

Mit Begeisterung zur Elektroflotte

In den letzten zehn Jahren hat die Post gemeinsam mit dem Unternehmen Kyburz eine Elektroflotte für ihre Briefträgerinnen und Briefträger entwickelt und realisiert. Möglich war dieser innovative Umbruch dank Verbesserungen auf allen Ebenen der Nachhaltigkeit und Begeisterung von allen Seiten.

von Bernhard Häuselmann

Seit zehn Jahren arbeitet die Post nun schon mit Elektrorollern. Dahinter steckt ein langer Entwicklungsweg. Betrachtet man die Stückzahlen, kann man durchaus von einem Durchbruch sprechen: Rund 7000 Elektroroller vom speziell für die Post entwickelten Modell DXP der Firma Kyburz sind heute standardmässig im Einsatz und ersetzen die benzinbetriebenen Kleinmotorräder – sogenannte Klemos in Post-Umgangssprache.

Wie ist dieser Durchbruch gelungen? Damit Innovationen Fuss fassen können, müssen sie zunächst auf drei Ebenen überzeugen können: ökonomisch, ökologisch und sozial.

Vorteile auf drei Ebenen

Ein wichtiger Treiber für die Entwicklung waren die ökologischen Zielvorgaben auf Konzernebene. CO₂-Reduktion hat mittlerweile Tradition bei der Post. Entsprechend gibt es klare Vorgaben dazu, mehr Energie aus erneuerbaren Quellen zu beziehen. Die Beschaffung des Konzerns richtet sich ausserdem nach einem möglichst geringen Ressourcenverbrauch; das heisst, lange Lebensdauer und weniger Neuananschaffungen sind gefragt. Das kann der DXP gewährleisten: Er verfügt nicht nur über einen Elektroantrieb, sondern ist auch deutlich länger im Einsatz als die Klemos. Das ist nicht nur aus ökologischer, sondern auch aus ökonomischer Perspektive interessant. Der Bereich Briefpost hat ein grosses Interesse daran, volatile Kosten, wie sie durch fossile Brennstoffe generiert werden, durch planbare Kosten abzulösen. Ein weiterer Fokus liegt auf der Effizienz von Prozessen – ein wichtiges Thema angesichts sinkender Briefvolumen. Der DXP verfügt über eine grössere Reichweite und mehr Lastenvolumen als das Klemo. Das heisst, die Briefträger müssen seltener zurückfahren, um nachzuladen. Die daraus entstehende Zeitersparnis erscheint auf den ersten Blick zwar klein, in der Summe fällt sie aber deutlich ins Gewicht: Eine Minute weniger pro Tag und Briefträger

bringt über das ganze Jahr gerechnet eine Kostenreduktion von vier Millionen Franken.

Und auch die sozialen Faktoren und gesundheitliche Aspekte sprechen klar für den DXP. Das Klemo besass einen zentralen Ständer. Bei jedem Stopp mussten die Briefträger den schwer beladenen Klemo auf den Ständer aufbocken respektive wieder lösen. Eine äusserst repetitive und einseitige Belastung, die sich auf Dauer negativ auf Rücken und Nacken auswirken kann. Der DXP punktet mit ständerfreiem Betrieb und automatischer Parkbremse, womit diese Belastungen wegfallen.

Ein weiterer Pluspunkt ist die Sicherheit: Der DXP ermöglicht eine verbesserte Fahrsicherheit und Balance vor allem bei winterlichen Verhältnissen und bietet einen sichereren Anhängerbetrieb sowie einen hohen Sitz- und Fahrkomfort. Ein nicht zu unterschätzender Faktor: Gefällt dem Briefträger das Fahrgefühl, steigt auch seine Identifikation mit Beruf und Unternehmen. Das wirkt sich wiederum positiv auf das Image des Konzerns aus. Denn der Briefträger ist ein fahrender Flagship-Store der Post und trägt seine Begeisterung in die Bevölkerung.

Positives Feedback

Ein wichtiges Ziel der Post ist, sich als nachhaltiges Unternehmen zu positionieren. Die Schweizer Bevölkerung soll stolz sein dürfen, über eine innovative Post zu verfügen. Der Umstieg auf die Elektroflotte unterstützte dieses Ziel und stärkte das Image des Unternehmens. Die Bevölkerung nahm die Veränderung wahr und das Feedback war grösstenteils positiv.

Natürlich gab es nach der Umstellung auch Reklamationen: Briefträger dürfen dank einer Sonderbewilligung über die Gehsteige fahren, wo sie auch den Passanten nahekommen können. Der DXP fährt sehr leise, einigen sogar etwas zu leise. Auch um dieses Problem zu lösen, hat die Post eine innovative Lösung entwickelt: Die gesamte Flotte wurde mit Klingeln nachge-

rüstet, die seither Fussgänger auf die Roller aufmerksam machen.

Begeisterung auf vielen Ebenen

Der DXP punktet also auf allen Ebenen der Nachhaltigkeit. Durchsetzen konnte er sich dennoch nur dank einem integrierten Beschaffungs- und Entwicklungsprozess. Was braucht es, damit ein solcher Prozess überhaupt in Gang kommt?

Wichtig für die Umsetzung der Elektroflotte der Post war ein Dialogverfahren oder, wie man es auch nennen könnte: begeistertes Engagement aller Beteiligten. Denn ohne Begeisterung und Inputs von verschiedenen Seiten wäre es nie zu dieser Innovation gekommen. Die Beschaffungsfachleute liessen sich begeistern, weil sie weltweit nach neuen technischen Komponenten suchen konnten. Das sogenannte Tech-Scouting ist in einer globalisiert-digitalen Welt die essenzielle Rolle von Beschaffenden: Sie scannen den Markt im Hinblick auf die Bedürfnisse ihrer Organisation und bringen technologische Innovationen ins Unternehmen. Der Flottenmanager der Post sah dadurch früh die grosse Chance zur Weiterentwicklung seiner Flotte.

Die Firma Kyburz wiederum liess sich für das Tuning der früher vom Design her eher bescheidenen Elektrofahrzeuge begeistern. Die Nachhaltigkeitsabteilung der Post sah das Gesamtpotenzial und leistete eine Anschubfinanzierung aus dem CO₂-Fonds. Die Personalabteilung erkannte die positiven Effekte auf die Gesundheit und rechnete mit sinkenden Langzeitabsenzen bei den Angestellten. Die Abteilung Unternehmenssicherheit erkannte die Vorteile für die Fahrsicherheit und entwickelte Fahrkurse und Simulatoren, die den Effekt noch verstärkten. Und nicht zuletzt waren die Briefträgerinnen und Briefträger begeistert von den neuen Gefährten und lieferten nach den ersten Probefahrten wertvolle Verbesserungsvorschläge, die bei Kyburz wiederum neue Ideen zum Tuning anregten. So standen die Beteiligten in regelmässigem Austausch, bis das für die



Vom Klemo zum Elektrodreirad: Eine Flotte aus 7000 DXP transportiert in der Schweiz die Post zu den Empfängern.

Bedürfnisse der Post perfekte Produkt entwickelt war.

Es lohnt sich, auf Innovation zu setzen

Dank dieser vielschichtigen Begeisterung konnte sich die Elektroflotte durchsetzen. Und dabei sollte es nicht bleiben. Die Elektro-Dreiradflotte beflügelt auch heute noch weitere Visionäre und es entstehen laufend neue Projekte, die darauf aufbauen. So zum Beispiel für die Batterien der Elektroroller: Wenn nach vielen Ladezyklen die Leitungskapazität der Batterien gegen 80 Prozent sinkt, können sie nicht mehr für den Tagesbetrieb der DXP zum Einsatz kommen. 80 Prozent reichen nicht aus, um die nötigen Distanzen mit der schweren Ladung zurückzulegen. Die Batterien sind dann aber noch lange nicht am Ende ihres Lebenszyklus angelangt. Um

die aussortierten Batterien weiterhin nutzbringend einsetzen zu können, wurden sie zu Speichereinheiten für die Photovoltaikanlagen auf den Dächern verschiedener Poststandorte umfunktioniert. An diese Speichereinheiten sind dann wiederum die Ladestationen der DXP angeschlossen. So lässt sich die Flotte mehr oder weniger energieautark betreiben.

Im Zuge der neuen logistischen Möglichkeiten der DXP-Flotte ergeben sich auch ganz neue Geschäftsfelder. Die Kernkompetenz der Post beschränkt sich nicht auf die Zustellung von Briefen und Paketen – im Grunde ist sie eine Spezialistin für Logistik, insbesondere auf der letzten Meile zum Kunden. Sie bringt Dinge, kann sie aber auch abholen. Das funktioniert beispielsweise schon für Pakete. Aktuell sind verschiedene Pilotprojekte in Gang, die diese Möglichkeiten weiter auslo-

ten. So sind inzwischen auch DXP für die Sammlung von Alttextilien oder -papier unterwegs.

An Ideen für zukünftige Projekte und Aufgaben für die Elektroflotte mangelt es auf jeden Fall nicht. So kann ein klar begrenzter Beschaffungsauftrag weitere Innovationen auslösen und der Mut zur Nachhaltigkeit zahlt sich mehrfach aus!

Links und weitere Infos:
www.pusch.ch/themaumwelt



Bernhard Häuselmann
 Projektleiter Strategie Konzern,
 Die Schweizerische Post,
 bernhard.haeuselmann@post.ch,
 www.post.ch