

# Datenkultur bei der Post - Einblick in die Werkstatt

---

Anregungen für zukünftige Projekte  
18. September 2025



18/09/2025

powered by  b.telligent

# 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

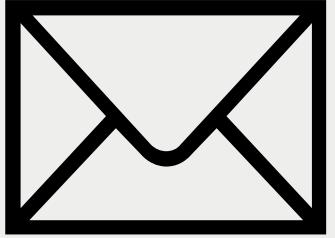
- 1 Was verstehen wir unter Datenkultur?
- 2 Warum ist die Datenkultur wichtig für die Post?
- 3 Was haben wir bei der Post dazu im Rahmen des Programms *Kundenwissen* gemacht?

# Was verstehen wir unter Datenkultur

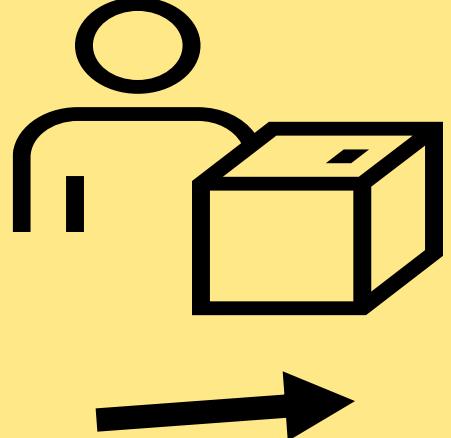
Datenkultur ist ein Teilbereich der **Unternehmenskultur**. Sie umfasst alle gemeinsamen **Werte, sozialen Normen und Denkweisen**, die das **Verhalten** der Organisationsmitglieder im **Umgang mit Daten** bestimmen. Eine datengetriebene Unternehmenskultur behandelt Daten als **wichtige Ressource**,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

In Anlehnung an **BARC**

# Die Cash Cows geben immer weniger Milch



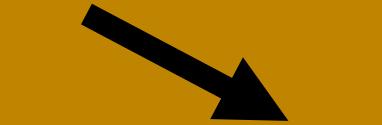
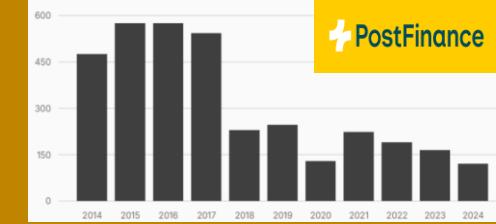
**Rückgang  
Briefvolumen**



**Tiefe Marge im  
Paketgeschäft**

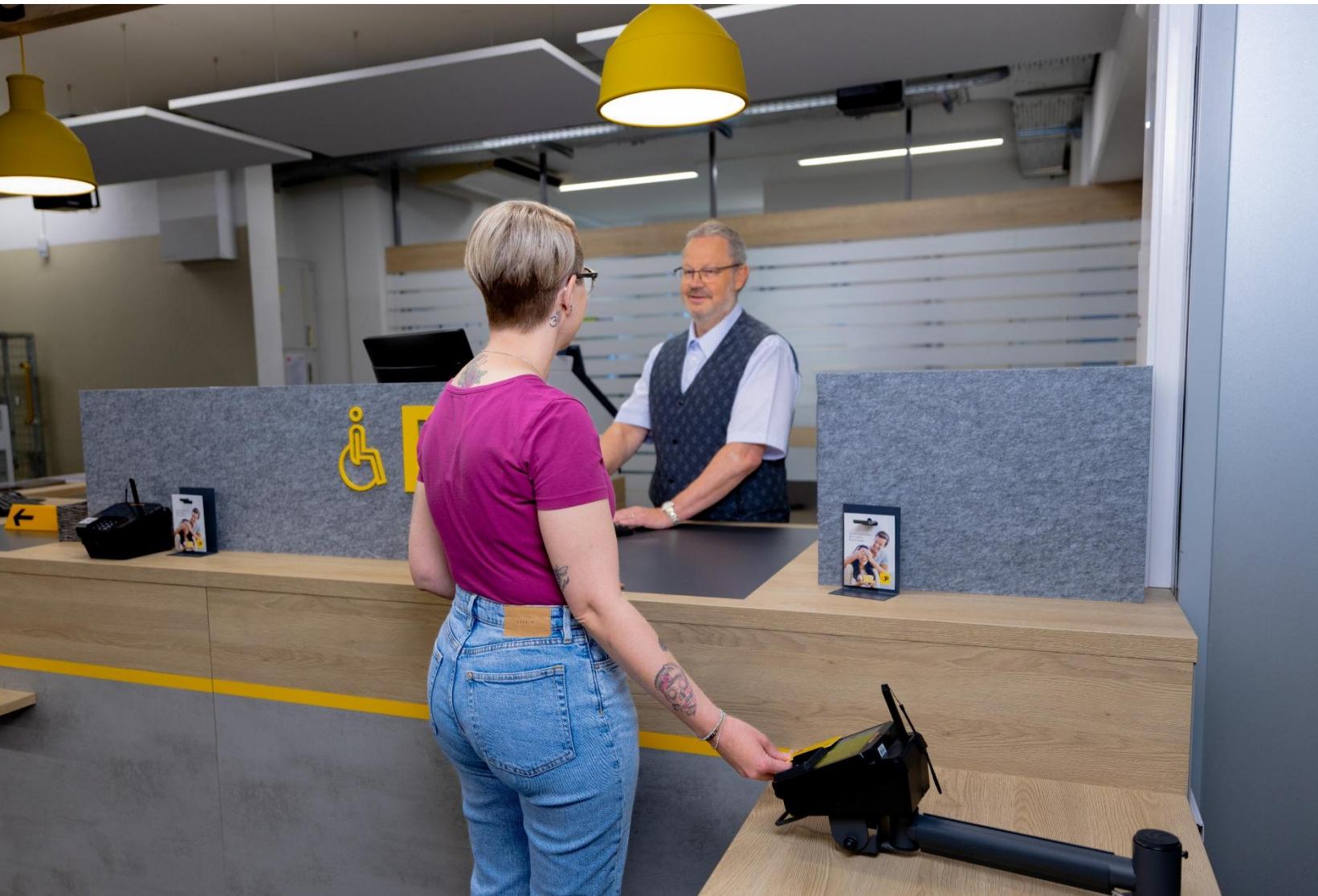


**Rückgang  
Schalter-  
geschäft**



**Rückgang  
Gewinn**

# Kundenwissen – worum geht es



# Herausforderungen auf dem Weg in Datenkultur



**Arbeiten in  
(Daten)silos**



**Fehlende  
Zuständigkeiten**



**Geringe Data  
Literacy**

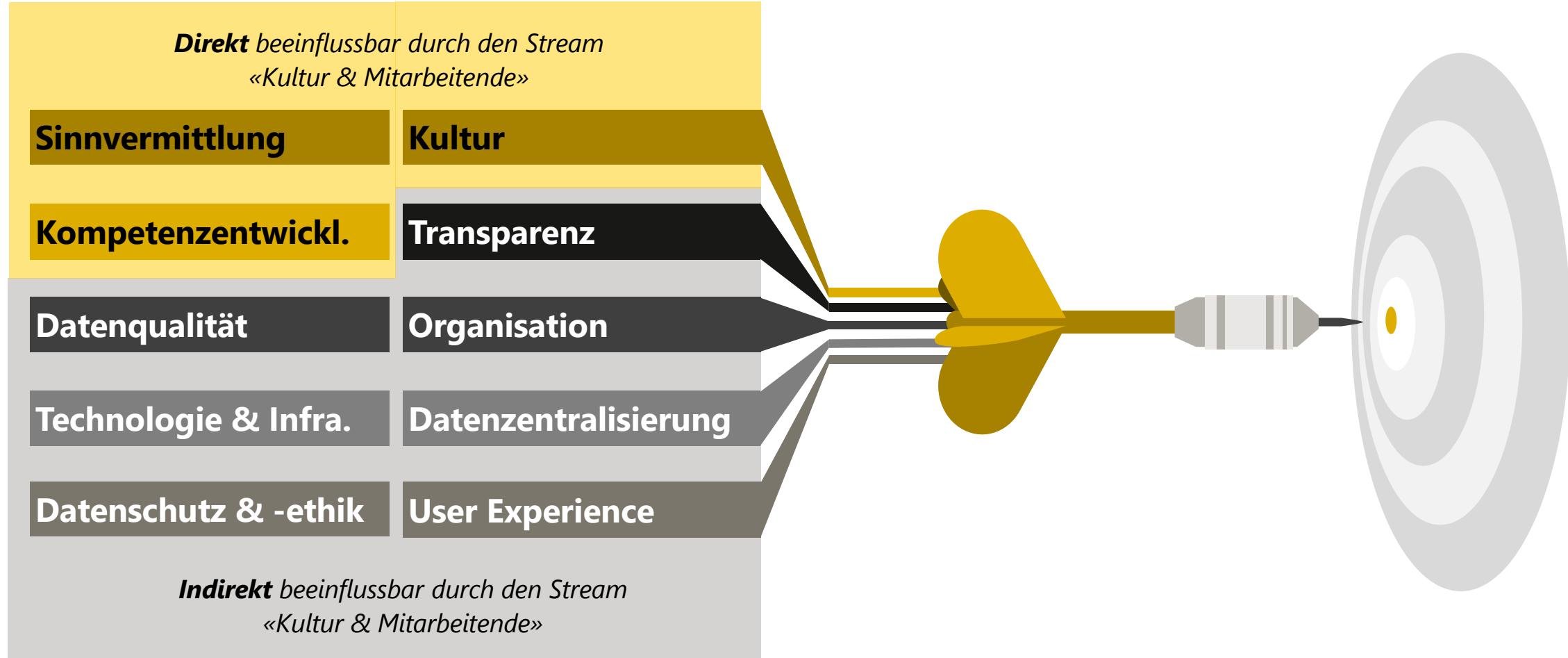


**Dezentrale  
Organisation**



**Vielsprachigkeit**

# Identifikation von Erfolgsfaktoren fürs Programm

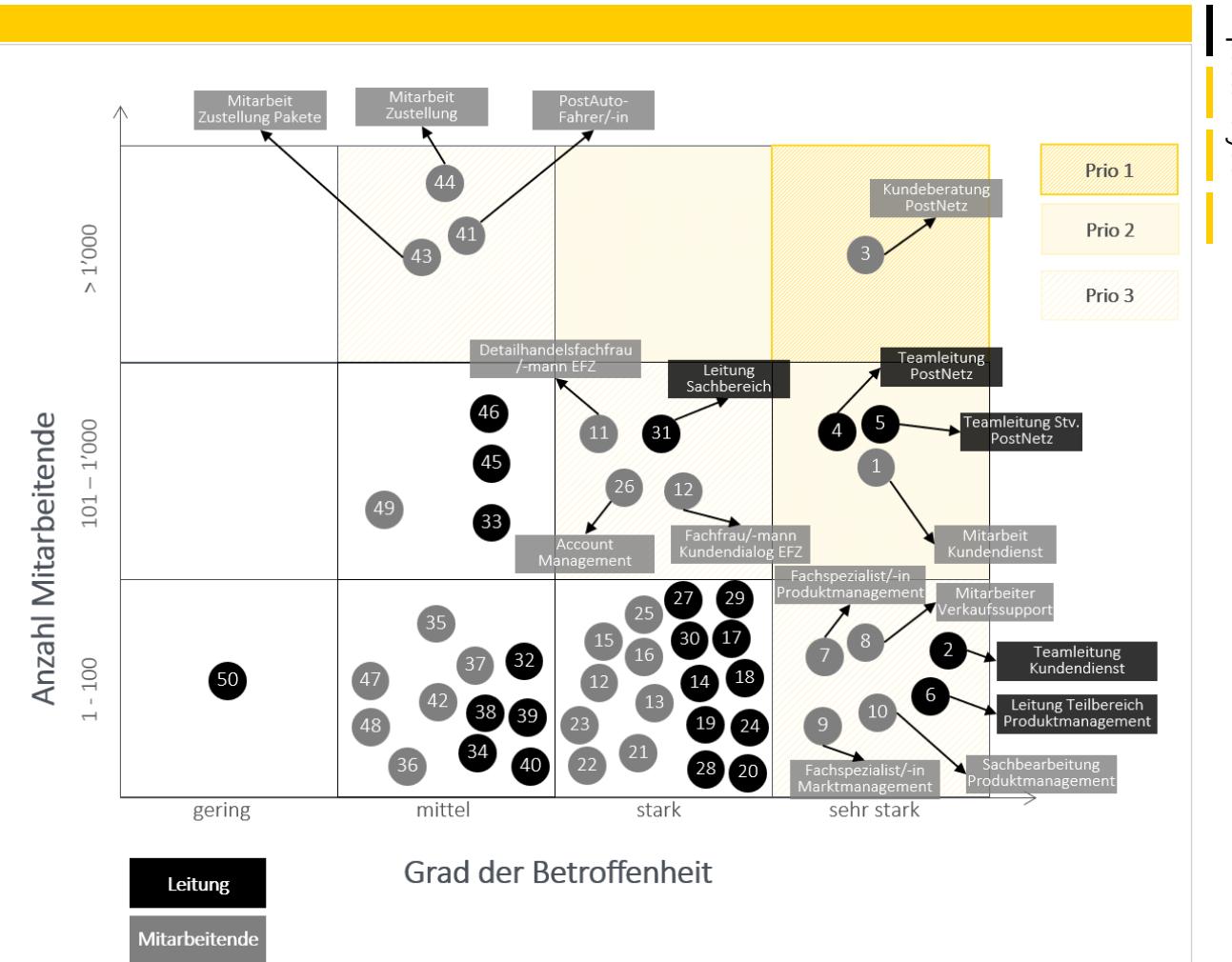


**Eine erste Betroffenheitsanalyse gibt einen Überblick der zu priorisierenden Funktionen**

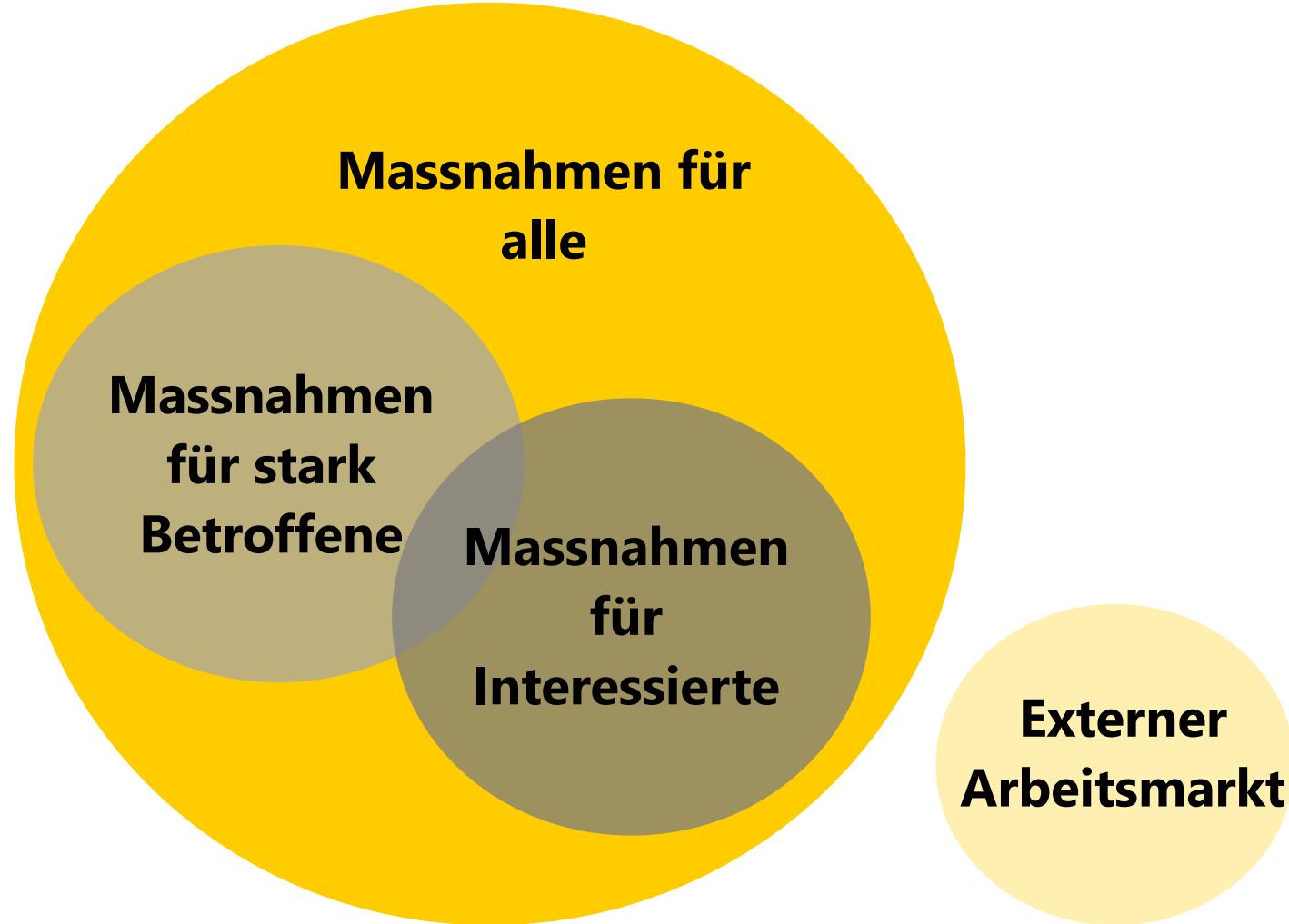
## Deep Dive

Nr. Stelle / Funktion	Betroffene
1 Mitarbeit Kundendienst	Sehr stark
2 Teamleitung Kundendienst	Sehr stark
3 Kundenberatung PostNetz	Sehr stark
4 Teamleitung PostNetz	Sehr stark
5 Teamleitung Stv. PostNetz	Sehr stark
6 Leitung Teilbereich Produktmanagement	Sehr stark
7 Fachspezialist/-in Produktmanagement	Sehr stark
8 Mitarbeit Verkaufssupport	Sehr stark
9 Fachspezialist/-in Marktmanagement	Sehr stark
10 Sachbearbeitung Produktmanagement	Sehr stark
11 Detailhandelsfachfrau/-mann EFZ	Stark
12 Fachfrau/-mann Kundendialog EFZ	Stark
13 Fachspezialist/-in Kundendienst	Stark
14 Leitung Teilbereich Kundendienst	Stark
15 Sachbearbeitung Kundendienst	Stark
16 Fachspezialist/-in PostNetz	Stark
17 Leitung Gebiet PostNetz	Stark
18 Leitung Gebiet Stv. PostNetz	Stark
19 Leitung Region Stv. PostNetz	Stark
20 Leitung Teilbereich PostNetz	Stark
21 Mitarbeit PostNetz	Stark
22 Sachbearbeitung PostNetz	Stark
23 Sachbearbeitung Verkauf	Stark
24 Teamleitung Verkauf	Stark
25 Fachspezialist/-in Verkauf	Stark

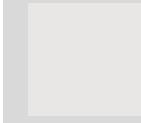
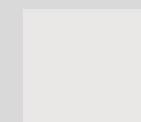
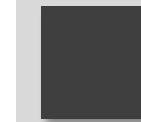
<b>Nr. Stelle / Funktion</b>	<b>Betroffenheit</b>
26 Account Management	Stark
27 Leitung Teilbereich Verkauf	Stark
28 Teamleitung Marketing	Stark
29 Leitung Fachbereich	Stark
30 Leitung Funktionsbereich	Stark
31 Leitung Sachbereich	Stark
32 Leitung Teilbereich PostAuto	Mittel
33 Teamleitung Fahrpersonal	Mittel
34 Leitung Teilbereich Marketing	Mittel
35 Fachspezialist/-in Marketing	Mittel
36 Kundenlenkung PostAuto	Mittel
37 Sachbearbeitung PostAuto	Mittel
38 Teamleitung Fahrausweiskontrolle	Mittel
39 Leitung Konzernbereich	Mittel
40 Leitung Konzerngesellschaft	Mittel
41 PostAuto-Fahrer/-in	Mittel
42 PostAuto-Fahrer/-in ScolaCar	Mittel
43 Mitarbeit Zustellung Pakete	Mittel
44 Mitarbeit Zustellung	Mittel
45 Teamleitung Stv. Zustellung	Mittel
46 Teamleitung Zustellung	Mittel
47 Mitarbeit Frühzustellung	Mittel
48 Verträgechef/-in	Mittel
49 Fahrausweiskontrolleur/-in	Mittel
50 Bereichsleitung Distribution	Gering



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



# Mögliche Massnahmen pro Zielgruppe

Massnahmen für alle	Massnahmen für Interessierte	Massnahmen für stark Betroffene
 > <b>Change Story</b>	 > <b>Brown Bag Meeting</b>	 > <b>Impact-analyse</b>
 > <b>“Mach mit”</b>	 > <b>Infoveranstaltung</b>	 > <b>Sensibilisierung Führungspersonen</b>
 > <b>SharePoint Seiten/ Intranet</b>	 > <b>Allg. Mitarbeiterbefähigung</b>	 > <b>Schulungen / Workshops</b>
 > <b>Film</b>	 > <b>Lernvideos</b>	 > <b>Champions / Super User</b>

# Bewertung der Massnahmen

## Impact

Reichweite

Kosten bei Nichtumsetzung

Nachhaltigkeit des Impacts

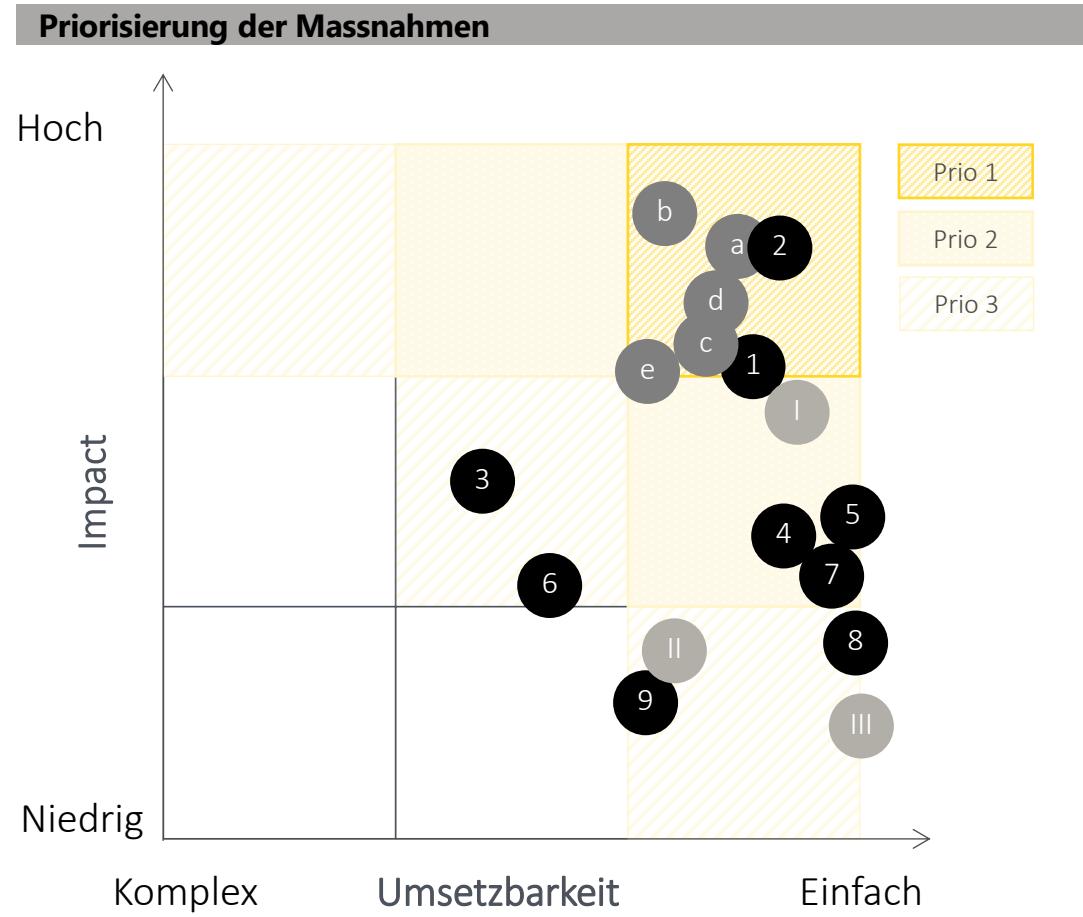
## Umsetzbarkeit

Involvierte Stellen für die Umsetzung

Kosten Umsetzung

Technische Komplexität

# Priorisierung der Massnahmen & abgeleitete Tasks



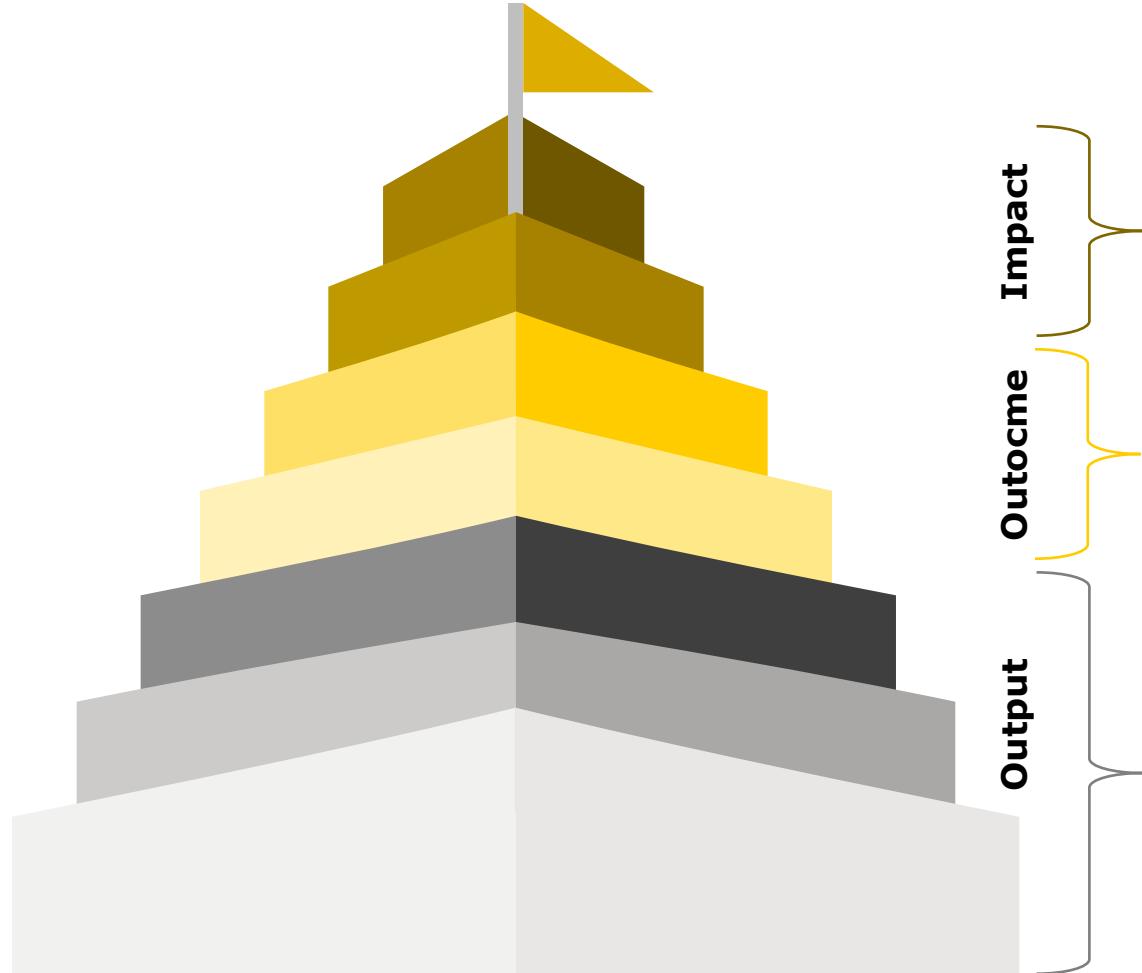
## Empfehlung der nächsten Schritte aus Sicht Kultur & Mitarbeitende

#	Empfehlung der nächsten Schritte
<b>Impactanalyse Stark Betroffene</b>	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
<b>«Mach mit» Alle</b>	Umsetzung «Mach mit» in Zusammenarbeit mit Kommunikation
<b>Change Story &amp; Kommunikationsma- snahmen Alle</b>	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 Stark Betroffene</b>	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 Führungs- personen Stark Betroffene</b>	Konkrete Ausarbeitung von Möglichkeiten zur Sensibilisierung von Führungspersonen.
<b>Champions &amp; Super User Stark Betroffene</b>	Innovators und Early Adopters identifizieren und spezifische Massnahmen ausarbeiten, um diese als Katalysatoren nutzen zu können.

# Lernpfad: Befähigung ist mehr als eine Schulung



# 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?**

