

Dr. Ulrich Gygi  
Konzernleiter Schweizerische Post

## **Von Wertzeichen und -papieren**

Medienkonferenz SNB – Post – Swissmint  
Sondermünzen und Sondermarken zum 100-Jahr-Jubiläum der Schweizerischen Nationalbank

Bern, 22. Februar 2007

ES GILT DAS GESPROCHENE WORT

Sehr geehrter Herr Nationalbankpräsident,  
Sehr geehrter Herr Direktor der Eidg. Finanzverwaltung,  
Geschätzte Damen und Herren

Im Vergleich zur Eidgenössischen Münzstätte – die heute in neudeutsch «swissmint» genannt wird – und zum Unternehmen, das ich seit einigen Jahren zu führen die Ehre habe, ist die Schweizerische Nationalbank auch an ihrem hundertsten Geburtstag noch das eigentliche Nesthäkchen von uns dreien. Nichtsdestotrotz ist ein 100 Jahr-Jubiläum immer ein Anlass zum Feiern. Dazu wünsche ich viel Spass!

Ein Blick in die Vergangenheit zeigt, dass die Nationalbank und die Schweizerische Post im vergangenen Jahrhundert den bargeldlosen Zahlungsverkehr in unserem Land überhaupt erst möglich gemacht haben. Die Verbindung zwischen uns ist also schon alt.

Allerdings hat die grössere Verselbständigung der Post auch zu Entwicklungen geführt, die für uns nicht immer positiv waren. So werden leider Bestände auf den Postkonti nicht länger als Teil der relevanten Geldmenge anerkannt. Das hat uns Dutzende von Millionen Reingewinn gekostet. Immer noch gratis – wie zu Regiezeiten – machen wir das aufwendige Handling des Münzverkehrs für die SNB.

Auch in Zeiten der elektronischen Kontobewirtschaftung via Internet – wo beispielsweise mehr als jeder dritte Inhaber eines Postkontos seine Zahlungen online ausführt – hat das Bargeld seine Daseinsberechtigung nicht verloren.

Genauso verhält es sich mit den Briefmarken.

Gemeinsamkeiten zwischen Geld und Briefmarken gibt es viele. Beides sind Kulturgüter unseres Landes. Sie haben sowohl einen pekuniären als auch einen künstlerischen Wert. Beide tragen sie ein Bild der Schweiz in die Welt hinaus. Und beide werden sie gesammelt.

Aber während für viele das Sammeln von Banknoten und Münzen eine zu hohe Hürde darstellt, ist der Einstieg bei Briefmarken um einiges einfacher. Zugegeben, die scheue Frage «Willst Du zu mir kommen und meine Briefmarkensammlung anschauen?» ist unter Jugendlichen ziemlich

«out». Heute unterhält man sich via SMS oder Chat in für normale Bildungsbürger meist unverständlicher Sprache. Trotzdem: Unsere handfesten Wertzeichen sind auch heute noch gefragt. Davon zeugen die Massen von Gesuchen von Institutionen, die sich um ein Markenbild zuhanden eines Jubiläums oder anderer Ereignisse bemühen. Und dies völlig zu recht. Wer sich einmal die Zeit nimmt, unsere Jahresausgabe – in einem hochwertigen, bebilderten und kommentierten Band – zu studieren, wird auf eine ungeahnte, originelle Vielfalt stossen.

Die Unkenrufe, die ein rasches Ende der Kleinstkunstwerke voraussagten und gar auch noch den Brief als aussterbende Spezie bezeichneten, sind zumindest verfrüht, vermutlich aber gänzlich falsch. Friedensreich Hundertwasser hat also auch heute noch recht, wenn er sagt: «Die Briefmarke ist das einzige Kunstwerk, das jeder besitzen kann.»

2007 werden wir rund 40 Briefmarken neu ausgeben. Wie jedes Jahr sind wir auch heuer bestrebt, eine möglichst hochwertige und gefällige Palette von Wertzeichen anbieten zu können. Zumeist gelingt uns das ganz gut. Das zeigen auch die Rückmeldungen aus der ganzen Welt. Ob die Marke gestickt ist, nach Schokolade riecht, aus Holz gefertigt ist, nach dem Alinghi-Triumph bereits innert wenigen Tagen im Verkauf ist oder durch Schweizer Künstler wie Emil, Dimitri oder Stephan Eicher gestaltet wird: Schweizer Briefmarken sind gefragt und Innovationen machen ihren Weg.

Diese Nachfrage wird mit unserem neuesten Sonderangebot garantiert noch angeheizt. Das können Sie mir ruhig glauben. Denn: Ich freue mich, Ihnen im Namen der Post heute zum 100-Jahr-Jubiläum der Schweizerischen Nationalbank einen echten Hunderter anzubieten – für den Spezialpreis von nur einem Franken! Die Post macht es möglich.

Mit unserem neuen Angebot können Sie Ihre nächste schriftliche Mitteilung problemlos mit einem echten Hunderter für einen Franken frankieren. Wenn das kein angemessener Preis ist...

Ich kann Sie beruhigen: Die Post sucht nicht nach Möglichkeiten, ihren Gewinn möglichst bequem unter die Leute zu bringen. Wir investieren unser Geschäftsergebnis äusserst nachhaltig in die Sicherung der Grundversorgung. (Für die neuesten Zahlen verweise ich Sie gerne an unsere Medienkonferenz vom 23. März 2007 hier in Bern.) Der heute präsentierte echte Hunderter stammt zwar ebenso aus dem Atelier des Schweizer Grafikers Jörg Zintzmeyer

wie die von der Schweizerischen Nationalbank herausgegebene Hunderternote. Er sieht dementsprechend verblüffend echt aus. Mit seiner Grösse von 56 x 27,5 Millimeter passt er allerdings fast neun Mal auf das gesetzliche Zahlungsmittel. Zusätzlich hat Herr Zintzmeyer einen echten 85-er gestaltet. Aber da er sich hier aus verständlichen Gründen nicht auf eine bereits bestehende Vorlage stützen konnte, kamen für die B-Post-Marke verschiedene noten-ähnliche Gestaltungsmerkmale zum Einsatz.

Herrn Zintzmeyer danke ich für die Gestaltung dieser zwei aussergewöhnlichen Wertzeichen. Herrn Roth danke ich für die freundliche Einladung. Und der Schweizerischen Nationalbank gratuliere ich ganz herzlich zum hundertsten Geburtstag.

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit.