

# Datenkultur bei der Post - Einblick in die Werkstatt

---

*Anregungen für zukünftige Projekte*  
*18. September 2025*



# WoD



## World of Data

## Willkommen in der Schweiz

18/09/2025

powered by  **b.telligent**  
smart data. smart decisions.

Datenkultur bei der Schweizerischen Post - Blick in die Werkstatt - WoD 2025 Basel - Raphael Bauhofer

# Schon doof, oder?



# Über mich

# Lead **Personal-** und **Organisationsentwicklung**  
für **PostNetz**, **PostAuto** und **Post-Immobilien-**  
**Services**

# ex Stream Lead für **Mitarbeitende & Kultur**  
beim Programm **Kundenwissen**



# Darüber möchte ich heute sprechen

- 1 Was verstehen wir unter Datenkultur?
- 2 Warum ist die Datenkultur wichtig für die Post?
- 3 Was haben wir bei der Post dazu im Rahmen des Programms *Kundenwissen* gemacht?

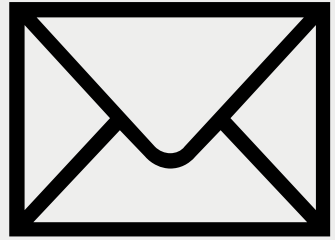


# Was verstehen wir unter Datenkultur

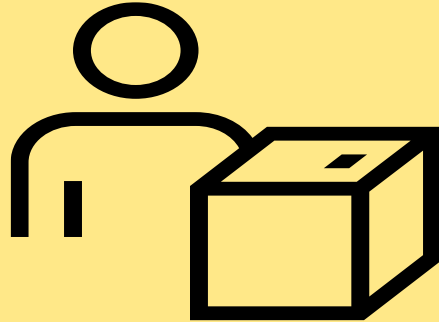
*Datenkultur ist ein Teilbereich der **Unternehmenskultur**. Sie umfasst alle gemeinsamen **Werte, sozialen Normen** und **Denkweisen**, die das **Verhalten** der Organisationsmitglieder im **Umgang mit Daten** bestimmen. Eine datengetriebene Unternehmenskultur behandelt Daten als **wichtige Ressource**, die **Handlungen** und **Entscheidungen** auf allen Ebenen der Organisation wesentlich beeinflusst.*

In Anlehnung an **BARC**

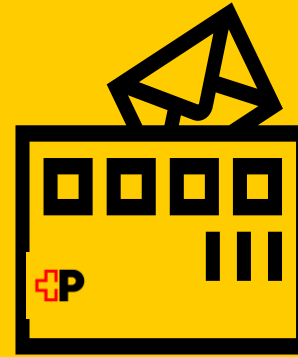
# Die Cash Cows geben immer weniger Milch



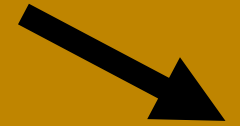
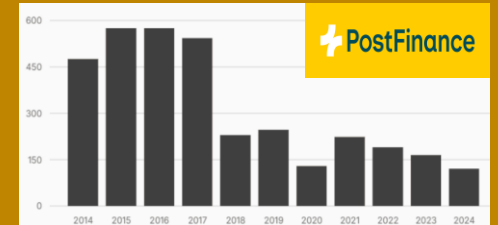
**Rückgang  
Briefvolumen**



**Tiefe Marge im  
Paketgeschäft**

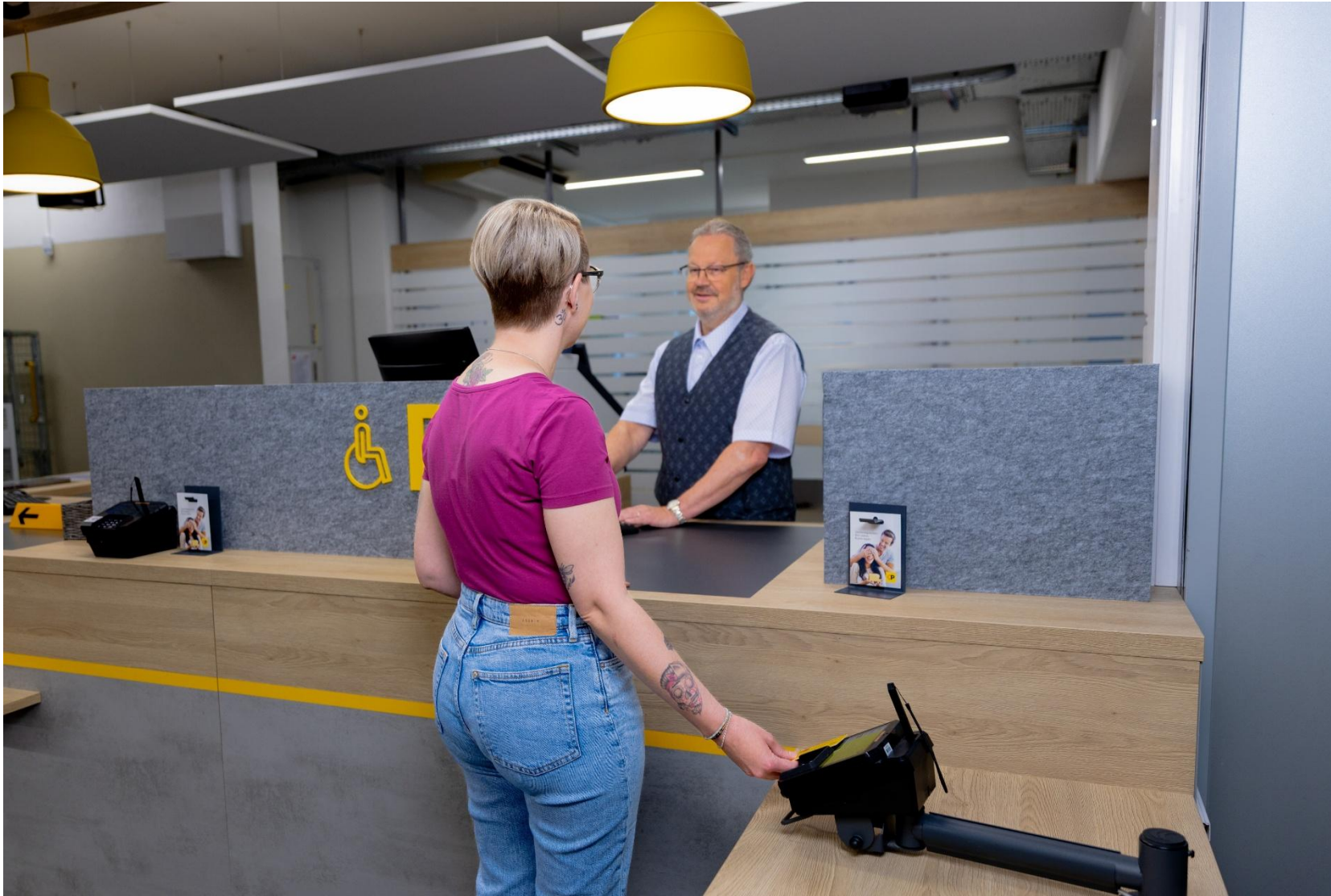


**Rückgang  
Schalter-  
geschäft**



**Rückgang  
Gewinn**

# Kundenwissen – worum geht es



# Herausforderungen auf dem Weg in Datenkultur



**Arbeiten in  
(Daten)silos**



**Fehlende  
Zuständigkeiten**



**Geringe Data  
Literacy**



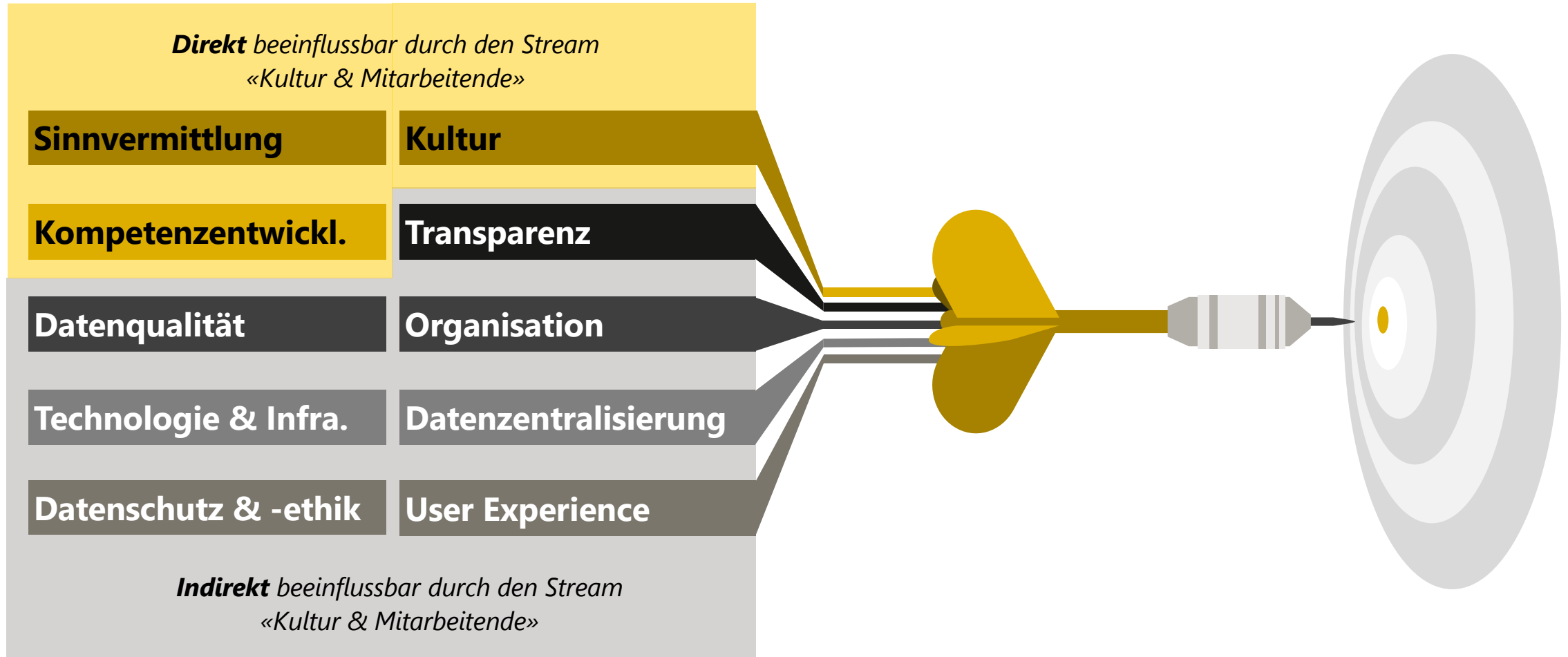
**Dezentrale  
Organisation**



**Vielsprachigkeit**



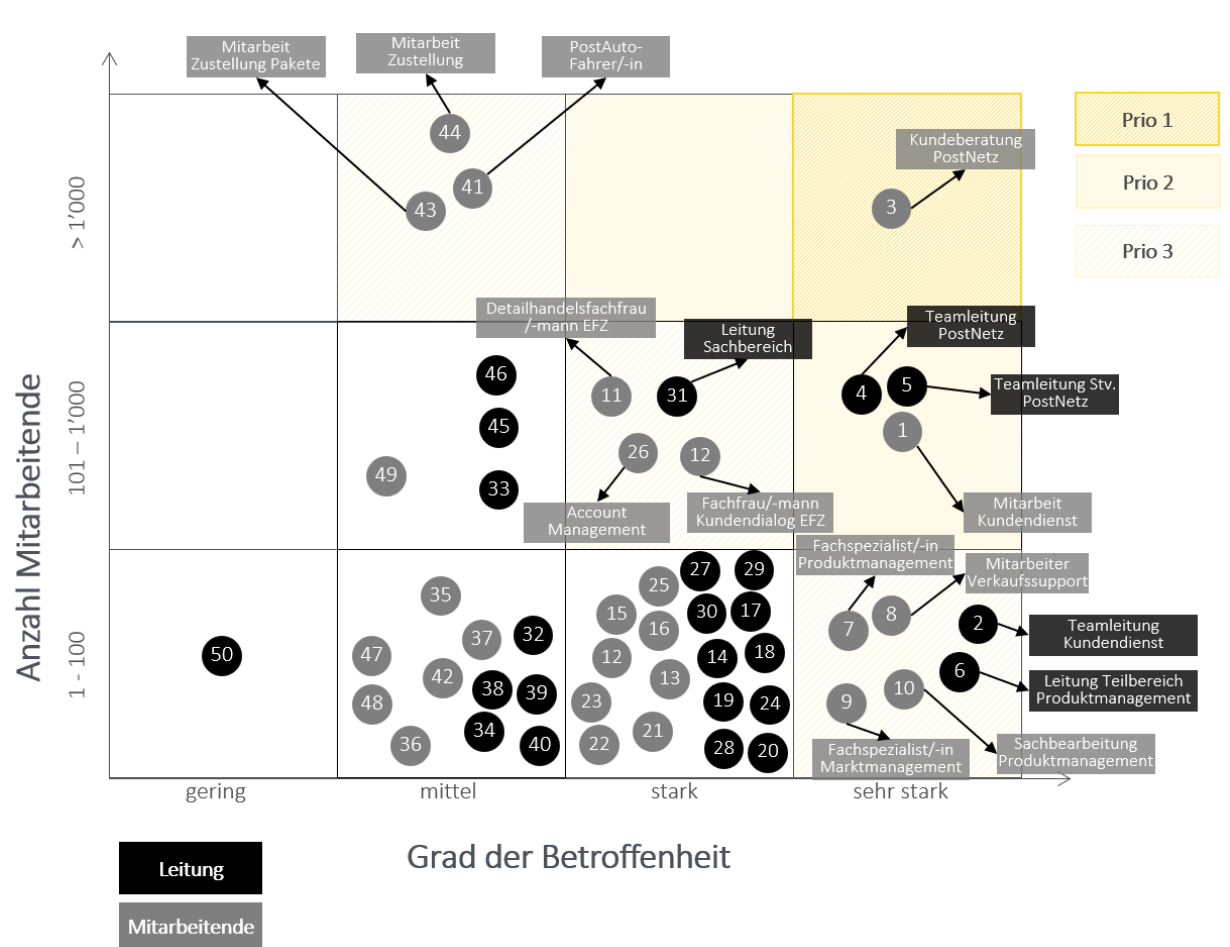
# Identifikation von Erfolgsfaktoren fürs Programm



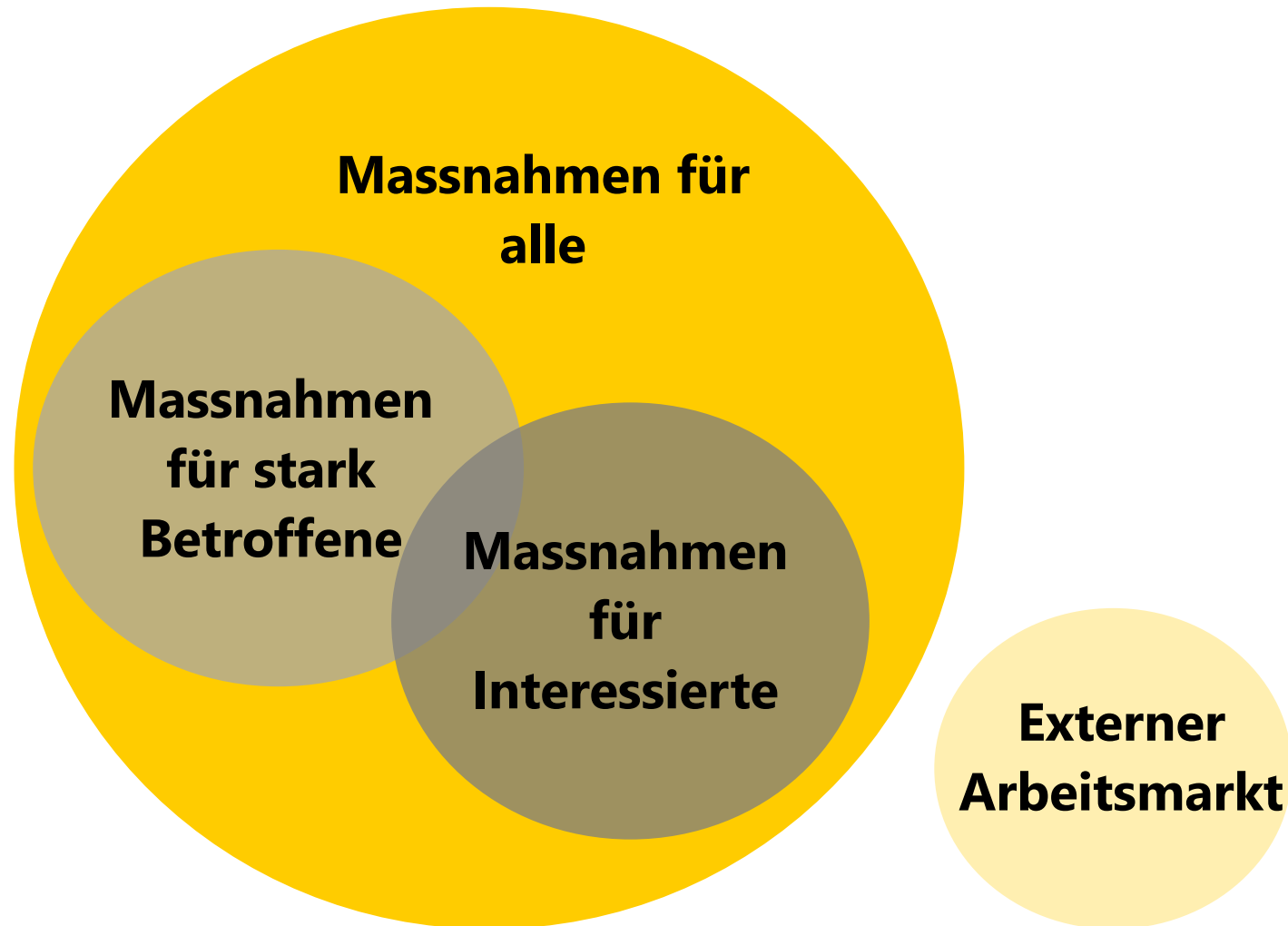
# Eine erste Betroffenheitsanalyse gibt einen Überblick der zu priorisierenden Funktionen

## Deep Dive

Nr. Stelle / Funktion	Betroffenheit	Nr. Stelle / Funktion	Betroffenheit
1 Mitarbeit Kundendienst	Sehr stark	26 Account Management	Stark
2 Teamleitung Kundendienst	Sehr stark	27 Leitung Teilbereich Verkauf	Stark
3 Kundenberatung PostNetz	Sehr stark	28 Teamleitung Marketing	Stark
4 Teamleitung PostNetz	Sehr stark	29 Leitung Fachbereich	Stark
5 Teamleitung Stv. PostNetz	Sehr stark	30 Leitung Funktionsbereich	Stark
6 Leitung Teilbereich Produktmanagement	Sehr stark	31 Leitung Sachbereich	Stark
7 Fachspezialist/-in Produktmanagement	Sehr stark	32 Leitung Teilbereich PostAuto	Mittel
8 Mitarbeit Verkaufssupport	Sehr stark	33 Teamleitung Fahrpersonal	Mittel
9 Fachspezialist/-in Marktmanagement	Sehr stark	34 Leitung Teilbereich Marketing	Mittel
10 Sachbearbeitung Produktmanagement	Sehr stark	35 Fachspezialist/-in Marketing	Mittel
11 Detailhandelsfachfrau/-mann EFZ	Stark	36 Kundenlenkung PostAuto	Mittel
12 Fachfrau/-mann Kundendialog EFZ	Stark	37 Sachbearbeitung PostAuto	Mittel
13 Fachspezialist/-in Kundendienst	Stark	38 Teamleitung Fahrausweiskontrolle	Mittel
14 Leitung Teilbereich Kundendienst	Stark	39 Leitung Konzernbereich	Mittel
15 Sachbearbeitung Kundendienst	Stark	40 Leitung Konzerngesellschaft	Mittel
16 Fachspezialist/-in PostNetz	Stark	41 PostAuto-Fahrer/-in	Mittel
17 Leitung Gebiet PostNetz	Stark	42 PostAuto-Fahrer/-in ScolaCar	Mittel
18 Leitung Gebiet Stv. PostNetz	Stark	43 Mitarbeit Zustellung Pakete	Mittel
19 Leitung Region Stv. PostNetz	Stark	44 Mitarbeit Zustellung	Mittel
20 Leitung Teilbereich PostNetz	Stark	45 Teamleitung Stv. Zustellung	Mittel
21 Mitarbeit PostNetz	Stark	46 Teamleitung Zustellung	Mittel
22 Sachbearbeitung PostNetz	Stark	47 Mitarbeit Frühzustellung	Mittel
23 Sachbearbeitung Verkauf	Stark	48 Verträgerchef/-in	Mittel
24 Teamleitung Verkauf	Stark	49 Fahrausweiskontrolleur/-in	Mittel
25 Fachspezialist/-in Verkauf	Stark	50 Bereichsleitung Distribution	Gering

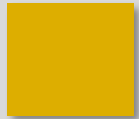


# Zur Erreichung einer (kulturellen) Veränderung sind unterschiedliche *Arten* von Massnahmen notwendig

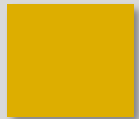


# Mögliche Massnahmen pro Zielgruppe

## Massnahmen für alle



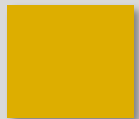
> **Change Story**



> **“Mach mit”**

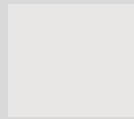


> **SharePoint Seiten/  
Intranet**

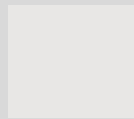


> **Film**

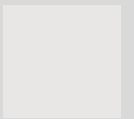
## Massnahmen für Interessierte



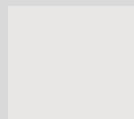
> **Brown Bag  
Meeting**



> **Infoveran-  
staltung**

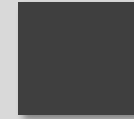


> **Allg. Mitarbeiter-  
befähigung**



> **Lernvideos**

## Massnahmen für stark Betroffene



> **Impact-  
analyse**



> **Sensibilisierung  
Führungspersonen**



> **Schulungen  
/ Workshops**



> **Champions /  
Super User**

# Bewertung der Massnahmen

## Impact

**Reichweite**

**Kosten bei Nichtumsetzung**

**Nachhaltigkeit des Impacts**

## Umsetzbarkeit

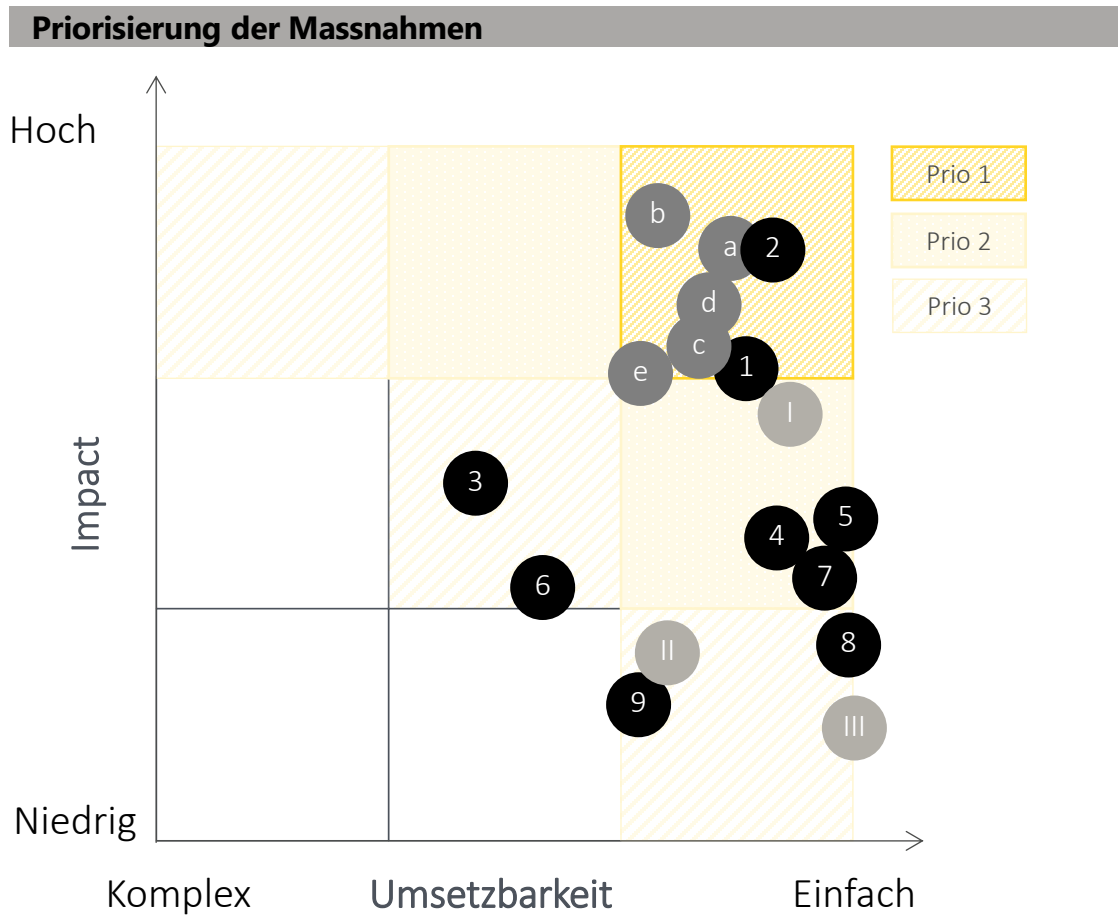
**Involvierte Stellen für die Umsetzung**

**Kosten Umsetzung**

**Technische Komplexität**

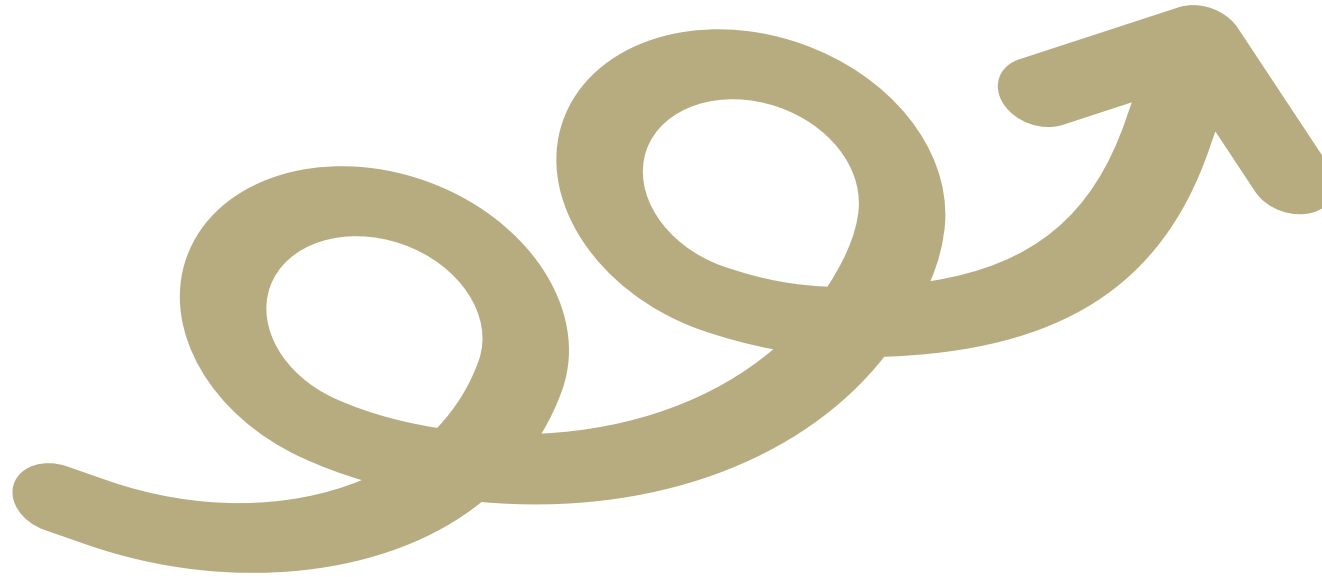


# Priorisierung der Massnahmen & abgeleitete Tasks



Empfehlung der nächsten Schritte aus Sicht Kultur & Mitarbeitende	
#	Empfehlung der nächsten Schritte
<b>Impactanalyse</b> Stark Betroffene	Durchführung einer Impactanalyse des priorisierten Use Cases (NBOs): 1. Analyse des Veränderungsgrades (Unterschied zwischen aktueller und zukünftiger Arbeitsweise & Auswirkung auf Mitarbeitende) 2. Ableitung von Handlungsempfehlungen
«Mach mit» Alle	Umsetzung «Mach mit» in Zusammenarbeit mit Kommunikation
<b>Change Story &amp; Kommunikationsmassnahmen</b> Alle	Erarbeitung und Umsetzung einer übergeordneten Change Story für das Programm (in Zusammenarbeit mit Kommunikation) Erarbeitung und Umsetzung von spezifischen, individualisierten Kommunikationen, welche die Handlungsfelder positiv beeinflussen
<b>Lernmaterial, Schulungen &amp; Workshops</b> Stark Betroffene	Erstellung (rollen- und kontextbasierter) Lernpfade basierend auf vorhandenen Materialien (Schritt 1) Weitere Schulungs- und Workshopthemen nach Absprache mit den Streams auszuarbeiten, sobald erste Programmfortschritte erzielt wurden (Schritt 2)
<b>Sensibilisierung Führungspersonen</b> Stark Betroffene	Konkrete Ausarbeitung von Möglichkeiten zur Sensibilisierung von Führungspersonen.
<b>Champions &amp; Super User</b> Stark Betroffene	Innovators und Early Adopters identifizieren und spezifische Massnahmen ausarbeiten, um diese als Katalysatoren nutzen zu können.

# Lernpfad: Befähigung ist mehr als eine Schulung

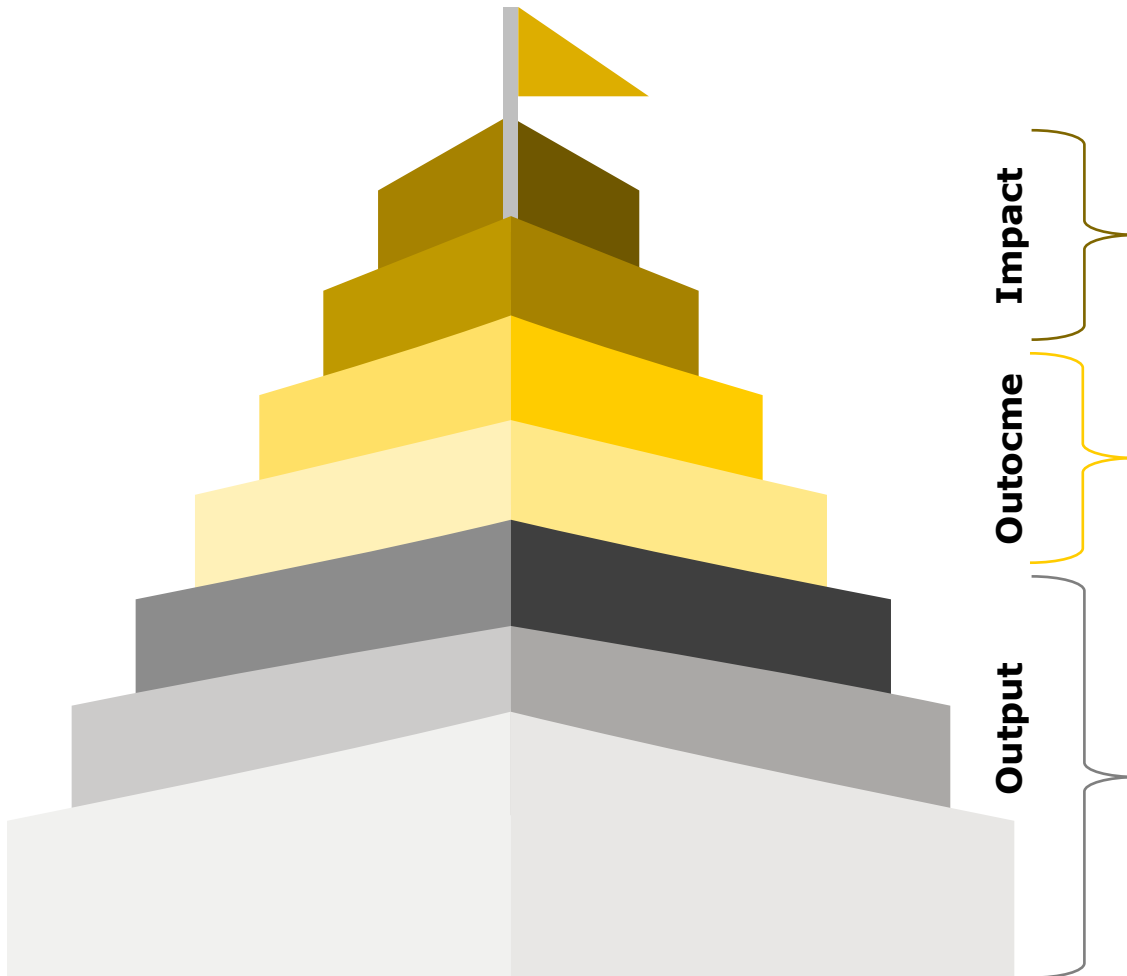


**Check-in &  
Onboarding**

**Trainieren &  
Transferieren**





**Verankerung &  
Check up**

## Zielerreichung: Wie messe ich die Wirksamkeit?



- Eingesparte Zeit dank datenbasierter Entscheidungsfindung
- Return on Data: Bewertung des monetären Mehrwerts, den datenbasierte Entscheidungen generieren
- Quiz / Test nach Schulung
- Zufriedenheit der Mitarbeitenden
- Regelmässige Bewertung der Maturität der Erfolgsfaktoren
- Anzahl Mitarbeitende, die an Schulung teilnehmen
- Anzahl Klicks auf Website

# Aktueller Stand

-  In wie vielen Leitungsteams gibt es ein festes Traktandum, bei dem auf KPIs geschaut wird und diese besprochen werden
-  Wie ist der Prozentsatz der Verwendung von mit KI generierten next best offers im Verkaufsgespräch
-  Wie viel Prozent der Entscheidungsanträge sind mit Daten begründet
-  Anzahl Verbesserungen der customer journey aufgrund von Datenauswertungen

# Was gibt es noch für Massnahmen die auf die Kultur einzahlen

**Analytics Translator Schulung**

**Digital Partner Rolle**

**BI Self Service Hub**

**Citizen Development  
Program**

**Data Minds Programm**

**Digital Champion Programm**



# Wrapp up

👉 Es ist notwendig und lohnenswert, in Datenkultur zu investieren

👉 Es braucht Topmanagement Buy-IN

👉 Es braucht viele Ressourcen und einen langen Atem

👉 Es braucht Massnahmen auf verschiedenen Ebenen

**Danke für eure  
Aufmerksamkeit!  
Fragen?**

