

Zeitschrift: Heimatbuch Meilen
Herausgeber: Vereinigung Heimatbuch Meilen
Band: 48 (2008)

Artikel: Post Meilen : der universelle Umschlagplatz
Autor: Stücheli-Herlach, Peter
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-953640>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 11.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Post Meilen – der universelle Umschlagplatz



Die Post – das ist der Inbegriff des Service Public, das Zeichen von Verlässlichkeit. Generationen haben sie erlebt als die Garantin einer einfachen und kostengünstigen Kommunikation für alle.

Dieser Beitrag ist als Fortsetzung des Artikels von Viktor Gerber im Heimatbuch 1978/79 zu verstehen, dessen Darstellung der älteren Post-Geschichte hier nicht wiederholt wird.

Gerade weil sie zum Emblem der Beständigkeit geworden ist, nehmen ihre Kunden Veränderung bei der Post schnell wahr – und prüfen bei jedem Schritt, ob er nun zu Abstrichen am Gewohnten führt oder wirkliche Verbesserungen bringt.

In den letzten Jahren haben solche Veränderungen häufig Schlagzeilen gemacht. Die Liberalisierung des Postmarktes mit dem stückweisen Fall des Monopols gehört dazu, ebenso wie die Debatte um die Finanzierbarkeit des Poststellennetzes im ganzen Land. Die Heftigkeit der Auseinandersetzungen hat gezeigt, wie stark die Post in der alltäglichen Kultur der Schweiz verankert ist.

Und genau das ist auch in Meilen so, wo die Post immer noch das gleiche Gebäude an der Dorfstrasse belegt, das sie sich in den Fünf-

ziger Jahren hat bauen lassen. Die Steinfigur des Künstlers Th. Wetzel aus Uetikon schmückt die Ecke des Gebäudes markant und schwebt über dem Eingang; als liesse sie sich durch die Schwerkraft keine Sekunde abhalten von ihrer Pflicht zum Botengang. Sie ist zu einer heimlichen Dorfheiligen geworden, zum Sinnbild für die Lust der Meilemerinnen und Meilemer am Austausch über die ganze Welt, zum Sinnbild damit aber auch für die Dienste der Post, die diese Lust während Jahrzehnten am Leben gehalten und sogar gefördert hat.

Persönlicher Empfang in neuen Strukturen. Auch anderes ist über die Jahre hinweg gleich geblieben in der Post Meilen: Der persönliche Empfang. Wer von den Mitarbeitenden nicht schon länger hier arbeitet und die Kundschaft deshalb selber kennt, für den steht der persönliche Kontakt nicht weniger im Zentrum. Glaubwürdigkeit und Partnerschaftlichkeit gehören nämlich zu den obersten Leitsätzen auch des modernen Konzerns. Und dieser umfasst mittlerweile 58 000 Mitarbeitende im In- und Ausland und erwirtschaftet 80 Prozent seines Umsatzes nicht mit den Privat-, sondern mit den Geschäftskunden. Die freundliche Begrüssung für jeden Kunden in den 2468 Poststellen der Schweiz ist da keine Selbstverständlichkeit mehr. Doch die rigorose Propagierung und konsequente Umsetzung der «Kernwerte» der Post («unternehmerisch», «glaubwürdig», «partnerschaftlich») macht es möglich. So empfängt auch der heutige Chef der Meilemer Post, Reto Platz, den Interessenten persönlich, der etwas über die Veränderungen hinter den meist vergitterten und mit Sicherheitstüren gut verriegelten Postbetrieb erfahren will. Platz ist seit 2007 Leiter des so genannten Poststellengebiets Meilen. Dieses umfasst sämtliche Poststellen zwischen Herrliberg und Uerikon sowie auch jene in Hombrechtikon und Oetwil a. S. Bei einem Poststellengebiet handelt es sich um eine der 206 Organisationseinheiten in der ganzen Schweiz, denen jeweils eine Leitungs- person vorsteht. Diese Leitung hat neben der betriebswirtschaftlichen Führung vor allem auch die Verkaufsplanung und die Betreuung der kleineren und mittleren Betriebe in ihrer Region zu verantworten. Reto Platz zur Seite steht der Leiter Betrieb, Thomas Vogel. Er organisiert das Tagesgeschäft mit den rund 60 Mitarbeitenden. Dem Gebietsleiter ebenfalls unterstellt ist die Poststelle Feldmeilen mit ihrem Chef Werner Schenk und zwei Teilzeitmitarbeitenden.

Das ursprüngliche Kerngeschäft, die Briefzustellung, wird in einem separaten Bereich unter dem – wenig schweizerischen Namen – PostMail abgewickelt. Zu diesem Bereich gehört die so genannte Briefzustellfiliale Meilen, die seit 1998 der Briefzustellregion Rapperswil unterstellt ist, von Anselm Gmür geleitet und von 19 Mitarbeitenden mit 13 Touren in Betrieb gehalten wird.

«Wir können leider nicht alle gewünschten Informationen geben, weil wir in Konkurrenz stehen. Das würde Rückschlüsse auf das Volumen und unsere Kostenstruktur zulassen», erklärt Reto Platz entschuldigend. Tatsächlich erwirtschaftet die Post vier von fünf Umsatzfranken im Wettbewerb. Und 2009 sinken die Monopolschranken bei der Briefpost weiter.

Der «Gelbe Riese» möchte ein Riese bleiben und achtet peinlich darauf, seine Position zu stärken und zu sichern, um die negativen Auswirkungen des Wettbewerbs so gering wie möglich zu halten. Aber Konkurrenz heißt auch Konkurrenz um die Gunst und das Herz der Kunden – und genau das hat der einstige Staatsmonopolist ebenfalls gut begriffen: Die Informationen, die er in seinen Geschäftsberichten, diversen Kundenmagazinen und im persönlichen Gespräch vermittelt – unterstützt durch einen gut organisierten Kommunikationsservice im Hintergrund – sind immer noch reichhaltig genug.

Das Kerngeschäft, der Brief. Das Briefgeschäft wird von der Post zur «hohen Kunst des Einfachen» erklärt und immer noch als Aushängeschild gepflegt. Allerdings ist das Aufkommen seit Jahren rückläufig. 2006 fiel die Gesamtzahl aller Briefsendungen unter die Vier-Milliarden-Grenze. Ab April 2009 gilt zudem das Monopol nur noch bis 50 Gramm. Da ist es einleuchtend, dass der Druck auf den Betrieb gross ist, trotzdem vernünftig zu wirtschaften. Die zu leistenden Kilometer bis zu den Briefkästen bleiben ja gleich. Effizienter werden kann nur das Arbeitstempo und der Vorgang des Sortierens.

Seit März 2008 ist Meilen deshalb an das Briefzentrum Mülligen angeschlossen, wo auf den – laut Postangaben – modernsten Automaten der Welt die gesamte Post, auch die von Meilen stammende, vorsortiert wird. Sie gelangt in Plastic-Kisten auf die Poststelle, wo sie nur noch feinsortiert und ausgetragen werden muss. Der Gewinn liege nicht nur in der Beschleunigung der Arbeit, sondern auch in der sorgfältigeren Behandlung der Briefe und in der Tatsache,



Die Postsendungen kommen vorsortiert in Plasticbehältern auf die Poststelle in Meilen.



Bis in die 1980-er Jahre waren die Briefkästen mit dem alten PTT-Logo geschmückt.



Meilen verfügt über 22 Briefkästen; ab 2009 werden sie durch das 2007 eingeführte neue Modell mit Sichtschutz und Rückholsperre ersetzt.

dass die neuen Transport-Behälter bei weitem nicht mehr so schwer seien wie die früheren Postsäcke, erklärt Reto Platz. Gleichzeitig räumt er ein, dass der Leistungsdruck für die Briefträgerinnen und Briefträger, die auf der Poststelle im ersten Stock ab fünf Uhr morgens im Einsatz stehen, spürbar zugenommen habe.

Der Grossverteiler. Am sichtbarsten für den Durchschnittskunden sind die Veränderungen bei der Post wohl in der Schalterhalle gewesen. Hier hat man sich bis vor zehn Jahren in die jeweils richtige Warteschlange eingefädelt, je nachdem, ob man der Post Briefe, Pakete oder Einzahlungen anvertrauen wollte. Nach der Vergrösserung der Halle wurde das hinfällig. Der automatische Nummernzähler spuckt auf Knopfdruck seine Tickets aus und ersetzt damit die Warteschlange. Jeder Schalter bietet heute alle Dienstleistungen an. Das Warten kann – und wenn es nach der Post geht: soll auch – genutzt werden, um andere Einkäufe zu tätigen. Aber nicht ausser Haus, sondern in der Halle selber. Da stehen Bücherregale neben Papeteriewaren, Vitrinen mit elektronischen Geräten und Geschenkartikeln. Die Post ist der umsatzmässig fünftgrösste Detailhändler der Schweiz, hinter Migros, Coop, Manor und Denner. Unangefochtene Marktführerin ist sie gar beim Verkauf der Autobahnvignetten. Wegen zweifelhafter Methoden wie dem Anpreisen von Süßwaren genau auf der Höhe von Kinderhänden kann der Aufenthalt in der Posthalle für Familien allerdings auch mühsam werden. Das ist ein Zeichen dafür, dass sich das Unternehmen im Handel mit so genannten Drittprodukten nichts entgehen lassen darf. Da die Posttarife auch politisch bestimmt würden, seien die Nebeneinkünfte überlebenswichtig, erklärt Reto Platz: Sie müssten mithelfen, den Rückgang des Kerngeschäfts auszugleichen.

Universeller Umschlagplatz. In Tat und Wahrheit aber ist die Schalterhalle noch viel mehr als eine Poststelle und ein Detailhandelgeschäft. Sie ist auch eine Bank, ein Ticketverkauf, ein Strassenverkehrsamt, ein Telekom-Shop – kurz: ein universeller Umschlagplatz. Möglich sind hier nicht nur das Einlösen von Autonummernschildern, sondern auch das Beziehen von Konzertkarten, das Eröffnen von Geldkonti, das Anmelden einer Hypothek oder das Kaufen von Handy-Abonnements. Das alles müssen also Postangestellte hinter dem Schalter können – Auskunft geben über neuste Kopiergeräte,

Digitalkameras und Notebooks, Beratung leisten beim Kauf eines Prepaid-Handys, Sparzinsen vergleichen, Lebensversicherungen präsentieren können und gleichzeitig auch die neusten Briefpreise auswendig beherrschen?

Da erscheint es noch mehr wie ein Wunder, dass die sprichwörtliche freundliche Gelassenheit von Postmitarbeitenden kaum gelitten hat. Reto Platz berichtet von den intensiven Schulungen der Mitarbeiter im Kaskaden-Prinzip, die eine kompetente Beratung in allen Sortimentsbereichen gewährleisten hilft. Und er verrät, dass das unternehmenseigene Computersystem «InfoCenter» hinter dem Schalter mit stets aufdatierten und gebrauchsfertigen Informationen zu allen Produkten hilfreiche Dienste leisten kann.

Eine Post für Meilen. Die Post in Meilen ist grundsätzlich die gleiche Post wie jene in Wallisellen, Olten oder Thun. Das Unternehmen möchte flächendeckend zuverlässig sein, zu gleichen Konditionen für alle. Konkurrenz und Postgeheimnis verbieten es, hinter dem Postschalter auch Einblick in Besonderheiten von Gewerbe und Bevölkerung der Seegemeinde nehmen zu wollen.

Dass Kunden aber individuell auf ihre Rechnung kommen, dafür sorgt die Post trotzdem. So berichtet Reto Platz über den wachsenden Bereich der besonderen und massgeschneiderten Dienstleistungen, die über die vereinfachte Paket-Abfertigung für Geschäftskunden bis zu Nachttransporten und Montagen reichen. «Uns ist ein guter Kundendienst wichtig und wir wollen Lösungen verkaufen», sagt Platz mit

In dem 1955 in Betrieb genommenen Gebäude an der Dorfstrasse von Architekt Paul Wachter ist die Post noch heute zu finden; ein Umbau mit der Vergrösserung der Schalterhalle erfolgte 1997. Undatiertes Bild, vermutlich aus den 1950-er Jahren.

Wo in Meilen die Post schon überall war.

Die erste Postablage wurde 1823 in der «Sonne» Obermeilen eröffnet, einer Taverne, wo auch der Wechsel der Pferde stattfand. Von 1846 an war die Meilemer Post in einem Haus an der heutigen Adresse untergebracht. 1858 dislozierte die Post in den «Seehof». Bereits sechs Jahre später, 1864, erhielt sie an der Pfarrhausgasse (Haus «alte Post») ein neues Domizil. 1892/93 erfolgte ein neuer Umzug an die Ecke Seestrasse/ Bahnhofstrasse. 1913 zügelte das Postamt in die östlichen Parterräumlichkeiten des neu erbauten Gemeindehauses, bis es 1955 an der heutigen Stelle endlich ein eigenes Gebäude erhielt.



einigem Stolz, der auch einem alten Posthalter gut angestanden wäre. Er habe als Leiter eines Poststellengebiets ein Interesse daran, dass Meilen nicht zur Schlafgemeinde werde, sondern gut durchmischt bleibe und seine Zentrumsfunktionen behalte. Auch wenn man es heute eher an ökonomischen Kennziffern bemisst statt an einem täglichen «Grüezi und uf Widerseh»: Die Post, so universell und weltverbunden sie ist, kann ohne lokale Wurzeln nicht existieren.

Die kleinere «Filiale»: die Post Feldmeilen. Eine eigene Postleitzahl besitzt Feldmeilen nicht, aber eine Poststelle schon, und zwar seit 1902. Ursprünglich an der General Wille-Strasse 193 (Restaurant alti Poscht) untergebracht, später westwärts verlegt, befindet sie sich seit Jahrzehnten zentraler im Gebäude des Restaurants Feldegg, General Wille-Strasse 108. Leiter der Poststelle ist seit 1990 Werner Schenk, bis vor wenigen Jahren in der Eigenschaft als Posthalter, der im Unterschied zu einem Postverwalter wie ein Pächter weitgehend in eigener Regie handelte. So musste er zum Beispiel ihm dienliche Büromaschinen selber anschaffen. Heute ist Werner Schenk ein Postangestellter in bestimmter Lohnkategorie wie andere auch. Er führt seine Poststelle zusammen mit zwei Teilzeit-Angestellten. Vertragen wurde die Post von Feldmeilen aus nie. Während sein Team hingegen früher diejenige für Meilen ausschied, sortiert es heute, wo alles nach Mülligen geht, nur noch nach A- und B-Post. Auch die Poststelle Feldmeilen verfügt über ein Sortiment an Papeteriewaren und Zeitschriften, allerdings bescheidener als in der Zentrale. Ein Ticketsystem ist hier nicht nötig, der ganze Betrieb läuft etwas weniger hektisch ab als in Dorfmeilen. Da und dort bietet sich Gelegenheit zu einem Schwatz, kennt doch W. Schenk einen respektablen Teil der Kundschaft persönlich. Der Anteil der gänzlich Unbekannten, die knapp wissen, wo die Feldner Post sich überhaupt befindet, ist in den letzten 18 Jahren allerdings gewachsen.

Peter Kummer

* Dr. Peter Stücheli-Herlach ist Dozent für Politische Kommunikation und Kommunikationsberater.