200 Jahren hatten die Menschen ein anderes Verständnis davon. Quarz- oder Atomuhren sind heute viel genauer als die Uhren von damals. Dennoch staune ich oft, wie präzise antike Uhren laufen.

Eine supergenaue Uhr ist sicher interessant. Aber so richtig faszinierend ist es, wenn ich ein mechanisches Uhrwerk restauriere oder herstelle. Beides mache ich in meinem Betrieb, und bei beidem ist höchste Qualität gefragt. Denn jeder Arbeitsschritt an einer Antriebs-

vorrichtung, einem Räderwerk, Federwerk, Gewichtszug, Zeiger oder Pendel ist bei mir reine Handarbeit.

Ich repariere Grossuhren wie Neuenburger und Sumiswalder Pendulen, Wanduhren, Regulatoren, Gewichtuhren, Schwarzwälderuhren, Kaminuhren oder Standuhren. Ich arbeite also mit Material, das lebt, ja fast schon eine Seele hat. Deshalb liegt mir viel daran, antike Uhren originalgetreu zu reparieren. Ich schleife Druckfedern, entrostete Tonfedern, poliere das Uhrwerk glänzend oder bläue die Zeiger nach einem alten Verfahren im Salzbad. Wenn nötig, fertige ich defekte Bestandteile wieder neu an.

Die Produktion der originalen Sumiswalder Pendule ist meine Spezialität. Diese Uhren wurden im 19. Jahrhundert erstmals hergestellt. Es sind formschöne Wanduhren, meistens schwarz lackiert, mit Weissmalerei oder Zeichnungen aus Blattgold verziert und mit einem Dreiviertel- und Stundenschlagwerk auf Tonfedern ausgestattet. Als sich mein Vater in den 50er Jahren selbstständig machte, stellte er solche Sumiswalder Pendulen her. Ich übernahm das Geschäft vor etwas mehr als 20 Jahren und habe die Tradition bewahrt. Heute bin ich der einzige Uhrmacher, der noch Sumiswalder Pendulen anfertigt. Jede Pendule ist dabei ein handwerkliches Einzelstück. Kein einziges Bestandteil ist gestanzt, auch die Zeiger sind von Hand gefertigt. ■

Über die Carte blanche

In der «Carte blanche» kommen Menschen zu Wort, die auf ihre ganz eigene Art und Weise mit dem «Poster»-Schwerpunktthema zu tun haben. So wie Ueli Zürcher, Uhrmacher in Wasen im Emmental. Er muss bei seiner Arbeit höchste Qualität gewährleisten, damit alle Bestandteile der berühmten Sumiswalder Pendulen am Ende wortwörtlich wie ein Uhrwerk funktionieren.

Impressum

Herausgeberin: Die Schweizerische Post, Viktoriastrasse 21, 3030 Bern, poster@post.ch, www.post.ch/poster

Redaktion: Die Schweizerische Post: Manuela Hamadi, BTK GmbH Büro für Textkomposition: Anton Neuwenschwander, PEPPER informationsagentur: Reto Wüthrich

Gestaltung, Realisation: Polyconsult AG, Bern

Druck: Stämpfli Publikationen AG, Bern

Adressänderungen: Fax 058 667 33 59

Erscheint viermal jährlich. Alle Angaben ohne Gewähr, Änderungen und Abweichungen vorbehalten.

Poster

Einblicke für Geschäftskunden

Dezember 2008

DIE POST 

Qualität entscheidet

Wie sich die Post laufend verbessert



Die Post hört ihren Kunden zu

Die Post arbeitet in einem bewegten Wettbewerbsumfeld. Das Tempo der Veränderungen ist hoch und gibt den Takt vor für neue Strategien und Geschäftsfelder. Um langfristig erfolgreich zu sein, führt kein Weg an einer hohen Qualität vorbei. Um diese nachhaltig auf einem bestmöglichen Niveau zu halten, hört die Post sehr genau, was ihre Geschäftskunden zu sagen haben. Deshalb wird unter anderem seit zehn Jahren die Kundenzufriedenheit gemessen. Auf Seite 6 finden Sie die aktuellen Ergebnisse. Auf diesen Seiten lesen Sie den Originalton unserer Kunden zu aktuellen Themen und was die Verantwortlichen der Post darauf antworten.

«Das Angebot an Informationslogistik ist zu unübersichtlich.»

Antwort von Michel Kunz, Mitglied der Konzernleitung

«Wir haben in den letzten Jahren neue Dienstleistungen entwickelt. Um Zeit zu gewinnen, erfolgten diese Entwicklungen in parallel laufenden Projekten. Zurzeit sind wir daran, diese Ergebnisse zu konsolidieren, sodass das Angebot für unsere Kunden vereinfacht werden kann. Wert legen wir dabei darauf, dass die elektronische Anbindung unserer Kunden möglichst ohne grossen Aufwand erfolgt und dass sich der Kunde rasch in den angebotenen Leistungen zurechtfindet und möglichst effizient arbeiten kann.»



Wert legen wir dabei darauf, dass die elektronische Anbindung unserer Kunden möglichst ohne grossen Aufwand erfolgt und dass sich der Kunde rasch in den angebotenen Leistungen zurechtfindet und möglichst effizient arbeiten kann.»

«Wir sind mit der Verfügbarkeit, der Kompetenz und der aktiven Unterstützung bei Problemlösungen des Kundenberaters sehr zufrieden.»

Antwort von Frank Marthaler, Mitglied der Konzernleitung

«Dieses Lob freut uns sehr. Der persönliche Berater spielt eine zentrale Rolle in der Beziehung zu unseren Kunden. Kennt der Berater das Geschäft und die Strategie seines Kunden, kann er zu dessen Erfolg massgeblich beitragen. Die beiden treffen sich auf einer partnerschaftlichen Ebene. Unser Grundsatz lautet: «Es muss einfach sein, mit der Post Geschäfte zu machen.»

Trotz des Lobes ist uns Kritik ebenso wichtig. Sie hilft uns, noch besser zu werden und die Leistungen noch kundenorientierter zu gestalten.»



«Wenn die Post einen Empfänger nicht findet, bringt sie die Sendung jeweils sofort wieder zurück, auch wenn bloss eine Nummer fehlt und alles andere richtig ist.»

Antwort von Thomas Baur, Leiter Zustellung PostMail

«Wenn der Zusteller den Empfänger trotz fehlerhafter Adresse erkennt, wird die Sendung zugestellt. Ist dies nicht der Fall, geht die Sendung zurück zur Zustellstelle. Bei einer A-Post-Sendung wird die korrekte Adresse nachgeschlagen. Danach wird versucht, die Sendung erneut zuzustellen. Eine B-Post-Sendung wird nicht nachgeschlagen, sie geht direkt zum Absender zurück.»



«Ich habe gehört, dass PRIORITY nur bis zur Schweizer Grenze gilt, danach nicht mehr.»

Antwort von Jean-Pierre Streich, Mitglied der Konzernleitung

«Tatsächlich unterscheiden – im Gegensatz zur Schweiz – nicht alle Länder zwischen ECONOMY und PRIORITY. Das bedeutet aber nicht, dass es egal ist, welche Geschwindigkeit man für grenzüberschreitende Sendungen wählt. Nehmen wir das Beispiel Deutschland: Dort gibt es nur eine Geschwindigkeit. Die PRIORITY-Sendung aus der Schweiz kommt in Frankfurt an und wird sofort weiterverarbeitet. Die ECONOMY-Sendung kommt erst einen oder zwei Tage später in Frankfurt an. Somit hat Ihre PRIORITY-Sendung bereits einen Zeitvorteil – auch wenn die Deutsche Post nur eine Geschwindigkeit kennt. Der Vorteil für unsere Geschäftskunden in der Schweiz: Sie können sich für eine der beiden Geschwindigkeiten entscheiden und so von unterschiedlichen Preisen profitieren.»

«Es wäre sinnvoll, wenn uns Swiss Post International aufzeigen könnte, in welchen Ländern zum Beispiel ein Verspätungs- oder Verlustrisiko von Sendungen besteht. So könnten wir entsprechende Massnahmen treffen.»

Antwort von Patrick Maier, Mitglied der Geschäftsleitung Swiss Post International

«Der Transport mit der Post ist sehr sicher, auch über die Grenzen hinweg. Eine stabile und neutrale Verpackung trägt viel zur Sicherheit einer Sendung bei. Wenn unsere publizierten Beförderungszeiten gefährdet sind, zum Beispiel durch die politische Situation oder besondere Zollbestimmungen, informieren wir die Kunden im «Service Guide Online» auf unserer Homepage www.post.ch/sgo. Dort sind auch Informationen zum grenzüberschreitenden Versand, zum Beispiel zur Verzollung oder zu Transport- und Einfuhrbeschränkungen, abrufbar. Kunden von TNT Swiss Post bzw. Swiss Post GLS mit proaktiver Sendungsverfolgung informieren wir zusätzlich täglich über den Verbleib jeder Sendung.»



«Wir arbeiten mit einem Mitbewerber von PostLogistics zusammen, weil er temperaturgeführte Sendungen anbietet und einen dafür geeigneten Fuhrpark und Umschlagsmöglichkeiten hat.»

Antwort von Wolfgang Winter, Mitglied der Geschäftsleitung PostLogistics

«Bis vor Kurzem konnte PostLogistics ihren Kunden kein Angebot für temperaturgeführte Transporte unterbreiten. Diese Lücke wird nun durch eine Zusammenarbeit mit der Firma F. Murpf AG geschlossen. Diese übernimmt im Auftrag von PostLogistics Sendungen, bei denen das Einhalten der Kühlkette Bedingung ist. Die Firma F. Murpf hat ihren Standort in Hägendorf, Kanton Solothurn. Das Unternehmen verfügt über Fahrzeuge, mit denen sowohl temperaturgeführte (16–18°C) als auch gekühlte (2–6°C) und tiefgekühlte (bis –22°C) Transporte ausgeführt werden können.»



«Mit der Auslieferqualität bei den Stückgutsendungen von PostLogistics sind wir sehr zufrieden. Bei der Qualität der Statusrückmeldungen sehen wir noch Verbesserungspotenzial.»

Antwort von Christian Kubik, Mitglied der Geschäftsleitung PostLogistics

«Mit der Einführung der neuen Software Lbase für die Auftragsabwicklung bei Transporten haben wir die Basis für eine bessere Qualität geschaffen. Wir werden weitere Anstrengungen unternehmen, um die Datenqualität zwischen Auftraggeber und Empfänger zu verbessern. Mit der Einführung des Scannings bei der Auslieferung im Frühjahr 2009 wird zudem ein Meilenstein bezüglich Modernisierung der Prozessunterstützung gesetzt – insbesondere für die Statusrückmeldungen.»



Postqualität im internationalen Vergleich

Wie steht die Schweizerische Post da, wenn man sie mit den Postunternehmen anderer Länder vergleicht? Paul Epiney, Geschäftsführer von Swiss Post International (Switzerland), spürt den Puls der länderübergreifenden Postströme hautnah.

Herr Epiney, wie beurteilen Sie die Qualität der Schweizerischen Post?

Nun, Postqualität hat verschiedene Facetten. Zum einen lassen wir die Laufzeiten von Briefen und Paketen durch eine unabhängige Institution messen. Zum andern vergleichen wir uns laufend mit unseren inländischen Mitbewerbern. Aufgrund der so gewonnenen objektiven Daten dürfen wir feststellen, dass wir bei den Laufzeiten im oberen Drittel der Industriestaaten liegen.

Wie wird die Schweizerische Post im Ausland wahrgenommen?

Unsere Leistungen stossen auf grosses Interesse. Zweimal pro Jahr finden sich die Delegierten des Weltpostvereins zu einer Versammlung in der Schweiz ein. Viele davon nutzen die Gelegenheit, um unsere Brief- oder Paketzentren zu besichtigen. Oder eines unserer drei Exchange Offices in Zürich, Genf und Basel. Man attestiert uns hohe Innovationskraft – ja sogar, dass wir Standards setzen. Ich glaube, dieses gute Image hat dazu beigetragen, dass ich zum Präsidenten der Letter Post Commission des Weltpostvereins gewählt wurde.

Was ist die Aufgabe dieser Kommission?

Sie ist unter anderem zuständig für die Entwicklung und Etablierung eines Qualitätsmesssystems. Momentan wird dieses System getestet. Es ist so beschaffen, dass alle 191 Mitgliedstaaten des Weltpostvereins es einsetzen können. Die Hauptaufgabe dieser Institution besteht ja darin, weltweit die Postqualität und die Infrastrukturen zu verbessern. Das Messsystem liefert wichtige Grundlagen dafür.

Zurück zu den harten Fakten: Wie können wir uns die Qualitätsmessung konkret vorstellen?

Seit 1994 lassen wir unsere internationalen Brieflaufzeiten von der International Post Corporation überprüfen. Bei ihrer unabhängigen UNEX-Studie machen 29 Industrieländer mit. 2007 wurden für die Datenerhebung europaweit rund 400 000 Testbriefe verschickt – ausgestattet mit einem RFID-Chip. Während seiner Beförderung durchläuft ein Brief mehrere Stationen: Briefzentrum, Exchange Office (Übergabe an internationalen Transporteur), danach die gleichen Stellen im Empfängerland – und zu guter Letzt natürlich den Empfänger selbst. Dank der RFID-Technologie kann sehr präzise festgestellt werden, wann genau sich ein Brief an welcher Station befindet. Die Hauptmessgrösse für den internationalen Vergleich ist die Zeit, die von der Aufgabe des Briefs bis zu seinem Eintreffen beim ausländischen Empfänger gestoppt wird.

Welche Noten erzielt dabei die Schweizerische Post?

Wie schon erwähnt: Wir liegen mit unseren Laufzeiten im oberen Drittel der 29 Teilnehmer. Ein Beispiel: 99,3 Prozent der in der Schweiz aufgegebenen PRIORITY-Briefe erreichten ihre Empfänger in Belgien innerhalb von fünf Tagen; 96,9 Prozent sogar innerhalb von drei Tagen. Letzteres ist übrigens die Messgrösse, wenn es um Mehr- oder Mindereinnahmen geht.

«Letztlich geht es bei der Qualitätsoptimierung auch um die Arbeitsplätze bei der Post.»

Wie, die Post muss mit Mindereinnahmen rechnen?

Bisher ist dies der Schweizerischen Post erspart geblieben. Doch wenn wir bei der Messgrösse

«Zustellung innerhalb von drei Tagen» 1 Prozent unter der Vorgabe von 93 Prozent für die Zustellung innerhalb der Schweiz liegen würden, erhielten wir über eine Million Franken weniger.

Demnach zahlt sich Qualität ganz direkt aus.

Die ersparten Mindereinnahmen sind nur ein Teil davon. Innerhalb der Schweizerischen Post betreiben wir Qualitätszirkel, in denen wir unsere Prozesse genau unter die Lupe nehmen. Uns ist bewusst, dass wir in einem verschärften Wettbewerb unsere Kunden nur dann überzeugen, wenn wir Topqualität liefern. Letztlich geht es bei der Qualitätsoptimierung auch um die Arbeitsplätze bei der Post.

Sind die Laufzeiten das einzige Qualitätskriterium?

Nein, keineswegs. Dass wir unsere Kunden gut

beraten und sie zum richtigen Zeitpunkt mit den richtigen Informationen versorgen, ist ganz zentral. Qualität heisst aber auch, dass wir den Kunden den Alltag erleichtern – zum Beispiel mit Informationen über Verkehrseinschränkungen oder Einfuhr- und Zollbestimmungen. Damit können die Kunden ihre betrieblichen Prozesse beschleunigen und effizienter gestalten.

Was sollte die Schweizerische Post Ihrer Meinung nach verbessern?

Möglicherweise sind unsere administrativen Prozesse da und dort zu schwerfällig. Man will oft etwas zu perfekt geplant haben, bevor man es einführt. Ich persönlich würde es begrüßen, ein gutes Produkt oder eine gute Dienstleistung auch einmal rascher auf den Markt zu bringen – und dafür ein gewisses Risiko in Kauf zu nehmen. ■ Anton Neuenschwander



«Qualität heisst auch, dass wir den Kunden den Alltag erleichtern», sagt Paul Epiney, Geschäftsführer von Swiss Post International (Switzerland) und Präsident der Letter Post Commission des Weltpostvereins.

Internationale Zusammenarbeit

Die **International Post Corporation (IPC)** ist ein Zusammenschluss von 24 nationalen Postunternehmen. Die IPC bezweckt die Steigerung der Servicequalität, die Verbesserung der internationalen Zusammenarbeit sowie die Lieferung von fundierten Analysen über den Postmarkt – so etwa die Laufzeitprüfung UNEX.

Der **Weltpostverein (WPV)** – 1874 gegründet und mit Hauptsitz in Bern – ist eine Sonderorganisation der Vereinten Nationen. Er vereinigt 191 Mitgliedstaaten und definiert Normen und Regeln für den internationalen Postverkehr. Darüber hinaus erarbeiten seine Kommissionen Empfehlungen und Verfahren zur Verbesserung der Servicequalität. Der WPV unterstützt im Rahmen institutioneller Solidarität Infrastrukturprojekte in Entwicklungsländern mit finanziellen Beiträgen und technischer Zusammenarbeit.

Mit der Post macht man gerne Geschäfte

Höchste Qualität bei den Dienstleistungen und Produkten: Dies bildet die Basis aller Beziehungen zwischen der Post und ihren Geschäftskunden. Jedes Jahr lässt die Post deshalb von einem unabhängigen Institut die Kundenzufriedenheit messen. Die Ergebnisse für das Jahr 2008 sind erneut erfreulich.

Seit über einem Jahrzehnt lässt die Schweizerische Post jedes Jahr die Kundenzufriedenheit messen. Die aktuellen Ergebnisse für 2008 zeigen: Die Kundschaft ist grundsätzlich mit den Dienstleistungen und Angeboten der Post sehr zufrieden. Mit der schrittweisen Öffnung der postalischen Märkte in der Schweiz haben die Post und ihre Mitarbeitenden in den letzten Jahren viele Anstrengungen unternommen, um den sich wandelnden und zunehmend international ausgerichteten Bedürfnissen der Geschäftskunden gerecht zu werden.

Dies wird honoriert. Die Kundenzufriedenheit liegt im Jahr 2008 postweit bei 79 von 100 Punkten. Damit konnte die Post den hohen Wert vom Vorjahr halten. Ein Rückblick auf die Resultate der letzten zehn Jahre zeigt, dass die Post grosse Fortschritte gemacht hat. Die Kundenzufriedenheit wurde vor allem bei den Geschäftskunden, die einen hohen Anteil am Umsatz der Post generieren, stark gesteigert.

Kundenkontakt als grosses Plus

Sehr gut beurteilt wird von allen Geschäftskunden der Kontakt zu den einzelnen Kundenberaterinnen und Kundenberatern sowie die Tätigkeit und das Verhalten der Fahrerinnen, Fahrer, Botinnen und Boten. Ebenfalls sehr gut bewertet werden die Leistungen des Schalterpersonals. Dass die Post stetig in die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeitenden investiert, zahlt sich somit aus.

Die einzelnen Konzernbereiche der Post wie zum Beispiel PostLogistics (Gesamtbeurteilung: 79 Punkte), PostMail (77 Punkte) oder Swiss Post International (75 Punkte) wurden von den Geschäftskunden nach unterschiedlichsten Kriterien, sogenannten «Kundenthemen», beurteilt. Dazu gehören beispielsweise «Versandvorbereitung», «Dienstleistungsange-

bot», «Zustellung», «Sendungsverfolgung» oder «Problembehandlung».

Auf die Analyse folgen Taten

Die Resultate sowie die zahlreichen Rückmeldungen der Geschäftskunden (siehe auch Seiten 2/3) werden derzeit in den entsprechenden Abteilungen analysiert. Darauf werden Taten folgen. Bei PostLogistics zum Beispiel wird an der Übersichtlichkeit und Verständlichkeit des Angebotsportfolios gearbeitet. «Der Einsatz eines konsequenten

Portfoliomanagements unterstützt uns in der bedarfsgerechten Weiterentwicklung», sagt dazu Nicole Bützberger, Leiterin Marketing von PostLogistics.

Im Weiteren will PostLogistics das E-Logistics-Angebot ausbauen und noch konsequenter auf die Kunden ausrichten. «Damit werden wir eine Vereinfachung der Kommunikation erreichen und so einen Mehrwert für Firmen und Partner mit engerer, prozessübergreifender Vernetzung sicherstellen», so Nicole Bützberger. ■

Reto Wüthrich



Grosser Pluspunkt für die Post ist der direkte Kundenkontakt.

Logistikoutsourcing als Tabubruch



Eine Pionierlösung: Im Logistikzentrum in Villmergen arbeiten die Teams der Post und von Johnson & Johnson Hand in Hand.

Bis vor kurzer Zeit hat in der Medizinproduktindustrie das Auslagern der Logistik als Tabu gegolten. Prozesse, die eine Null-Fehler-Toleranz verlangen, liessen sich nicht delegieren, so die einheitliche Meinung in der Branche. Zusammen mit der Schweizerischen Post hat Johnson & Johnson Medical DePuy eine Pionierlösung entwickelt.

Wenn es um die Gesundheit von Menschen geht, überlässt man besser nichts dem Zufall. Zum Beispiel beim Einsetzen eines künstlichen Kniegelenks: Sechs bis zwölf Behälter mit Material müssen termingerecht und mit den richtigen Inhalten in den Operationssaal geliefert werden. Neben den Komponenten für das künstliche Gelenk enthalten die sogenannten OrthoKits® von Johnson & Johnson chirurgische Instrumente.

Logistische Millimeterarbeit

Die Bestellungen der Spitäler erfolgen entweder über eine Onlineplattform oder per Fax, Telefon und E-Mail. Die Mitarbeitenden des

Medizinproduktspezialisten konfektionieren die OrthoKits® – auf die Schraube genau – und liefern sie mit dem Postservice «Innight Medica» aus. Noch vor Arbeitbeginn am folgenden Tag stehen sie in den Spitalern bereit. Nach den Operationen kehren die OrthoKits® zu Johnson & Johnson zurück: Jetzt prüfen die Mitarbeitenden deren Inhalte auf Vollständigkeit und Unversehrtheit und komplettieren sie für den nächsten Einsatz, der unter Umständen bereits am nächsten Morgen stattfinden kann.

Ein Vorzeigelager von der Post

Ein starkes Wachstum sowie organisatorische Veränderungen waren die Hauptgründe dafür, dass die Verantwortlichen von Johnson & Johnson nach einer neuen Logistikhaltung suchten. Sollte man mit einem externen Partner zusammenarbeiten? Die hohen Anforderungen sprachen dagegen: Sowohl die Medizinprodukteverordnung wie auch Swissmedic und die Versicherung definieren extreme Auflagen. Zudem wünschte sich Johnson & Johnson ein regelrechtes Vorzeigelager, das gegen-

über den Kunden den hohen Qualitätsanspruch des Unternehmens verkörpern sollte. Die Post nahm die Herausforderung an. Innerhalb weniger Monate errichtete sie – in sehr enger Zusammenarbeit mit dem Auftraggeber – eine Pionierlösung.

Hybrider Ansatz zahlt sich aus

Seit November 2007 arbeiten die Teams der Post und von Johnson & Johnson im neuen Logistikzentrum in Villmergen Hand in Hand. Die Post-Mitarbeitenden erledigen praktisch sämtliche Aufgaben, für die kein medizintechnisches Fachwissen erforderlich ist. Im Gegenzug verfügt das Team Johnson & Johnson über mehr Zeit für qualifizierte Arbeiten und für das Entwickeln von Innovationen. Bei Johnson & Johnson ist man von dieser Hybridlösung restlos überzeugt – und stolz darauf, mit Erfolg logistisches Neuland entdeckt zu haben. ■

Anton Neuenschwander