

ZWISCHEN NEUBEGINN UND REFORM: TURBULENTE POSTJAHRZEHNTE

Die Deutsche Bundespost 1945–1989

Mit Kriegsende im Mai 1945 war auch der Post- und Fernmeldeverkehr zum Erliegen gekommen. Die wichtigsten Einrichtungen lagen meistens in der Nähe von Bahnhöfen und waren ebenso zerstört wie die Verkehrswege insgesamt zerstört. Der Alliierte Kontrollrat mit Vertretern der vier Besatzungsmächte USA, Großbritannien, UdSSR und Frankreich übte die oberste Staatsgewalt aus. In seine Zuständigkeit fiel auch das Post- und Fernmeldewesen. Die ersten Bestimmungen waren rigide: Technische Einrichtungen mussten eingestellt, Geräte abgeliefert werden, auch Brieftauben waren als Boten untersagt. Die Besatzungsmächte verboten jede private Nachrichtenübertragung. Dabei hatten die Menschen, die nach Angehörigen, Freunden und Bekannten suchten, ein großes Informationsbedürfnis und waren auf funktionierende Nachrichtenkanäle angewiesen. Im Herbst 1945 lockerten die Militärverwaltungen die Restriktionen und ließen das Versenden von Postkarten zu, kurze Zeit später dann auch wieder Briefpost.

Briten und Amerikaner einigten sich schließlich darauf, die Post- und Fernmeldesysteme ihrer Besatzungszonen zusammenzuführen und unter die Leitung einer gemeinsamen Hauptverwaltung zu stellen. Diese Hauptverwaltung nahm Anfang 1947 ihre Arbeit in Frankfurt am Main auf und wurde nach dem Inkrafttreten des Grundgesetzes damit beauftragt, die Geschäfte des Postministeriums für das vereinigte Wirtschaftsgebiet wahrzunehmen. Am 1. April 1950 entstand daraus die Deutsche Bundes-

post mit Hans Schubert als erstem Minister für das Post- und Fernmeldewesen in der Regierung von Konrad Adenauer.

Die Entwicklung im Osten folgte einer eigenen Dynamik. Mit der Gründung der Deutschen Demokratischen Republik am 7. Oktober 1949 wurde die Hauptverwaltung Post- und Fernmeldewesen in der Deutschen Wirtschaftskommission für die sowjetische Besatzungszone in das Ministerium für Post- und Fernmeldewesen umgebildet. Mit der Leitung der Deutschen Post wurde hier der ausgewiesene Postfachmann Friedrich Burmeister beauftragt.

Im Jahr davor war in den westlichen Besatzungszonen die Währungsreform durchgeführt worden. Am 20. Juni 1948 stellten die Postämter Schalterhallen und Mitarbeiter zur Verfügung, damit das sogenannte „Kopfgeld“ von 40 Mark möglichst schnell an möglichst viele Menschen ausgegeben werden konnte. Im regulären Postbetrieb mussten zudem alle Schalterplätze mit der neuen Währung versorgt werden, vor allem mit Münzen. Im Postscheck- und Postsparkassendienst wurden die alten Konten geschlossen und D-Mark-Konten eingerichtet.

Bevor die Deutsche Bundespost in der noch jungen Republik zu einem Motor des ökonomischen Aufschwungs wurde, hatte sie einen wertvollen Beitrag zur sozialen Integration geleistet. Ehemalige Kriegsgefangene, Flüchtlinge und Vertriebene fanden hier den Einstieg in die Erwerbstätigkeit und damit eine berufliche Heimat. Rund 5,7 Millionen alte Postsparbücher wurden erfasst und an-



Telegramm für Angehörige aus dem Lager Friedland, 1955

Am 20. September 1945 eröffnete die britische Militärverwaltung das Lager Friedland, um Flüchtlinge, Vertriebene, Evakuierte und Rückwanderer zu versorgen. In den 1950er-Jahren wurde Friedland zur bedeutendsten Einrichtung dieser Art und spielte vor allem für die Kriegsheimkehrer aus sowjetischer Gefangenschaft eine große Rolle. Sie wurden hier betreut und konnten per Telegramm die Angehörigen über ihre Heimkehr informieren.

erkannt, darunter rund eine Million Sparbücher von Flüchtlingen – für diese oft alles, was ihnen geblieben war. Dem Prinzip, für das Allgemeinwohl Verantwortung zu übernehmen, blieb die Post auch in den folgenden Jahrzehnten treu. Bei der öffentlichen Auftragsvergabe wurden Flüchtlinge aus der DDR und Werkstätten für Behinderte besonders berücksichtigt.



WALTER SPAHRBIER

Er war nicht nur persönlich allgemein bekannt in Deutschland, er verhalf auch seinem Berufsstand – was schon kaum möglich war – zu weiterer Popularität: Der Geldbriefträger Walter Spahrbier war der Showmaster-Sidekick der 1950er- bis 1970er-Jahre in Deutschland, streng korrekt und dafür beliebt, seit ihn Peter Frankenfeld in Hamburg für die Fernsehshow „1:0 für Sie“ entdeckte. Da Spahrbier „ein wünschenswertes Bild des deutschen Beamten“ vermittelte, wurde er regelmäßig für einige Tage freigestellt, um in Sendungen wie „Vergißmeinnicht“, „Drei mal Neun“ und „Der große Preis“ mit Showmaster Wim Thoelke die Gewinner zu verkünden. Das gediegene Flair historischer Postuniformen steigerte noch seine Popularität, die er als erfolgreicher Spendensammler für die „Aktion Sorgenkind“ nutzte. Zu seinem 75. Geburtstag wurde ihm dafür das Bundesverdienstkreuz am Bande verliehen.

Walter Spahrbier (1905–1982) war Geldzusteller in Hamburg und Glückspostbote in verschiedenen Shows der deutschen Fernsehgeschichte

„Vergiß mein nicht – die Postleitzahl“, 1960er-Jahre

Die Post fordert nicht – sie wirbt! Anfang der 1960er-Jahre warb die Deutsche Bundespost gemäß Postminister Stücklens Devise bei den Bürgern um Aufmerksamkeit für die neuen vierstelligen Postleitzahlen. Eine breit gefächerte Kampagne unter dem Signet kleiner Vergissmeinnicht-Blüten trug zur Popularisierung der vier Zahlen bei, die 1962 eingeführt wurden. Mit der gleichnamigen Quiz-Sendung, die von 1964 bis 1969 im ZDF lief, festigte sich deren Bekanntheit in der Bevölkerung.

DIE POST IM WIRTSCHAFTSWUNDER

In der Aufbauphase, in der die anhaltend gute Wirtschaftslage für eine weitere Zunahme des Briefaufkommens sorgte, wurde nach Möglichkeiten gesucht, den Informations- und Warenaustausch weiter zu beschleunigen. Der Abgangsdienst fand weitgehend dezentralisiert in den sogenannten Einlieferungspostanstalten statt, die Feinsortierung hingegen in der Bahnpost. Das war ein zeitraubendes Verfahren, und die Mitarbeiter bei der Briefsortierung waren oft überlastet. Als Reaktion darauf begann die Post ihr Betriebsverfahren systematisch zu rationalisieren. Die großen Postverwaltungen entwickelten zusammen mit der Industrie automatische Briefverteilanlagen. Im Herbst 1954 erhielt das Postamt in Dortmund das erste serienfertige Modell, das an einem Tag durchschnittlich 575 000 Sendungen in 100 Richtungen verteilen konnte. 1955 nahm in Darmstadt die Fachgruppe „Automatisierung des Briefdienstes“ ihre Arbeit auf.

Auch die Bedürfnisse des Kunden rückten in den Fokus der Aufmerksamkeit, man suchte nach einem zeitgemäßen Umgang. Die Klapp- und Schiebefenster an den Schaltern wichen halbhoher oder geschlossener Glasfenster. Damit war der erste Schritt hin zu einer partnerschaftlichen Kommunikation vollzogen. Umgekehrt wurden die „Postbenutzer“ um Mithilfe bei der Zustellung gebeten. Nachdem das Bundespostministerium beschlossen hatte, Hausbriefkästen einzuführen, mussten die Bundesbürger vom Nutzen dieser Einrich-

tung überzeugt werden, denn dazu zwingen, etwa per Gesetz, konnte die Post niemanden. 1955 startete deshalb eine mehr als zehn Jahre währende Kampagne. Hauptargument war die Entlastung der Zusteller. „Wir helfen unserem Briefträger“, „Viele Stufen, schwere Lasten“ oder „Kein Gipfelsturm der Briefträger mehr“ hießen die Slogans.

Gleich zu Beginn der 1960er-Jahre stellte die Bundespost der Öffentlichkeit ein neues vierstelliges numerisches Postleitzahlensystem vor und startete eine Werbekampagne unter dem Motto „Vergiß mein nicht – die Postleitzahl“. Zum ersten Mal nutzte man dabei das Fernsehen als Werbeträger. Viele Quizfragen in der von Peter Frankenfeld konzipierten und moderierten Spielshow „Vergißmeinnicht“ drehten sich um das Erraten von vier Ziffern oder einer Stadt, deren Postleitzahl dem Kandidaten genannt wurde.

Die automatische Briefbearbeitung baute auf den neuen Postleitzahlen auf, und es konnten jetzt auch Hilfskräfte ohne gute geografische Kenntnisse im Sortierdienst eingestellt werden. Das war hilfreich, denn das Personal war knapp in jenen Jahren, auch bei der Post. Und der Werbefeldzug für die „Vierstellige“ hatte Erfolg: Schon nach einem Jahr waren 85 Prozent der verschickten Sendungen mit den korrekten Postleitzahlen beschriftet.

Seit 1956 wurde nur noch einmal am Tag zugestellt, doch dieser Wegfall an Dienstleistung wurde schnell ausgeglichen, nachdem die Bundespost Anfang der 1960er-Jahre ein funktionierendes Nachtluftpostnetz aufgebaut hatte. Das Netz war sternförmig angelegt, alle



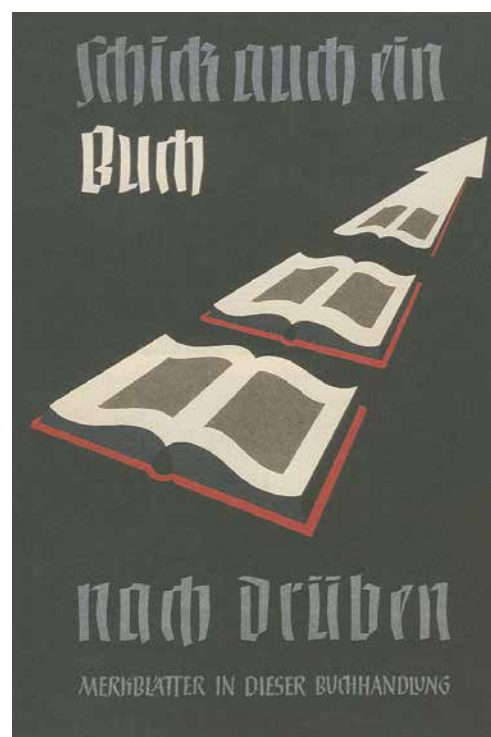
RICHARD STÜCKLEN

Sendungen wurden zunächst nach Frankfurt am Main geflogen, dann an die Zielflughäfen weitergeleitet. Durch den Anschluss an die Bahn- und Straßenposten erfolgte die Zustellung am nächsten Morgen. Damit erreichte ein Brief, der nachmittags eingeworfen wurde, bereits am Tag darauf seinen Zielort.

Mit einer enormen Steigerung des Produktionsvolumens war die Post zu einem maßgeblichen Teil des deutschen Wirtschaftswunders geworden. 1960 beförderte sie doppelt so viele Briefe und zweieinhalbmal so viele Reisende wie noch zehn Jahre zuvor. Auch wickelte man fast dreieinhalbmal so viele Ferngespräche ab und zwanzigmal mehr Fernschreiben im Auslandsverkehr. Seit 1955 war die Deutsche Bundespost wieder Mitglied im Weltpostverein und hatte so auf dem internationalen Parkett wieder Fuß gefasst.

Die Postminister der Adenauer-Ära mussten jedoch die Erfahrung machen, dass sie die Post- und Fernmeldegebühren nicht unabhängig festsetzen konnten. Vielmehr galten diese Gebühren als Politikum, mit denen der Staat Signale gegenüber seinen Bürgern setzen konnte. Eine stabile Gebührenpolitik wurde als wesentlicher Beitrag zur Stützung der allgemeinen Preispolitik empfunden. So lehnte Konrad Adenauer Anfang der 1960er-Jahre den ausdrücklichen Wunsch des damaligen Postministers Richard Stücklen nach einer Gebührenerhöhung ab.

Oft ein wenig pflichtschuldig und manchmal mit pathetischem Gestus gedachten die Westdeutschen wenigstens zu den Feiertagen der „Brüder und Schwestern in der Sowjetzo-



Werkzettel mit der Aufforderung, ein Buch in die DDR zu schicken, o. J.

„Lasst sie nicht allein“ oder „Baue eine Brücke“ – die Bundesregierung animierte ihre Bürger regelmäßig, die Landsleute in der „Ostzone“ nicht zu vergessen.

ne“, die freilich auf tatkräftige Unterstützung durch Freunde und Verwandte angewiesen waren – vornehmlich mit Hilfe der Post. Keine Litfaßsäule der 1950er-Jahre, auf der nicht an die „Gesamtdeutsche Brücke“ erinnert und gemahnt wurde: „Oft schicken, viel schreiben, beisammen bleiben“. Nicht nur zur Weihnachtszeit schickten Bundesbürger ih-

„Ein parlamentarisches Urgestein“, so hat man Bundespostminister Richard Stücklen zu Recht genannt. Der geborene Mittelfranke und diplomierte Elektroingenieur leitete nach dem Krieg zunächst die väterliche Schlosserei. 1949 zog er als CSU-Mitbegründer für den Wahlkreis Weißenburg/Roth in den ersten Deutschen Bundestag ein – und blieb dort für 41 Jahre. Von 1979 bis 1983 war er Präsident des Bundestages, wo er sein Amt „mit Bonhomie und fränkischem Frohsinn“ führte. Stücklens Vorschlag, Abgeordneten ein „politikfreies Wochenende“ pro Monat zu gönnen, fand den folgenlosen Applaus aller Fraktionen. Auch seine Zeit als Bundesminister für das Post- und Fernmeldewesen, erst unter Konrad Adenauer, dann unter Ludwig Erhard, behält die Nachwelt in guter Erinnerung. Richard Stücklen erwarb sich große Verdienste bei der Verbesserung und Erweiterung des Selbstwählerdienstes, der das „Fräulein vom Amt“ in den Ruhestand entließ. In seine Amtszeit fiel zudem die Revolutionierung der Briefzustellung durch das neue vierstellige Postleitzahlensystem.

Stücklen war auch sonst seiner Zeit voraus, denn schon damals wollte er aus der „hoheitlichen“ Post einen Dienstleistungsbetrieb machen, der nicht „Postbenutzer“ bedient, sondern Kunden.

Richard Stücklen
(1916–2002) war von
1957 bis 1966 Minister
für das Post- und Fern-
meldewesen



Mitglieder der Kommission „Deutsche Bundespost“, 1969

In seiner Regierungserklärung im Oktober 1969 wies Willy Brandt darauf hin, dass sich die ministerielle Aufsicht im Post- und Fernmeldebereich auf das Nötigste beschränken solle. Georg Leber, Bundesminister für Verkehr und für das Post- und Fernmeldewesen, berief daraufhin eine Kommission ein, die sich mit der Unternehmensverfassung der Bundespost beschäftigte.

ren Freunden und Verwandten in der DDR Geschenkpakete mit Lebensmitteln und Gebrauchsartikeln, die im Ostteil knapp waren.

INNOVATION UND RATIONALISIERUNG

Für die Post in Westdeutschland waren die 1960er-Jahre eine Phase der Konsolidierung. Die neuen automatischen Verteilanlagen stabilisierten die Briefflaufzeiten und senkten in der Folgezeit die Personalkosten. Am 31. Mai 1965 wurde in Pforzheim die erste vollautomatisierte Briefverteilanlage in der Bundesrepublik eingeweiht. In drei Arbeitsphasen codierte sie die Sendungen, sortierte vor und dann fein. Sie konnte die vierstelligen Postleitzahlen

lesen, wenn diese maschinell erstellt waren. Standardformate für die Briefpost, fluoreszierende Briefmarken und eine zur Norm erhobene Postaufschrift trugen in den kommenden Jahren weiter zur Maschinenlesbarkeit bei. Bis 1990 richtete die Bundespost flächendeckend Standorte zur Briefautomation ein.

Anfang der 1970er-Jahre hatte die Bundespost den Stand eines modernen, technisch hoch entwickelten öffentlichen Dienstleistungsunternehmens erreicht. Im Jahr 1970 wurden 4252 Millionen Briefsendungen befördert, das waren mehr als doppelt so viele wie noch 1950. Die Paketzustellungen stiegen im selben Zeitraum um gut 90 Prozent auf 323 Millionen. Trotzdem machte das Unternehmen große Verluste und geriet deshalb in die öffentliche Kritik. Notwendig wurden, wie es der damalige



Postminister Kurt Gscheidle formulierte, „Anstrengungen sparsamster Wirtschaftsführung“. Eigenwirtschaftlichkeit zu erreichen und zu behalten, war das Ziel, das man sich auf die Fahnen schrieb. Zu den Sparmaßnahmen gehörten Strukturveränderungen im Ministerium sowie eine regionale Neuordnung der Oberpostdirektionen, deren Größe und Zuschnitt häufig der Zufälligkeit historischer Umstände geschuldet waren und vielerorts nicht mehr zu den aktuellen Ansprüchen passten. Ende 1980 war dieser Prozess der Umgestaltung und Zusammenlegung weitgehend abgeschlossen, und von den ehemals über 700 Postämtern mit Verwaltungsdienst bestanden jetzt nur noch 409.

War man Anfang der 1960er-Jahre händelnd auf der Suche nach Personal, waren jetzt von den Rationalisierungsmaßnahmen,



EVA LEITHÄUSER

die in den 1970er-Jahren zu einem massiven Personalabbau führten, vor allem Frauen betroffen, die 94 Prozent der Beschäftigten im Teilzeitbetrieb stellten. Nicht zuletzt aufgrund der Konjunkturerbrüche als Folge der Ölkrise von 1973 stimmte die Bundesregierung einer Gebührenerhöhung zu – einer der Hauptgründe, warum die Bundespost ab 1975 zunächst wieder Gewinne erwirtschaftete.

KAMPF UM PÄCKCHEN UND PAKETE

Zur großen Herausforderung der nächsten Jahre wurde das Geschäft mit Päckchen und Paketen. Anders als im Briefdienst hatte die Deutsche Bundespost hier kein Monopol. Sie stand im Wettbewerb mit anderen Anbietern wie Speditionen und der Deutschen Bundesbahn, vor allem aber mehr und mehr mit privaten Kurierdiensten wie DHL, DPD und UPS. Die Konkurrenz konzentrierte sich auf die gewinnträchtigen Verbindungen zwischen Großstädten, während die Post Sendungsaufträge und Kunden nicht frei wählen konnte, sondern ihrer Beförderungspflicht nachkommen und

Paketsortierung am Förderband, o. J.

Auch im Bereich der Paketbeförderung und Paketverteilanlagen wurde modernisiert. 1968 entstand in Braunschweig die erste weitgehend automatische Paketverteilanlage. Dennoch musste am Förderband noch von Hand sortiert werden – vielfach Frauenarbeit.

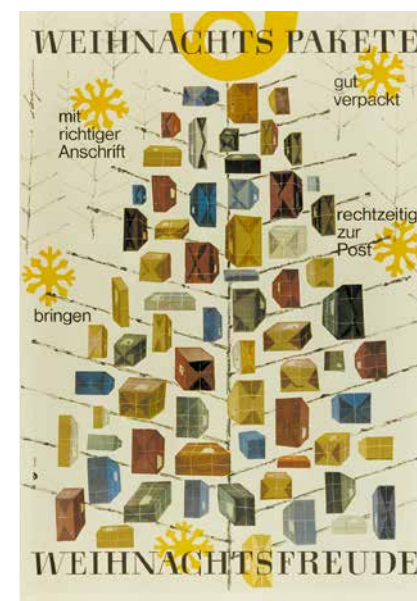
Nach bestandem Abitur 1943 durfte die kluge junge Frau nicht an die Hochschule, weil ihre Mutter „halbarischer Abstammung“ war. So arbeitete die Tochter – der Vater war Professor für Hochfrequenztechnik – zunächst als Sekretärin und Prokuristin. Doch nach dem Krieg holte Eva Leithäuser nach, was man ihr verwehrt hatte, und studierte Rechtswissenschaft in ihrer Heimatstadt Berlin. 1957 stieg sie bei der Deutschen Bundespost als Juristin ein und machte schnell Karriere. Sie leitete unter anderem das Postamt 12, damals eines der größten der Stadt. 1970 gelang ihr der Sprung ins Bundesministerium nach Bonn, fünf Jahre später, im Alter von 50 Jahren, schrieb Eva Leithäuser dann endgültig Postgeschichte: Als erste Frau wurde sie Präsidentin einer Oberpostdirektion – bei der OPD Hamburg als Chefin von 35 000 Postbediensteten. „Sind wir wirklich schon der vorbildliche Arbeitgeber für weibliche Beschäftigte?“ Das Nein, mit dem sie diese rhetorische Frage in einer Zeitschrift 1975 beantworten musste, parierte sie im Job auf ihre Weise: Zu einer Zeit, als bundesweit bei der Post der Anteil der Frauen abnahm, setzte sie bei der Hamburger OPD einen Frauenanteil von rund 40 Prozent durch.

Als resolute und pragmatische Verwaltungsfrau verschaffte sich Eva Leithäuser bei der Post großen Respekt. Für viel Aufsehen sorgte in der Hansestadt allerdings 1978 eine unpopuläre Maßnahme, als sie das Projekt „Großrohrpost Hamburg“, das in mehr als 20 Jahren Entwicklungszeit viele Millionen Mark verschlungen

hatte, stoppte und öffentlich begrub. Allerdings trug nicht sie die Schuld an dem Debakel, denn das ehrgeizige Unterfangen hatte ihr der Vorgänger überlassen.

Als Eva Leithäuser 1978 bei der Post ausschied, war ihre Karriere nicht zu Ende. Sie wurde Justizsenatorin von Hamburg und blieb es bis zu ihrem Rücktritt 1986.

Eva Leithäuser (*1925) war von 1975 bis 1978 Präsidentin der Oberpostdirektion Hamburg



Alle Jahre wieder: Plakat, um 1970

Ein seit Jahrzehnten wiederkehrendes Ritual: Die Aufforderung der Post an ihre Kunden, Pakete rechtzeitig aufzugeben, um die pünktliche Auslieferung vor Weihnachten zu garantieren. Der Lohn für die Post: Rekordumsätze im Dezember.

KURT GSCHIEDLE



„Kurt Gscheidle begann seine Laufbahn mit 14 Jahren als Postlehrling in Stuttgart, ist nunmehr seit 8 Jahren Bundespostminister – ein kompetenter und weitblickender Chef dieses Unternehmens im Spannungsfeld von Politik und Wirtschaft, das er aus den roten Zahlen führte und bei dem er mit den Methoden modernen Managements Wirtschaftlichkeit, Leistungskraft und Kundenfreundlichkeit wesentlich gefördert hat“ – so lautet der naturgemäß wohlmeinende Klappentext eines von Gscheidle verfassten Buches über die Bundespost. Als es 1982 erschien, stand das Ende seiner Amtszeit schon kurz bevor.

Gscheidle hatte den Ruf, wirklich etwas vom Fach zu verstehen. Dafür erwarb er sich Respekt, aber auch Gegner, wenn er Fragen aufwarf wie: Können Briefträger durch Roboter ersetzt werden? Nach einem Poststreik 1980 mussten fürs Erste Beamte genügen – das war unzulässig, entschied 1993 das Bundesverfassungsgericht. Dass er den Finger in die Wunde „Elefantenfriedhof“ – hochrangige und auf ihren Posten träge gewordene Beamte – legte, die nur durch „Wegloben“ – mit Beförderung – zu mobilisieren seien, nahm die Beamtenschaft auch nicht für ihn ein. Einen guten Klang hat der Name Gscheidle bei Philatelisten: Der Minister hatte in seinem privaten Besitz nicht ausgegebene Sondermarken zu den Olympischen Sommerspielen 1980 in Moskau, die seine Frau zur Frankierung benutzte: der „Gscheidle-Irrtum“. 2008 erzielte ein Exemplar auf einer Postkarte 85 000 Euro.

Kurt Gscheidle (1924–2003) war ab 1939 bei der Post, von 1974 bis 1982 war er Bundesminister für das Post- und Fernmeldewesen, bis 1980 auch Verkehrsmi-

nister die Gebühren moderat halten musste. Um im Wettbewerb bestehen zu können, verbesserte die Bundespost ihre Dienstleistungen beim nationalen und internationalen Paket- und Päckchenversand. 1982 bot sie „Datapost-Inland“ an. Auf Kundenwunsch wurden Briefe und Pakete abgeholt und über fest vereinbarte Verbindungen zu festen Zeiten ausgeliefert. Damit erfüllte die Bundespost die Leistungsmerkmale eines nationalen Fernkurierdienstes, der Laufzeit und Auslieferung der Sendungen für Großkunden wie Banken, Versicherungen und Handelsunternehmen kalkulierbar machte. Über das Portfolio der Post hieß es Mitte der 1980er-Jahre: „Die Stärke des postalischen Kleingutdienstes liegt in dem dichten, flächendeckenden Netz von Annahmestellen, die zumeist zugleich Auslieferungsstellen für angekommene Güter sind, und in der täglichen Zustellung der Güter an die Empfänger. Kein anderer Beförderungsdienst verfügt über eine ähnliche Annahme- und Auslieferungskapazität.“ Dennoch lag der Marktanteil der Bundespost im Kleingutverkehr 1985 lediglich bei 40 bis 50 Prozent – mit leicht rückläufiger Tendenz. Dieser Wettbewerb sollte sich in den folgenden Jahren noch weiter verschärfen.

AKTIVE MARKTKOMMUNIKATION

Der Rückgang bei der Nachfrage nach Telefonanschlüssen Ende 1973 und eben die schnelle Etablierung neuer Konkurrenten im Paketdienst führten bei der Bundespost seit

Mitte der 1970er-Jahre zu einer verstärkten Hinwendung zum Markt, zur aktiven „Marktkommunikation“. Immer mehr Geld wurde investiert in Werbung, Verkaufsförderung, Public Relations und Kundenberatung. Es war die Geburtsstunde des Post-Marketings. Kampagnen für das Telefonieren („Ruf doch mal an“) und für den Privatbrief („Schreib mal wieder“) fanden in der Bevölkerung wie in der Fachwelt große Beachtung. Aber auch auf anderen Wegen versuchte man, den Konsumenten zu erreichen und über neue Produkte und Dienstleistungen zu informieren. Die Zeitschrift *Postbrief* richtete sich an alle Nutzer der Deutschen Bundespost, das *Postbuch* war ein Nachschlagewerk für Kunden aus Wirtschaft und Verwaltung.

Auch bei ihren Finanzdienstleistungen setzte die Bundespost verstärkt aufs Marketing. Um im Postbankbereich besser Fuß zu fassen, hatte man bereits Ende der 1960er-Jahre mit Erfolg zentrale Werbekampagnen durchgeführt, denen intensive Marktforschung vorausgegangen war. Auch die Einführung des allgemeinen Btx-Dienstes 1983 – Postbankkunden konnten erstmals rund um die Uhr Überweisungen erteilen, Kontostände abrufen und Daueraufträge einrichten – wurde von zahlreichen Werbe- und Informationsmaßnahmen flankiert, auch wenn das in diesem Fall nicht gefruchtet hat. Ende der 1980er-Jahre hatte der Btx-Dienst nur 300 000 Nutzer und wurde dann schnell vom einfacheren zu handhabenden Online-Banking abgelöst.

Veränderungen gab es auch in der direkten Kommunikation mit dem Kunden. Die bloße

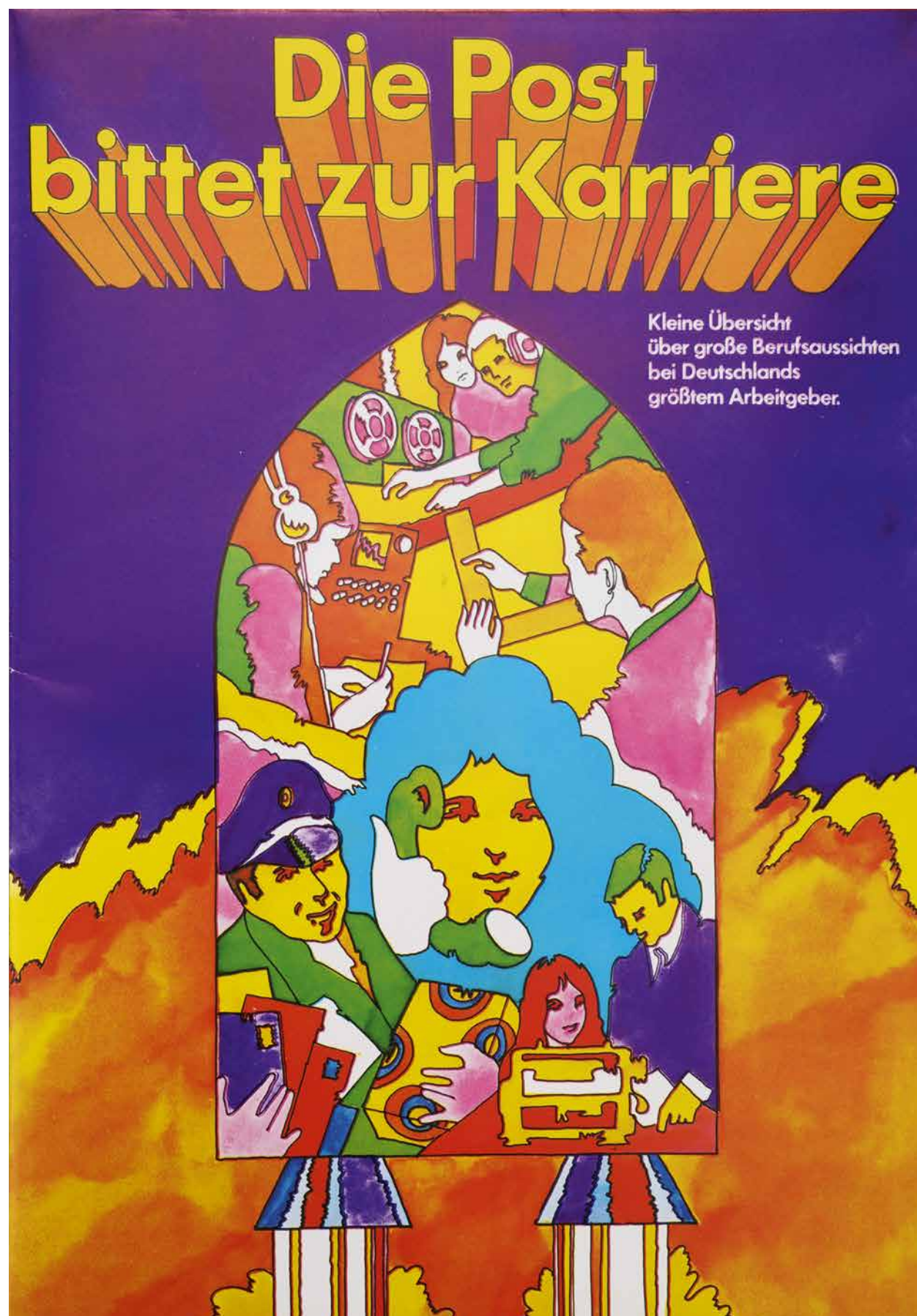
**Mitarbeiterwerbung,
Plakat, um 1970**

Kein bisschen von gestern war die Post in der Gestaltung ihrer Werbematerialien, darunter Plakate und Broschüren. Zeittypisch im Pop-Art-Stil richtete sich dieses Plakat, sichtlich inspiriert von der *Yellow Submarine*-Ästhetik des Grafikers Heinz Edelmann, an junge Berufseinsteiger.

Abfertigung des Postkunden am Schalter war endgültig passé. Mit Schulungsmaterialien versuchte die Bundespost den Mitarbeitern im Umgang mit schwierigen Kunden Geduld und Gleichmut anzutrainieren, sie aber auch in die Lage zu versetzen, Produkte und Dienstleistungen selbstbewusst vorzustellen. 1975 wurde in 1 100 Postämtern die „Diskretionszone“ eingeführt, welche die wartenden Kunden am Schalter der Postbank durch eine Acrylsäule und Fußbodenmarkierung auf Abstand hielt. Gut 15 Jahre später verschwanden auch die Schalterverglasungen, die massive, sichtbare Trennung zwischen Kunden und Beamten wurde aufgehoben.

VOR DER GROSSEN REFORM

Mitte der 1960er-Jahre stand wegen der hohen Verluste im Postdienstbereich die Notwendigkeit von Reformen zur Diskussion. 1964 beschloss die Bundesregierung, eine Sachverständigenkommission einzurichten, die die Deutsche Bundespost einer gründlichen Analyse unterziehen sollte. Das Gutachten, das Bundeskanzler Ludwig Erhard Ende 1965 vorgelegt wurde, enthielt Empfehlungen wie die Trennung von Hoheits- und Betriebsaufgaben, die Trennung von Post- und Fernmeldewesen in zwei Betriebszweige oder die Überführung in ein öffentliches Unternehmen – es blieb aber weitgehend folgenlos. Erst nach den Wahlen im Herbst 1969, unter der sozial-liberalen Koalition, kam wieder Bewegung in die Sache. Bundeskanzler Willy Brandt sprach



LKW mit Werbeaufschrift

„Schreib mal wieder“, 1980er-Jahre

48 Prozent aller Bundesbürger schrieben schon 1975 weniger als einen Brief pro Monat, 54 Prozent waren es vier Jahre später. „Werbung tut not“, erkannte Minister Gscheidle. Die Agentur Lintas komponierte daher ab 1980 für die Kampagne „Schreib mal wieder“ Schreibenlässe zur Inspiration der „Wenigschreiber“; Fahrzeuge der Post trugen das Motto der Kampagne.

gleich in seiner Regierungserklärung die Lage des Post- und Fernmeldewesens an. Wenig später fand sich unter Staatssekretär Kurt Gscheidle eine weitere „Kommission Deutsche Bundespost“ zusammen, die ein Gesetz über die Unternehmensverfassung der Deutschen Bundespost entwarf, das im November 1970 dem Bundestag zur Beratung zugeleitet wurde. Postminister Georg Leber gab sich im Postjahrbuch 1971 zuversichtlich, dass das Ziel einer neuen Unternehmensverfassung in absehbarer Zeit erreicht werde. Aber er sollte sich ebenso täuschen wie Gscheidle, der bereits ein Unternehmen vor Augen hatte, das flexibel agieren und planen könne. Tatsächlich wurde der Gesetzentwurf von 1971 bis 1976 über zwei Legislaturperioden hinweg diskutiert und schließlich von Kanzler Helmut Schmidt ad acta gelegt. Die Deutsche Postgewerkschaft hatte bei der Besetzung des Aufsichtsrats die paritätische Mitbestimmung wie in der Montanindustrie gefordert, was in der sozialliberalen Koalition nicht einmal bei den Sozialdemokraten mehrheitsfähig war, und so blieb es beim Postverwaltungsgesetz von 1953.

Einen neuen Anlauf wagte dann schließlich die CDU/CSU-FDP-Koalition unter Bundeskanzler Helmut Kohl. Der Reformdruck kam jetzt maßgeblich von der „grauen“ Post, dem Fernmeldebereich, denn die Telekommunikation war massiv im Umbruch: Datenverarbeitung, Bürokommunikation, Telekommunikation und Unterhaltungselektronik wuchsen zusammen, und Deutschland lief Gefahr, im wahrsten Sinne

des Wortes den Anschluss zu verpassen. Die Fortschritte in der Mikroelektronik verlangten ebenso wie der wachsende Bedarf an Telekommunikationsleistungen seitens Wirtschaft und Verbrauchern nach modernen, stärker wettbewerblichen Strukturen. Würde man den Markt öffnen – so hingegen die Bedenken der Postgewerkschaft –, könnten sich neue Anbieter die Rosinen herauspicken und die flächendeckende Versorgung würde ebenso auf der Strecke bleiben wie die Arbeitsplätze bei der Post.

Im Jahr 1984 kam Bewegung in die Angelegenheit, als die EU-Kommission empfahl, den Telekommunikationsmarkt zu liberalisieren. Auch für den Postbereich zeichneten

sich bereits Ende der 1980er-Jahre, ausgehend ebenfalls von Brüssel, Liberalisierungsschritte ab, die 1990 in einem sogenannten „Grünbuch Post“ mündeten. Schon im März 1985 hatte Christian Schwarz-Schilling eine neue Kommission aus Vertretern von Politik, Wirtschaft und Wissenschaft unter Vorsitz von Professor Eberhard Witte eingesetzt, die sich aber ausschließlich mit dem Telekommunikationsmarkt befasste. Sie griff viele Ideen der Vorgänger auf, und ihre Empfehlungen mündeten schließlich im Poststrukturgesetz, das am 9. Juni 1989 vom Deutschen Bundestag beschlossen wurde. In Folge wurden neben dem Fernmeldebereich auch die gelbe Post und der Postmarkt in ähnlicher Weise reformiert.



Postamt in Illingen, 1984

Rund 25 000 Gebäude besaß die Post vor der Postreform oder hatte sie gemietet, mehr als die Hälfte davon war nach dem Zweiten Weltkrieg entstanden und nicht wenige in den 1980er-Jahren, als Ecken und Kanten und Beton en vogue waren.