



Jahresbericht 2014  
**Entwicklung und Innovation Post**

**DIE POST**   
Gelb bewegt.



## Inhalt

Editorial		
<b>Die Vision der Post und E</b>	3	→
Überblick		
<b>Neues kommt zum Fliegen</b>	4	→
Ideenmanagement		
<b>Ideen sind Vitamine für die Post</b>	5	→
INN-Prozess		
<b>27 Projekte – ein Prozess – eine Sprache</b>	7	→
Open Innovation		
<b>Scharnier zwischen der Post und Externen</b>	10	→
Projekte, Events und Tools		
<b>Gelebte Innovationskultur</b>	13	→
vivates		
<b>Die E-Health-Datendrehscheibe der Post</b>	16	→

### Symbole verwenden und anklicken:

- direkt zur gewünschten Information
- ← zurück zum Inhaltsverzeichnis
- 🔗 Weblink
- 🎬 zum Film
- 🖼️ zu den Bildern

# Editorial

## Die Vision der Post und E



Sehr geehrte Damen und Herren

«Einfach mit System – Die Post»: So lautet unsere neue Vision. Wir wollen unseren Kunden Produkte und Lösungen bieten, die ihnen das Handeln in einer komplexen Welt vereinfachen und ihnen zu mehr Freiräumen verhelfen. Dieser Anspruch gilt für die ganze Post – für jeden Bereich und für alle Mitarbeitenden.

Der neue Konzernbereich «Entwicklung und Innovation» – kurz E –, hat seit letztem Jahr die Aufgabe, die Post bereichsübergreifend dabei zu unterstützen, neue Geschäftsthemen zu identifizieren, zu evaluieren und aufzubauen. Der Fokus liegt auf Systemlösungen, die bei aller Komplexität im Hintergrund für die Kunden logisch und praktikabel sein sollen. E treibt dazu selbst Programme wie E-Health mit seiner Datendrehscheibe vivates voran oder eröffnet mit vote électronique den Behörden im E-Government neue Möglichkeiten.

Will die Post ihren Kunden in Zukunft vermehrt Systemlösungen aus einer Hand anbieten, bedingt dies eine Zusammenarbeit über die Bereichsgrenzen hinweg. Auch dafür steht E. Im Innovations-Prozess prüfen und fördern Vertreter und Vertreterinnen aus allen Bereichen in einer Jury gemeinsam die hoffnungsvollsten Geschäftsideen und sorgen dafür, die besten Projekte zur Marktreife zu bringen.

«Einfach mit System» – dies gilt auch für die Dienstleistungen von E: Es gibt kaum etwas Einfacheres, als bei Postidea online einen Verbesserungsvorschlag einzureichen. Dahinter steckt eine clevere Software und ein durchdachtes Einschätzungs- und Bewertungssystem. Allen, die einen passenden externen Partner suchen, um ein Projekt zu realisieren, hilft das Open Innovation-Team weiter. Es beobachtet für die ganze Post flächendeckend Entwicklungen auf dem Markt und pflegt systematisch die Beziehungen zu Hochschulen, staatlichen Institutionen, anderen Postgesellschaften, Start-up-Unternehmen und potenziellen Kollaborationspartnern.

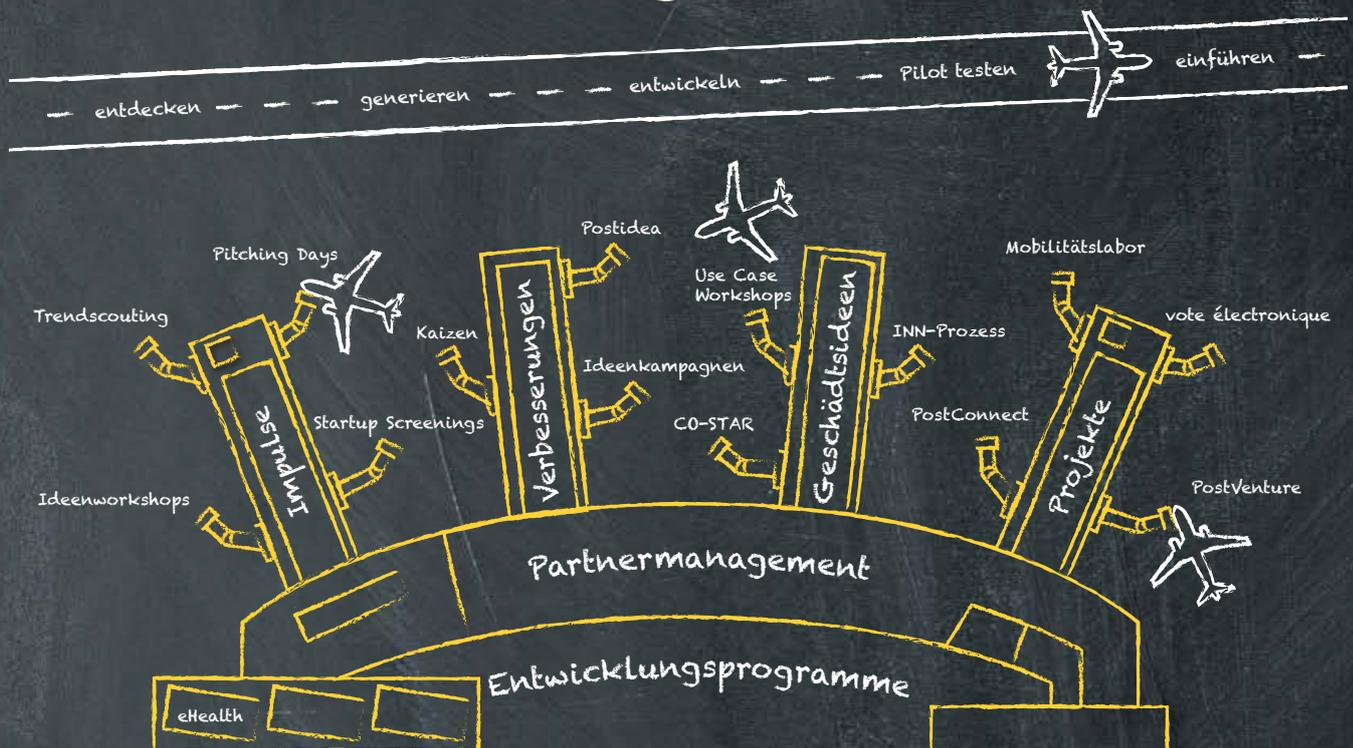
E ist ein zentraler Treiber unserer Innovationskultur. Es gibt «keine Innovation ohne Kollaboration». Ich freue mich, wenn dieser Spirit intern wie extern von vielen genutzt und mitgetragen wird.

Susanne Ruoff  
Konzernleiterin  
Die Schweizerische Post AG



# Überblick

## Neues kommt zum Fliegen



Liebe Kunden und Partner  
Liebe Kolleginnen und Kollegen

Die Post entwickelt sich. Vor einem Jahr hielten Sie noch den Jahresbericht des Innovationsmanagements in Ihren Händen, heute ist es der Jahresbericht von Entwicklung und Innovation. Der neue Bereich E fasst die Kompetenzen und Angebote des früheren Innovationsmanagements und der Entwicklungsprogramme

Post sinnvoll zusammen. Unser Motto **Neues kommt zum Fliegen** ist zugleich Anspruch an uns selbst und Versprechen gegenüber der Post und externen Partnern.

**E** bringt Trends und **Impulse** in die Post, unterstützt die Bereiche und deren Mitarbeitende dabei, im Sinne der Vision Post für die Kunden **Geschäftsideen** zu entwickeln und als Systemlösungen zur Marktreife zu bringen. Darüber hinaus treibt **E** postweite **Projekte** wie PostConnect oder PostVenture voran, um die bereichsübergreifende Kollaboration und Innovation zu unterstützen und setzt strategisch entscheidende **Entwicklungsprogramme** auf: Diese gibt sie an die Bereiche weiter oder bringt sie selbst voran – im Idealfall bis über den Markteintritt hinaus.

Mit seinen **Open Innovation**-Ansätzen verbindet E die Bereiche der Post mit externen Wissens- und Realisierungspartnern und reichert damit Projekte in verschiedenen Stadien mit Zusatzimpulsen und neuen Technologien an.

Für die Mitarbeitenden und die Bereiche der Post hält **E** ein breites Angebot an Leistungen bereit: mit verschiedensten Instrumenten und Methoden geben wir Impulse und Inspiration, vermitteln den Bereichen Wissen und Know-how, bieten ihnen Zugang zu Netzwerken und nicht zuletzt finanziellen Mitteln oder weiteren Ressourcen. Für unsere externen Partner sind der Kontaktpunkt, um mit der Post ein Geschäft aufzubauen. Kurz gesagt, es geht keineswegs darum Innovation bei E zu zentralisieren, sondern vielmehr als **Innovationsplattform und Entwicklungsmotor** die Post zu unterstützen.

Dabei gehen wir analytisch, umsichtig und vorausschauend vor, müssen uns aber – um zu Resultaten zu gelangen – auch querdenkend, provokativ und experimentierfreudig zeigen. Und all das ist für uns durchaus auch mit Lust und Freude an der Sache verbunden. Wir sind überzeugt, dass Entwicklung und Innovation einen wesentlichen Beitrag an eine erfolgreiche Zukunft der Post leisten kann.

Was wir im letzten Jahr alles erreicht haben und was wir für die Zukunft planen, lesen Sie in diesem Jahresbericht. E wünscht viel Vergnügen bei der Lektüre.

Claudia Pletscher  
Leiterin Entwicklung und Innovation (E)

# Ideenmanagement

## Ideen sind Vitamine für die Post

Egal, ob klein und fein, komplex oder gar mit konzernweiter Bedeutung: Ideen sind Vitamine für die Post. Deshalb stehen den Mitarbeitenden für das Einbringen ihrer Vorschläge und Projekte unterschiedliche Instrumente zur Verfügung.

### Postidea

Kleine und grosse Ideen zu Produkt- und Prozessverbesserungen orientieren sich an bestehenden Abläufen. Deshalb sind sie in den meisten Fällen nicht besonders komplex. Postidea ist als betriebliches Vorschlagswesen die richtige Adresse für einfache und spontane Anpassungs- und Verbesserungsideen. Mitarbeitende können die Eingabemasken effizient und intuitiv ausfüllen oder ihre Ideen bei Bedarf auch offline eingeben. Komplexere Geschäftsideen gelangen direkt in den **INN-Prozess** ➡.

Postidea hat sich auch 2014 bestens bewährt: Mitarbeitende reichten über diesen Kanal 1462 Vorschläge ein. Die Umsetzungsquote blieb konstant: Erneut wurde bei Postidea fast jede zehnte Idee realisiert. Der finanzielle Nutzen der eingereichten Anpassungs- und Verbesserungsideen belief sich auf über 1,5 Millionen Franken. Postidea leistete damit wiederum einen erfreulichen Beitrag zum Ergebnis der Post.

Übrigens: Die spontane Ideeneingabe bei Postidea klappt für alle Mitarbeitenden mit einem PostAccount seit 2014 auch per Mobiltelefon. 📱

### Ideenkampagnen

Das Instrument Ideenkampagne nutzt, wer auf konkrete Probleme und Fragen rasch qualitativ hochstehende Inputs benötigt. Den Empfängerkreis bestimmen die Mitarbeitenden als Kampagnenmanager selber. Die Eingabe ist dank eines übersichtlichen Onlineassistenten sehr einfach. Ein wesentliches Element bei den Ideenkampagnen ist die Interaktion der Teilnehmenden: Die Einreichenden und sämtliche Empfänger lesen und kommentieren eingehende Beiträge. So entsteht ein Dialog. Zusätzlich zur Kommentarfunktion können Ideen wie beim Facebook-Button «Gefällt mir» direkt bewertet werden. So erhalten die Einreichenden zu ihren Fragestellungen kommentierte und bewertete Rückmeldungen – ein wesentlicher Mehrwert. Dazu können die eingereichten Ideen optional auch von einem Bewertungskomitee und anhand von individuellen Kriterien bewertet werden.

Von den zahlreichen Mitarbeitenden, die 2014 Ideenkampagnen lancierten, richteten insbesondere Vorgesetzte, Projektleiter und Fachkräfte ihre Fragen in der benutzerfreundlichen Webapplikation an ausgewählte Kolleginnen und Kollegen. So bereiten sie beispielsweise Workshops vor und erzielten auch bei Brainstormings und Bewertungsumfragen

für Juryzwecke in kürzester Zeit beste Resultate. 2014 feilten mehr als dreitausend Mitarbeitende in über 30 Kampagnen an neuen Ideen. Um Mitarbeitende noch besser beim Aufsetzen von Ideenkampagnen zu unterstützen, wurde in Zusammenarbeit mit den Konzernbereichen ein WebBasedTraining-Modul entwickelt und realisiert. Damit können sich angehende Kampagnenmanager über die Verwendung und die Möglichkeiten von Ideenkampagnen informieren.

### Perfekte Ergänzung

Während bei Postidea die Initiative von einzelnen Mitarbeitenden ausgeht, ist es bei den Ideenkampagnen genau umgekehrt: Diese richten sich an ausgewählte Mitarbeitende und fragen deren Wissen und Erfahrung konkret nach. Deshalb ergänzen sich die Instrumente Ideenkampagne und Postidea als betriebliches Vorschlagswesen für die spontane Ideeneingabe perfekt. Beide Instrumente kommen auf der intuitiv gestalteten **Web-Plattform** 📱 bei den Mitarbeitenden besonders gut an. Unabhängig davon, ob sie eine Idee einreichen oder eine Fragestellung aufschalten wollen, gelangen die Benutzer dank der einfachen Navigation sofort zu den gewünschten Applikationen.

### Best practice Über 400 Ideen für den Namen des neuen Hauptsitzes

«Der neue Hauptsitz Post sucht einen passenden Namen!» Auch dieser Herausforderung begegnete die Post im Sommer 2014 mit einer Ideenkampagne – und machte daraus einen Wettbewerb. Mit Erfolg: Über 400 Ideen kamen zusammen und wurden von der Community, die mehr als 1000 Personen umfasste, eifrig kommentiert und diskutiert! Nach dem weiterführenden Evaluationsverfahren stand der Name des Neuen Hauptsitzes fest: **EspacePost**.

Mit der Ideenkampagne war es ganz einfach, eine spezifische Fragestellung an ein definiertes Publikum zu richten. Im vorliegenden Beispiel wurden alle vom Umzug direkt betroffenen Mitarbeitenden über alle Bereiche und Funktionsstufen hinweg angefragt. Sämtliche Vorschläge waren für die Community online einsehbar und konnten im Prozess der Beurteilung effizient weiterverarbeitet werden.

### KAIZEN bei PostMail

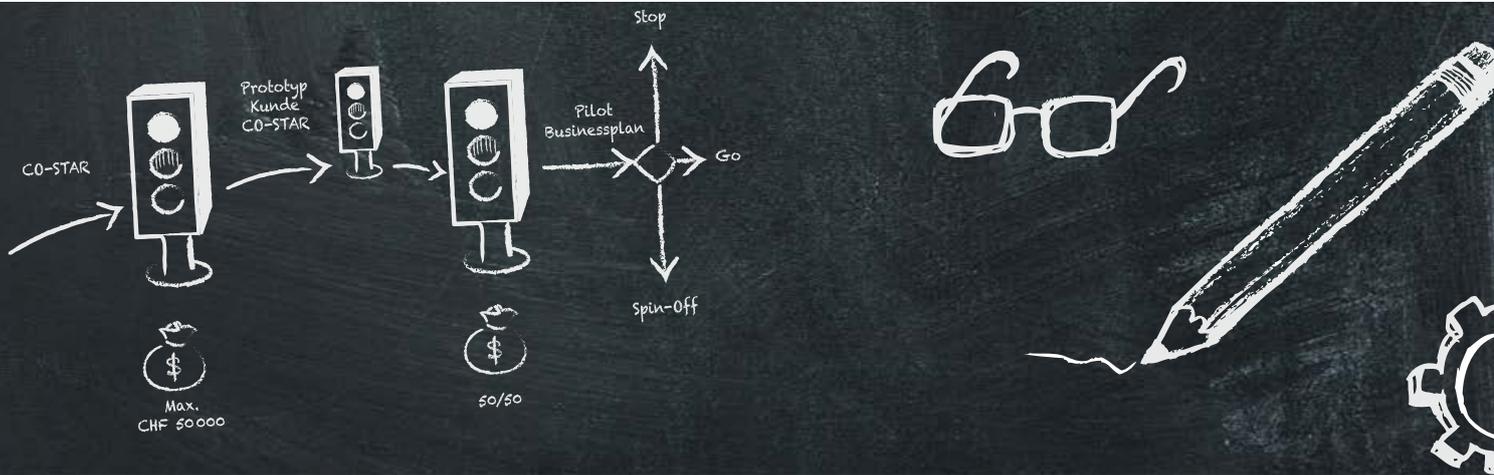
Der Konzernbereich PostMail realisierte mit der KAIZEN-Methode (KAIZEN steht japanisch für «Veränderung zum Besseren») hunderte kleinerer und grösserer Verbesserungen. Sie wurden innerhalb des ganzen Bereichs aufgegriffen und umgesetzt. Während bei Postidea die Mitarbeitenden zu beliebigen Postthemen Ideen einreichen, greifen sie bei KAIZEN auf ihre Alltagserfahrungen am eigenen Arbeitsplatz zurück und zeigen auf, wie in ihrem persönlichen Arbeitsumfeld Produkte und Abläufe verbessert und sogenannte Verschwendungen eliminiert werden können. Bei PostMail wurden 2014 mehr als 6000 Verbesserungen vorgeschlagen, davon 4200 geprüft und bereits 2644 umgesetzt. Die Realisierungsquote beläuft sich auf sehr gute 63 Prozent. Dank KAIZEN sparte PostMail im letzten Jahr knapp 11 000 Arbeitsstunden und mehr als 700 000 Franken ein.



### Kreative Köpfe feiern, fahren den Postidea-Smart und gewinnen Preise

Die Post verstärkte 2014 die Kommunikation rund um ihr Ideenmanagement und hielt so die Anzahl der eingereichten Ideen hoch. Besonders innovative Mitarbeitende erhielten eine Belohnung:

- Die 50 aktivsten Ideeneinreichenden und die engagiertesten Gutachter feierten gemeinsam am **exklusiven Postidea-Event**
- Wer die Idee des Monats einreichte, fuhr für einen Monat gratis den Smart im neuen Postidea-Design.
- Zusätzlich belohnte das Punktesystem von Postidea auch jene Mitarbeitenden, die keine eigenen Ideen einreichen, dafür aber andere Projekte bewerten und auf Fragestellungen mit wertvollen Beiträgen reagieren.



## INN-Prozess

# 27 Projekte – ein Prozess – eine Sprache

Innovation ist bei der Post auch Chefsache. Deshalb bilden unter dem Vorsitz der Konzernleiterin Susanne Ruoff vier weitere Konzernleitungsmitglieder und ein Vertreter der Geschäftsleitung von PostFinance den **Konzernleitungsausschuss Innovation, Neugeschäft und Nachhaltigkeit** (KLA INN, siehe Seite 9) . Die Leitung des Gremiums hat Claudia Pletscher, Leiterin E, im April 2014 übernommen. Der KLA INN beurteilt die von der **INN-Jury** (siehe Seite 9) vorselektierten Projekte und Geschäftsideen. Die Möglichkeit, vor Vertretern der Konzernleitung innovative Vorhaben zu präsentieren, spornt viele Mitarbeitende an.

Die INN-Jury beurteilte 2014 elf Ideen in einem frühen Stadium und traf den entsprechenden Finanzierungsentscheid. Zusätzlich gab die Jury bei vier weiter fortgeschrittenen Projekten Finanzierungsempfehlungen zuhanden des KLA INN ab. Dieser beurteilte 2014 insgesamt sieben Projekte, die in der Regel die Ausarbeitung eines Businessplans und den Betrieb eines Pilotversuchs zum Ziel haben.

Für den INN-Prozess und dessen Projekte stehen im INN-Fonds jährlich 1,5 Promille des geplanten Gesamtumsatzes der Post zur Verfügung. Der INN-Fonds unterstützte letztes Jahr 27 Projekte und Vorhaben finanziell. Er wurde nicht voll ausgeschöpft.

### Eine Sprache dank CO-STAR

Geschäftsideen werden bei der Post mit der verständlichen und kompakten Strukturierungsmethode CO-STAR ausgearbeitet (siehe auch Seite 14) . Jeder Buchstabe steht für ein zentrales Element einer Geschäftsidee: **C**ustomer (Kunde) – **O**pportunity (Marktchance) – **S**olution (Lösung) – **T**eam – **A**dvan-tage (Vorteil) – **R**esults (Ergebnisse). Im INN-Prozess sprechen deshalb alle Projekte dieselbe «Sprache» und können so von der INN-Jury und dem KLA INN fair beurteilt und verglichen werden.

### Neu und beliebt: der INN-Event

Die Post hat im Frühjahr 2014 den INN-Event lanciert. Der Anlass bringt die Mitglieder des KLA INN und der INN-Jury zusammen und fördert so deren Vernetzung. Die Teilnehmenden tauschen sich über aktuelle Innovationsprojekte aus und geben sich gegenseitig Impulse. Weiter erhalten sie am INN-Event ausführliche Einblicke zu aktuellen Innovationsthemen.

Der INN-Event wird seither regelmässig durchgeführt – jeweils zu einem anderen Hauptthema. Im Herbst 2014 beispielsweise zum Thema Fast Prototyping. Inputs hierfür lieferten interne und externe Redner.

## Zwei Erfolgsgeschichten

Viele Projekte, die den INN-Prozess erfolgreich durchliefen, befinden sich heute im täglichen Einsatz.

Beispielsweise die **elektronischen Anzeigen an den Haltestellen von PostAuto**, die an 15 Orten getestet werden: Sie zeigen den gültigen Fahrplan an und – je nach Produktevariante – auch die nächsten Abfahrten in Echtzeit. Mit Hilfe der E-Ink-Technik erscheinen die Informationen auch bei Tageslicht sehr kontrastreich und scharf. Die Technik mit der Bezeichnung **DynPaper** ermöglicht tagesaktuelle Anpassungen für einzelne Haltestellen und könnte künftig den Fahrplanwechsel vereinfachen, weil die Fahrpläne nicht mehr vor Ort ausgewechselt werden müssten.

DynPaper ist für die PostAuto-Kunden bei Störungen genauso wertvoll wie in Gebieten mit besonders vielen Kursen oder vielen Fahrplan-Ausnahmen. Die Anzeigen verbrauchen nur Energie, wenn die Daten ändern – den Strom liefern vor Ort installierte Solarpanels. PostAuto hat die neue Display-Technologie in verschiedenen Regionen der Schweiz erfolgreich getestet. Die Produktevariante, die nebst den Fahrplänen auch die nächsten Abfahrten anzeigt, kam bei den Testpersonen besonders gut an. Sie hat eine reelle Chance, künftig landesweit eingesetzt zu werden

Wird sich der **3D-Druck** im Hausgebrauch durchsetzen? Wird er für die Industrie zur Produktionsalternative? Vieles spricht dafür.

Auch die Post geht seit November 2014 Schicht für Schicht in die Zukunft: Den Anstoss gab ein Projekt, das den INN-Prozess durchlief und danach vom Geschäftsbereich Poststellen und Verkauf im Markt etabliert wurde. Mittlerweile können Interessierte im Onlineshop [www.postshop.ch](http://www.postshop.ch) und in über 1600 Poststellen aus insgesamt über 90 Artikeln rund um den 3D-Druck auswählen – und dabei auch Schulungen buchen. Das ist aber erst der Anfang: Künftig möchte die Post zusammen mit einem Partner 3D-Druckaufträge von Unternehmen und Privatpersonen ausführen und zustellen. Die Post denkt an Zahnärzte, Designer und Architekten, die in ihrem Alltag oft mit Figuren und Modellen arbeiten .

«Ohne INN-Prozess hätten wir die elektronischen Anzeigen an den Haltestellen von PostAuto nicht entwickeln können. Dank der konzernweiten Zusammenarbeit fanden wir rasch die zielführendsten Lösungen.»

Erich Helwin, Leiter Mobile Services, PostAuto





## Einfach und schnell zur Marktreife

Skizzieren, vertiefen, optimieren, pilotieren und im Markt einführen. Aussichtsreiche Projekte von Mitarbeitenden durchlaufen im INN-Prozess diese Schritte bis zur Marktreife im Idealfall innert weniger Monate. Der INN-Prozess startet jeweils mit einer einfachen Geschäfts- oder Prozessoptimierungsidee und endet in der Regel mit einem Pilotbetrieb. Eine Jury mit Vertretern aus den Bereichen (INN-Jury) und der Konzernleitungsausschuss Innovation, Neugeschäft und Nachhaltigkeit (KLA INN) beurteilen die Ideen bzw. die Projekte. Diese Gremien entscheiden, welche Vorhaben aufgrund ihres Potenzials finanziell unterstützt werden. Das Innovationsmanagement der Post begleitet, berät und unterstützt die Projektleitenden während des ganzen Prozesses. Seit August 2009 durchliefen fast 100 Projekte den INN-Prozess.

Im sechsköpfigen KLA INN sind fünf Konzernleitungsmitglieder vertreten: Susanne Ruoff (Konzernleiterin, Vorsitz), Ulrich Hurni (Leiter PostMail, Stellvertreter Vorsitz), Yves-André Jeandupeux (Leiter Personal), Pascal Koradi (Leiter Finanzen) und Dieter Bambauer (Leiter Post-Logistics). Armin Brun (Leiter Marketing Post-Finance) vertritt zusätzlich PostFinance im Gremium. Claudia Pletscher (Leiterin Entwicklung und Innovation) leitet das Gremium.

Die INN-Jury besteht aus 41 Personen; jeder Konzernbereich ist mit fünf Mitgliedern vertreten. Gesetzt sind die Innovationsverantwortlichen und die Mitglieder aus dem Fachausschuss Marketing (FA M) und dem Fachausschuss Verkauf (FA V). Dadurch wird der Vermarktung und dem Verkauf der Geschäftsideen viel Gewicht verliehen. An den monatlichen Sitzungen agieren alternierend jeweils sieben Mitglieder als Jury.

## Lancierte Projekte der vergangenen Jahre

Eine Auswahl

### Swiss Post Box

Der elektronische Briefkasten [\[i\]](#)

### Post SuisseID

Der schweizerische Standard für sichere Identifikation und digitale Signatur [\[i\]](#)

### IncaMail

Verschlüsselung und sicherer Versand von E-Mails [\[i\]](#)

### «pro clima»

Der CO<sub>2</sub>-neutrale Postversand für Brief, Paket, Kurier, Innight und Stückgut [\[i\]](#)

### WiFi im Postauto

Gratis Internet im Postauto [\[i\]](#)

### Brennstoffzellenpostauto

Unterwegs ohne Abgase [\[i\]](#)

### sobu

Mit Online-Empfehlungen Geld verdienen [\[i\]](#)

### SecureCube

Flexibel und sicher Bargeld einzahlen [\[i\]](#)

### vivates

Die E-Health-Datendrehscheibe der Post [\[i\]](#)

### Mobiler Postshop.ch

Der erste barrierefreie mobile eShop der Schweiz [\[i\]](#)

### PubliBike

Das führende (e)Bike-Sharing Angebot der Schweiz [\[i\]](#)

# Open Innovation

## Scharnier zwischen der Post und Externen

Die Post verfolgt aktiv und aufmerksam Entwicklungen in der Umwelt. Sie nutzt bei der Entwicklung von Innovationen sowohl die Erfahrung ihrer Geschäftsbereiche als auch die Expertise externer Partner.

Das Open Innovation-Team bildet das Bindeglied zwischen der Post und der Umwelt. Es hat die Aufgabe, durch ein flächendeckendes Trendscouting Entwicklungen am Markt und in der Technik aufzuspüren, zu beobachten und so frühzeitig Geschäftsmöglichkeiten zu identifizieren, die später in Zusammenarbeit mit den Bereichen konkretisiert werden.

Im selben Sinn ist das Open Innovation-Team das Scharnier zwischen den Geschäftsbereichen der Post, interessanten Start-up-Unternehmen, Hochschulen, staatlichen Institutionen und ausländischen Postunternehmen. Es bringt die richtigen Experten zusammen und begleitet die Konzernbereiche der Post in der Zusammenarbeit mit den externen Partnern. 2014 hat die Post von 250 beobachteten Start-ups 40 näher geprüft. Gemeinsame Innovationsprojekte startete

sie mit mehreren Unternehmen und Organisationen – so auch mit der Ecole polytechnique fédérale de Lausanne (EPFL) und dem Startup Citiviz, einem Angebot für intelligente Mobilität in Städten.

Kontakte zu Start-ups, die in einem der vier Märkte der Post tätig sind und eine erfolgsversprechende Geschäftsidee verfolgen, sind der Post besonders wichtig. Zeigen die Jungunternehmen Interesse, tauscht sie sich mit ihnen aus und entwickelt mit ihnen eine Geschäftsidee (Use Case). Bei der Suche nach geeigneten Start-ups arbeitet die Post mit TechBridge (für die Schweiz) und – darauf basierend – mit dem Plug&Play Tech Center (für das Silicon Valley/USA) zusammen. Dabei gelangen auch Instrumente wie der INN-Prozess (siehe Seiten 7 und 8)  zum Einsatz. Dadurch kann die Zeitspanne vom Screening der interessanten Unternehmen bis zur gemeinsamen Umsetzung der Innovationen verkürzt werden.

### Pitching-Days

Viele Ideen in kurzer Zeit: An den Pitching Days stellen Start-ups den Spezialisten der Post ihre Geschäftsideen vor. Drei bis vier prägnante Präsentationen mit anschließender Diskussion zeigen in kurzer Zeit zahlreiche Ansätze und Möglichkeiten auf. Zwischen den eingeladenen Unternehmen und den Experten der Post entsteht so rasch ein intensiver Dialog, der es ermöglicht, Geschäftspotenziale zu erkennen und zu konkretisieren.

# Best Practice: Mobility Lab Sion Valais

## Ein Think Tank für alle



Schneller, sicherer, bequemer – aber auch umweltfreundlicher und intelligenter. Die Ansprüche an die Mobilität sind enorm. Hier setzt das **Mobility Lab Sion Valais** an: Das Labor hat sich rasch zu einer Testumgebung rund um mobilitätsbezogene Innovationen entwickelt – und fördert so das Zusammenwirken verschiedener Mobilitätslösungen. Der **Kanton Wallis**, die **Stadt Sitten**, die **Ecole polytechnique fédérale de Lausanne** (EPFL), die **Hochschule HES-SO Valais-Wallis** und die **Post** als Projektinitiantin vereinigen im Mobility Lab Sion Valais ihr Wissen und ihre Ressourcen. Weshalb die Zusammenarbeit bestens funktioniert, warum er das Projekt als einen für alle zugänglichen Think Tank sieht und wie er seine Rolle als Leiter des operativen Komitees sieht, erklärt Philippe Cina von PostAuto im Interview:

### Philippe Cina, wer stand am Ursprung des Mobility Lab Sion Valais?

Im Dezember 2012 wurde das Projekt «Campus EPFL Valais Wallis» offiziell vorgestellt. Der Campus sollte künftig neue Lehrstühle der EPFL und der Hochschule für Ingenieurwissenschaften der HES-SO Valais Wallis in Sitten vereinen – auch 11 in den Bereichen Energie und Gesundheit. PostAuto fragte die beiden Hochschulen daraufhin an, ob eine Zusammenarbeit zum Thema Mobilität denkbar sei. So fanden sich drei der fünf Partner des Mobility Lab. Von Anfang an wollten wir das Thema Mobilität umfassend angehen. Deshalb fragten wir den Kanton Wallis und die Stadt Sitten an und besprachen mit deren Vertretern die Anliegen, Bedürfnisse und Ziele der Behörden im Bereich Mobilität. Rasch

war klar: Nur wenn neben Wissenschaftern und Wirtschaftsvertretern auch die Behörden im Mobility Lab mitarbeiten, kommt genügend Schub und Know-how zusammen, um die Herkules-Aufgabe «Intelligente Mobilität» seriös angehen zu können.

### Wie funktioniert die Zusammenarbeit?

Ausserordentlich gut. Das operative Komitee umfasst fünf Personen – pro Partner eine. Wir treffen uns monatlich und besprechen aktuelle und künftige Projekte. Wir agieren alle auf Augenhöhe und inspirieren uns mit unseren unterschiedlichen Arbeitsstilen und Vorgehensweisen gegenseitig. Das Mobility Lab ist eine virtuelle Organisation – es stützt sich ausschliesslich auf Ressourcen und Kompetenzen der Partner. So kriegen alle am Labor beteiligten Personen – je nach Intensität der Projekte sind es zwischen 30 und 40 Personen – ihren Lohn weiterhin vom jeweiligen Arbeitgeber. Alle können sich so unverkrampft um die Projekte kümmern.

### Sind weitere Partner willkommen?

Ja – in den Projekten und bei entsprechendem Bedarf. Bereits haben wir neue Partner gewonnen, die in den Projekten unserer gemeinsamen Sache dienen und in unser Gefüge passen. Wir gehen aber noch einen Schritt weiter: Als Think Tank für Mobilität sind wir auch für Beiträge aus der Bevölkerung offen. Wir werden künftig an zahlreichen Anlässen und Kongressen teilnehmen und die Menschen auch mit Medienarbeit ansprechen. Wir sind überzeugt: Mobilität ist nicht nur ein Thema, das alle angeht, sondern auch eines, bei dem sich alle einbringen können!

**mobility**  **lab**  
SION VALAIS

## Die aktuellen Projekte des Mobility Lab Sion Valais

Die Ecole polytechnique fédérale de Lausanne (EPFL) analysiert **das Mobilitätsverhalten der Bevölkerung**, die Nutzung und die Wahrnehmung des öffentlichen Verkehrs sowie die Übereinstimmung von Angebot und Nachfrage.

**Business Intelligence für das Veloselbstausleihsystem PubliBike:** Das Projekt unter der Leitung von Citiviz (ein Spin-off der EPFL) startete im Januar 2015 im Auftrag von PostAuto und der Stadt Sitten. Sein Ziel ist es, innovative Lösungen für das Systemmanagement im Bereich der geteilten Mobilität zu entwickeln.

Kann ein **Ridesharing** den öffentlichen Verkehr ergänzen? Mit dieser Frage beschäftigt sich das Projekt PubliRide, das im Auftrag von PostAuto, der Mobility Solutions AG und dem Kanton Wallis im Mai 2015 in zwei Regionen des Kantons lanciert wird.

Das Projekt **Check-in/Be-out** (kurz CIBO) will eine Alternative zum ÖV-Ticket entwickeln. Beim Einsteigen in ein Postauto im Stadtnetz von Sitten können sich Fahrgäste ganz einfach über ihr Smartphone mit dem WiFi im Bus verbinden und so einchecken (Check-in). Beim Aussteigen wird die WiFi-Verbindung automatisch wieder getrennt (Be-out). Damit kann die zurückgelegte Strecke zuverlässig erfasst und im Nachhinein in Rechnung gestellt werden. Der Kauf eines Billets ist während der Reise nicht mehr nötig.

Weitere Projekte werden geprüft und voraussichtlich im Herbst 2015 lanciert. Dabei geht es unter anderem um **neue Fahrzeugtechnologien und das Mobile Sensing**, also die Übermittlung und den Empfang von Informationen via Fahrzeuge.

Weiterführende Informationen zum Mobility Lab Sion Valais:

# Projekte, Events und Tools

## Gelebte Innovationskultur

Das Vorantreiben von Innovationen und neuen Geschäftsfeldern ist eine tägliche Aufgabe des Bereichs Entwicklung und Innovation (E). Dabei stossen wir zahlreiche Initiativen oder Projekte an und setzen diese bei Bedarf selber um. Die Innovationskultur ist auch deshalb allgegenwärtig. Konzernweit. Davon profitiert die Post mitsamt ihren Mitarbeitenden, Kunden und Partnern.

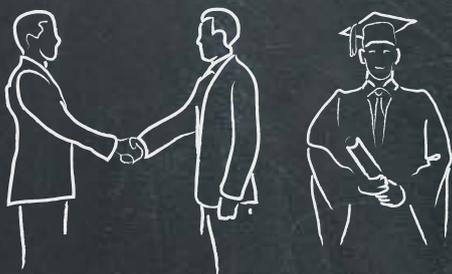
### Swisscom Outpost Studienaufenthalte im Silicon Valley

In einer neuen Initiative bietet E in Zusammenarbeit mit dem Managementbereich Personal (P) ausgewählten Mitarbeitenden der ganzen Post die Möglichkeit, während einiger Wochen einen Studienaufenthalt im Swisscom Outpost im kalifornischen Palo Alto zu absolvieren, um ein Innovationsthema für die Post zu bearbeiten.

Bestehende Projekte sollen dort ausgereift und neue Ideen gesammelt und ausprobiert werden. So will die Post gezielt die Entwicklung und Umsetzung neuer Geschäfts-, Produkt- und Prozessideen vorantreiben. Die entsandten Mitarbeitenden validieren Geschäftsideen, testen den Einsatz neuer Technologien oder entwickeln alternative Lösungsansätze. Darüber hinaus können

sie neue Impulse liefern, die sich positiv auf den Konzern auswirken.

Die Post erhofft sich vom Programm einen Wissens- und Erfahrungsaustausch mit ausgewiesenen Spezialisten sowie eine vertiefte Auseinandersetzung und verkürzte Time to Market von strategischen Themen, die von den Mitarbeitenden bearbeitet werden. Nicht zuletzt spielt der Aufbau des Netzwerkes mit externen Partnern für die Post eine bedeutende Rolle. Natürlich hat ein Auslandsaufenthalt auch für die ausgewählten Mitarbeitenden Vorteile. So können sie ihre Englischkenntnisse anwenden und ihren fachlichen und kulturellen Horizont erweitern.



### PostConnect Die Post als lernende Organisation

Mit der neuen Kollaborationsplattform PostConnect entwickelt sich die Post weiter – hin zu einer lernenden Organisation. Durch rasches und konstantes Lernen wird sich die Post auch künftig gegenüber der Konkurrenz behaupten. Lernen geht nicht ohne Dialog und Wissensaustausch. PostConnect fördert beides. PostConnect erleichtert künftig das Teilen von Informationen, das Bearbeiten von Themen im Team und das Verwalten von Dokumenten. Die digitale

Kollaborationsplattform wird Anfang Mai für alle Mitarbeitenden der Post mit geschäftlichem Computerzugang freigeschaltet. PostConnect ergänzt die elektronischen Kommunikationsmittel wie E-Mail und Dateishares und löst bestehende Instrumente wie die Communities of Practice, das Telefonbuch und Wikis ab.

Nur im Intranet:

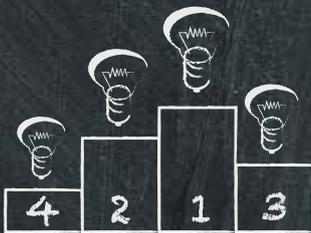
[pww.post.ch/info-postconnect](http://pww.post.ch/info-postconnect)  
[pww.post.ch/postconnect](http://pww.post.ch/postconnect)



«Mit PostVenture können wir neue Geschäftsideen von ihrer Geburtsstunde an gezielt fördern und entwickeln. Ich freue mich auf zahlreiche frische Ideen.»

Claudia Pletscher, Leiterin E

## PostVenture



## PostVenture15

### Die Erfolgsstory soll weitergehen

Nach erfolgreicher Durchführung von PostVenture12 hat der Auftraggeber KLA INN entschieden, das Konzept mit einer externen Komponente anzureichern und PostVenture erneut durchzuführen. Mit PostVenture15 werden neu sowohl intern konzernweit als auch extern schweizweit Geschäftsideen gesammelt und ausgearbeitet.

Dazu wird die Post Industriepartner von venturelab, einem Programm des Instituts für Jungunternehmer (IFJ). Die Zusammenarbeit mit venturelab ermöglicht der Post einen Einblick in neue Geschäftsideen, die noch ganz am Anfang stehen. So kann sie gezielt Projekte fördern, die für die Post von Interesse sind, gleichzeitig auf externes Know-how zugreifen und das interne Wissen ergänzen. Wir erhoffen so mit internen und externen Partnern neue Geschäftsideen zu identifizieren, auszureifen und konkrete Geschäftsmodelle davon abzuleiten.

Intern umfasst PostVenture15 einen Wettbewerb, der das Innovationsdenken innerhalb der Post weiter entfalten soll. Die Mitarbeitenden kennen die Produkte und Prozesse der Post am besten. Da ist es nur naheliegend, dass PostVenture15 neue Geschäftsideen fördert, die aus dieser tiefen Kenntnis der Materie hervorgehen. Der postinterne Wettbewerb wird im Sommer 2015 lanciert und umfasst neben einer konzernweiten Ideenkampagne Intensiv-Workshops, Coaching und die Präsentation der ausgearbeiteten Geschäftsideen vor einer kompetenten Jury.

Im Intranet:

[pww.post.ch/postventure](http://pww.post.ch/postventure)

Im Internet:

[www.post.ch/postventure](http://www.post.ch/postventure)



CO-STAR



## CO-STAR Creator

### Geschäftsideen strukturieren leicht gemacht

CO-STAR ist die Strukturierungsmethode der Post für Geschäftsideen. Sie kommt unter anderem auch im INN-Prozess zum Einsatz (siehe Seite 7) . Um ihren Mitarbeitenden die Anwendung zu erleichtern, hat die Post 2013 das webbasierte Tool CO-STAR Creator eingeführt. Unterstützt durch illustrative Zeichentrickfilme, wertvolle Tipps und Tricks und einem verständlichen Umsetzungsbeispiel skizzieren Mitarbeitende ihre Ideen direkt im Tool und strukturieren sie nach CO-STAR.

haben sich über 150 Personen auf der Plattform neu registriert. Die meisten Anwenderinnen und Anwender nutzen die in die Applikation eingebauten Möglichkeiten zur Kollaboration, um mit Kolleginnen und Kollegen ihre Ideen auszutauschen und zu entwickeln. Der rege Austausch fördert die Qualität der Ideen und beschleunigt deren Umsetzung.



Der Creator ist bei den Mitarbeitenden weiterhin äusserst beliebt: 2014 erstellten sie rund 100 CO-STARs; dabei



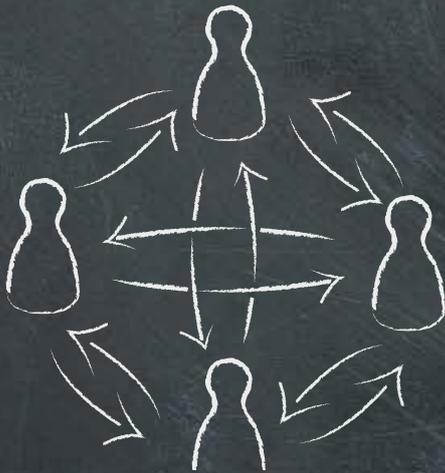
## vote électronique

**Elektronisch abstimmen – in Zukunft mit der Post**

Elektronisch abstimmen und wählen? Dank der Post ist dies in der Schweiz bald auch für alle Schweizer Stimmberechtigten möglich. Wir werden den Kantonen eine moderne Gesamtlösung zur Verfügung stellen, die alle neusten Anforderungen an die Sicherheit und die Bedingungen der Bundeskanzlei vollumfänglich erfüllt: Alle Stimmberechtigten können den Dienst in den vier Landessprachen via PC, Smartphone oder Tablet nutzen. Zudem lässt er sich in die IT-Systeme der Kantone integrieren, was die Bedienung und das Handling insbesondere vereinfacht.

Seit langem ist die Post ein wichtiger Partner von Bund, Kantonen und Gemeinden bei der Durchführung von Abstimmungen und Wahlen. National

und international bieten wir verschiedene papierbasierte, elektronische oder hybride Dienstleistungen an, die höchste Sicherheits- und Vertraulichkeitsstandards erfüllen. Damit sind wir optimal vorbereitet, um zusammen mit interessierten Kantonen eine Standardlösung für die elektronische Stimmabgabe zu entwickeln. Diese muss sich nahtlos in das bisherige Gesamtsystem für Wahlen und Abstimmungen einfügen. Massgeschneiderte Erweiterungen sollen darüber hinaus allfällige Zusatzbedürfnisse einzelner Kantone abdecken. Dieses Thema wurde Ende 2014 postintern in die Verantwortung von E übergeben und wird jetzt aufgebaut.



## ActionJam

**Das Schweizer Innovationsnetzwerk**

Gemeinsam mit ihren Fachkolleginnen und -kollegen von anderen Schweizer Grossunternehmen diskutieren die Innovationsspezialisten der Post im Verein ActionJam Themenschwerpunkte aus dem Innovationsmanagement.

Ende Mai 2014 tauschten sich in der Region Bern über 40 Teilnehmerinnen und Teilnehmer über «Innovation Spaces» aus. Die Mitglieder besichtigten innovative Arbeitsräumlichkeiten im Mobiliar Forum Thun und in Bern (Swisscom Braingym und Interaktionszonen bei der Post).

Mit Impulsreferaten, Diskussionsrunden und Gruppenarbeiten vertieften Spezialistinnen und Spezialisten von 14

Mitgliedsunternehmen und Schnuppergäste von weiteren acht Grossunternehmen Anfang November 2014 im neuen Hauptsitz der SBB das Thema «Innovationskommunikation».

An den gemeinsamen Events diskutierten die ActionJam-Mitglieder auch über mögliche gemeinsame Aktivitäten wie beispielsweise das Beobachten und Prüfen von Start-up-Unternehmen (siehe auch Seite 10) . Die Post, als Gründungsmitglied des Vereins, ist bei ActionJam im vierköpfigen Vereinsvorstand mit der Leiterin E vertreten.



vivates

## Die E-Health-Datendrehscheibe der Post



Schützenswerte Daten sind bei der Post in guten Händen: Sie verfügt über 160 Jahre Erfahrung im Umgang mit vertraulichen Dokumenten auf postalischem Weg. Dank diesem spezifischen und schweizweit einzigartigen Know-how im Bereich Datensicherheit und -austausch war die Post von Beginn weg für Lösungen im Bereich E-Health prädestiniert. Als **Pionierin** erarbeitet sie seit Jahren **sichere Kommunikationstechnologien für das moderne Gesundheitswesen**.

Im Programm E-Health – dieses gehört zu E – hat sie vivates entwickelt. vivates ist die E-Health-Datendrehscheibe der Post. Die modular aufgebaute Plattform vernetzt die Gesundheitsakteure rund um die Patienten digital und ermöglicht einen sicheren Austausch von Patientendaten.

Die fünf vivates Module «Patientendossier», «Zuweisung», «Medikation», «Behandlungsplan» und «Berichtstransfer» funktionieren wie Drehscheiben: Sie nehmen klar festgelegte Informatio-

nen auf, stellen den Akteuren entlang des Behandlungspfades die medizinischen Daten hochsicher und verschlüsselt zur Verfügung. Die behandelnden Ärzte, Spezialisten oder Pflegenden können exklusiv und zur gewünschten Zeit auf die spezifischen Daten zugreifen. vivates bietet je nach Bedürfnis der Akteure verschiedene massgeschneiderte E-Health-Lösungen an: So arbeitet immer die richtige «Drehscheibe» – das genau passende Modul – zwischen den Gesundheitsakteuren.

Alle vivates Module sind uneingeschränkt miteinander kombinierbar; die Bedürfnisse der Kunden geben die jeweilige Zusammensetzung und damit das Endprodukt vor. Entscheidend ist auch, dass sämtliche vivates Module sicher, effizient und kostensparend sind. Sie tragen dazu bei, die Qualität der medizinischen Leistungen in der Schweiz zu steigern. vivates ist schweizweit die einzige Lösung, die alle Empfehlungen von eHealth Suisse erfüllt.



Die Schweizerische Post AG  
Entwicklung und Innovation  
Wankdorfallee 4  
3030 Bern

Intranet: [pww.post.ch/innovation](http://pww.post.ch/innovation)  
[www.post.ch/innovation](http://www.post.ch/innovation)  
[innovation@post.ch](mailto:innovation@post.ch)

