

# DROHNENLIEFERUNG



Gruppe 2

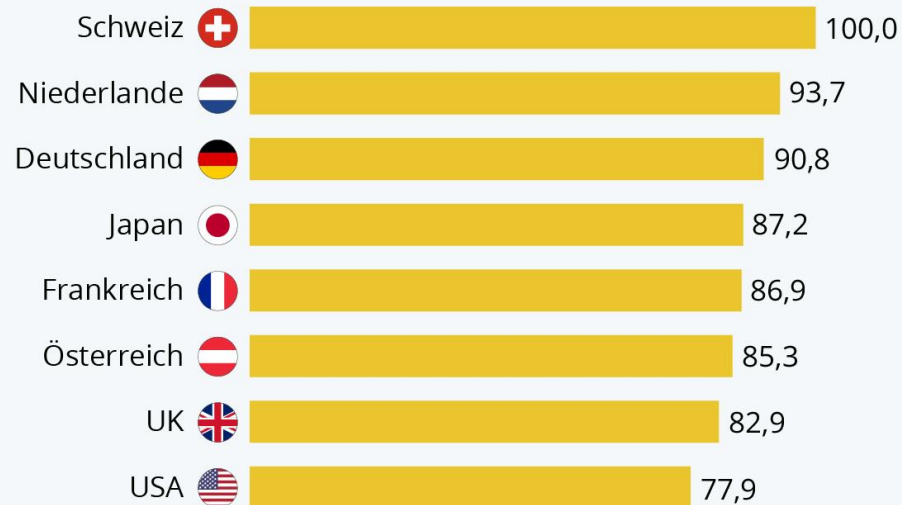
Pascal Brunner, Maximilian König

Martin Ponbauer, Lucca Willi

# WIR SIND DIE NUMMER 1

## Diese Länder haben die beste Post

Ranking der besten Postdienste nach Indexwert 2019\*

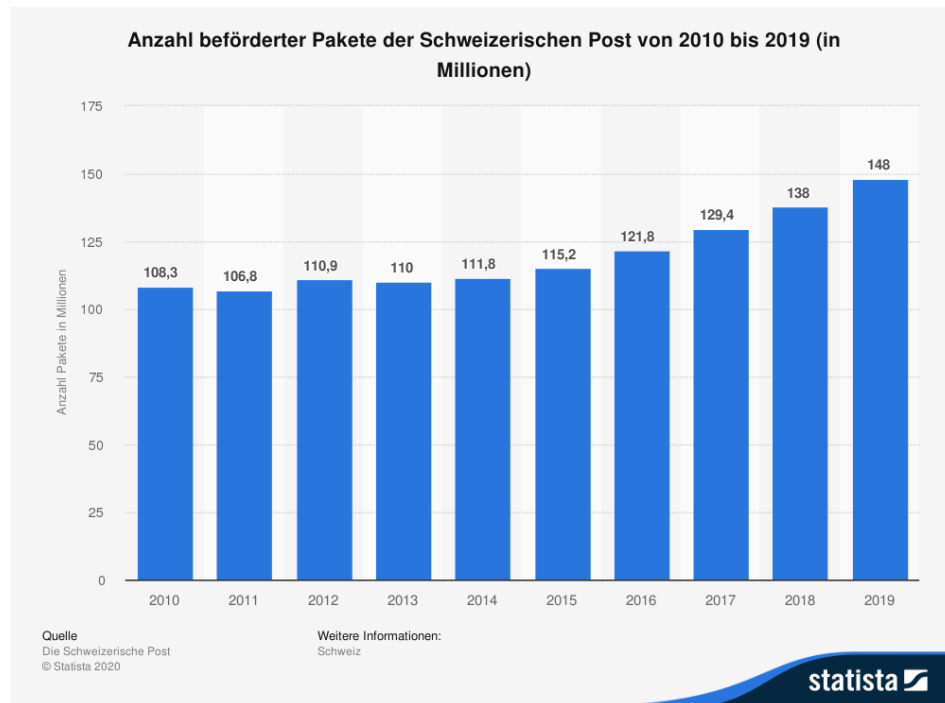


\* Indexwert basiert auf Bewertung folgender Kriterien: Zuverlässigkeit, Reichweite, Relevanz, Ausfallsicherheit; auf einer Skala von 0-100  
Quelle: Weltpostverein

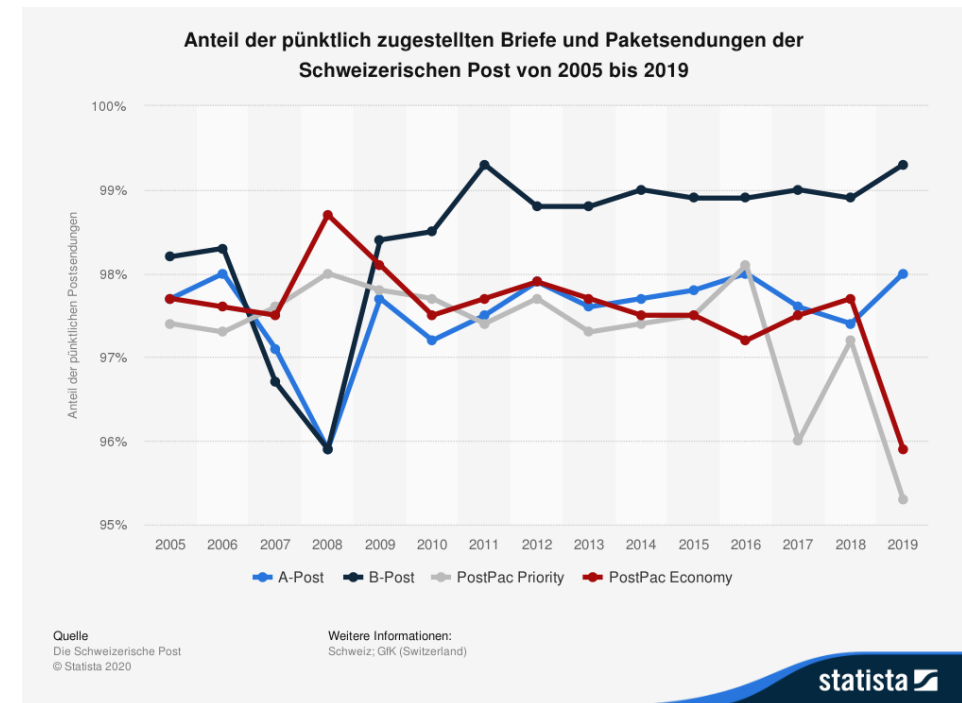


# AKTUELLE HERAUSFORDERUNGEN

## Jährliche Pakete steigen



## Zuverlässigkeit sinkt



# WEITERE HERAUSFORDERUNGEN



Grosser Personalaufwand



Beschränkung auf betriebliche Öffnungszeiten



Schwierige Stellen schlecht erreichbar



Starke Belastung des Strassenverkehrs

# SO BLEIBEN WIR DIE NUMMER 1



Ausgangslage



Herleitung der Innovationsidee



Skizze der Projektidee



Umsetzungsplan



Budgetantrag

# PORTER / SWOT ANALYSE

Force/Kraft	Post
<b>Neue Konkurrenz</b>	<b>Gross</b> Neue Lieferserviceanbieter strömen aus allen Bereichen in den Markt. Von Essenslieferungen über ausländische Anbieter bis zu Personentransportunternehmen (Uber).
<b>Käufermacht</b>	<b>Mittel</b> Die Kunden können nur schwer auf einen anderen Anbieter ausweichen. Die Post ist jedoch auch stark davon abhängig, wie viel und was versendet wird. (Briefe, Pakete etc.)
<b>Ersatzprodukte</b>	<b>Mittel</b> Die digitale Welt macht der Post im Bereich der Dokumente- und Briefsendungen immer mehr Konkurrenz, wiederum ist die Post beim Paketversand nicht wegzudenken.
<b>Lieferantenmacht</b>	<b>Klein</b> Die Post benötigt für ihre Dienstleistungen kaum Lieferanten. Die SBB und andere Zug Unternehmen sind stark an die Post gebunden. Auch wären LKW-Lieferungen als Alternative kein Problem.
<b>Wettbewerb in der Branche</b>	<b>Gross</b> Auch im Schweizer Markt mischen schon einige Konkurrenten mit. Der Wettkampf wird härter.

Tabelle: Porter-Analyse

# PORTER / SWOT ANALYSE

Force/Kraft	Post
<b>Neue Konkurrenz</b>	<b>Gross</b> Neue Lieferserviceanbieter strömen aus allen Bereichen in den Markt. Von Essenslieferungen über ausländische Anbieter bis zu Personentransportunternehmen (Uber).
<b>Käufermacht</b>	<b>Mittel</b> Die Kunden können nur schwer auf einen anderen Anbieter ausweichen. Die Post ist jedoch auch stark davon abhängig, wie viel und was versendet wird. (Briefe, Pakete etc.)
<b>Ersatzprodukte</b>	<b>Mittel</b> Die digitale Welt macht der Post im Bereich der Dokumente- und Briefsendungen immer mehr Konkurrenz, wiederum ist die Post beim Paketversand nicht wegzudenken.
<b>Lieferantenmacht</b>	<b>Klein</b> Die Post benötigt für ihre Dienstleistungen kaum Lieferanten. Die SBB und andere Zug Unternehmen sind stark an die Post gebunden. Auch wären LKW-Lieferungen als Alternative kein Problem.
<b>Wettbewerb in der Branche</b>	<b>Gross</b> Auch im Schweizer Markt mischen schon einige Konkurrenten mit. Der Wettkampf wird härter.

Tabelle: Porter-Analyse

Force/Kraft	Stärken der Post	Schwächen der Post
<b>Neue Konkurrenz</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Marktleader in der Schweiz</li> <li>Teilweise staatlich</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Post muss den Public Service erfüllen</li> <li>Alteingesessen</li> <li>Nur in der Schweiz aktiv</li> </ul>
<b>Käufermacht</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hat Monopol</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Teuer</li> </ul>
<b>Ersatzprodukte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Postgeheimnis</li> <li>Qualität und Vertrauen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Langsamer als E-Mail</li> </ul>
<b>Lieferantenmacht</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hält den Grossteil der Versandmenge</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ist abhängig von SBB</li> </ul>
<b>Wettbewerb in der Branche</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Marktleader in der Schweiz</li> <li>Made in Switzerland</li> <li>Zahlt gute Löhne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Teuer</li> <li>Langsam</li> </ul>

Tabelle: SWOT-Analyse

# INVESTITIONSCHANCEN



Kalkulierbares Risiko



Technologie Leadership



Schweizer Tech-Branche fördern



Langfristig Kosten senken



# HERLEITUNG PRODUKTIDEE - BRAINSTORMING

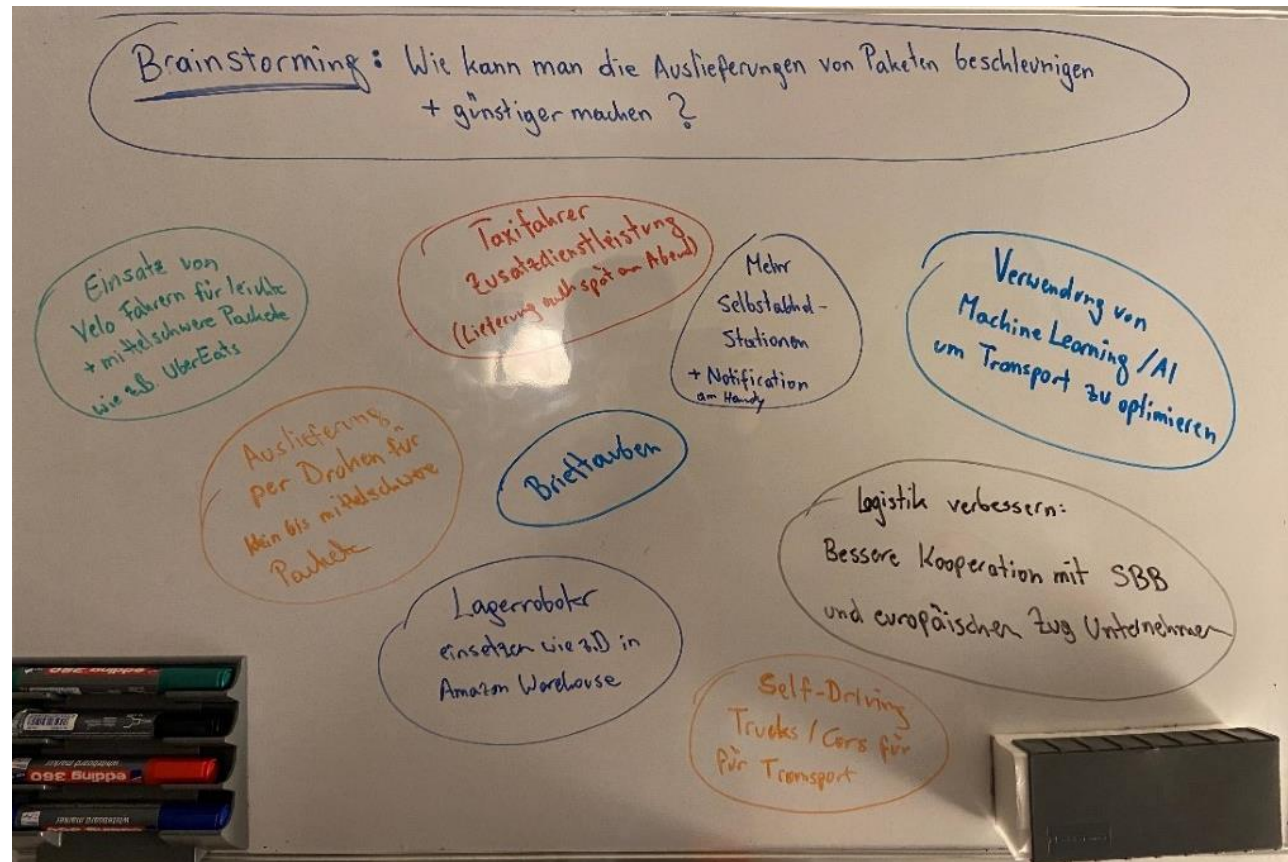


Bild: Brainstorming

# HERLEITUNG PRODUKTIDEE - MINDMAP



Bild: Mindmap Gruppe 2

# NUTZWERTANALYSE

Kriterium	Gewichtung
Mitarbeiteraufwand	7
Materialkosten pro Versand	3
CO2-Fussabdruck	6
Zuverlässigkeit der Auslieferung	10
Liefergeschwindigkeit pro Versand (Kunde zu Kunde)	7
Initiale Investitionskosten	3
Kosten für Unterhalt und Wartung	6
Kosten für Mitarbeiterausbildung	4
Bequemlichkeit	5

Tabelle: Bewertungskriterien

Kriterium	Taxifahrer	Velokuriere	Drohnen	Abholstationen
Mitarbeiteraufwand	4	1	5	5
Materialkosten pro Versand	5	5	3	5
CO2-Fussabdruck	1	5	3	4
Zuverlässigkeit der Auslieferung	2	4	3	4
Liefergeschwindigkeit pro Versand (Kunde zu Kunde)	2	3	5	1
Initiale Investitionskosten	5	3	2	1
Kosten für Unterhalt und Wartung	5	4	3	3
Kosten für Mitarbeiterausbildung	5	3	2	5
Bequemlichkeit	3	4	5	2
Total	163	178	184	172

Tabelle: Nutzwertanalyse

# RISIKOANALYSE

Anforderung	Risiko	Eintrittswahrscheinlichkeit	Auswirkung auf Projekterfolg	Vermeidung
Ertrag und Margen unter Druck	Das grenzüberschreitende Paketgeschäft wächst überproportional. Das führt zu höheren Erträgen lässt allerdings auch den Druck auf die Preise steigen, was wiederum zu niedrigeren Margen führt	Hoch	Hoch	Senkung der Kosten durch Optimierung der Auslieferungsprozesse. Fokus auf Qualität und Dauer der Auslieferung, um Kundenzufriedenheit sicherzustellen. Ausbau der Infrastruktur, um Mengenwachstum im Versand standzuhalten.
Neue digitale Wettbewerber	Aufgrund der Digitalisierung steigen vermehrt branchenfremde Wettbewerber mit neuen Geschäftsmodellen in die Märkte der Post ein und konkurrenzieren deren Kerngeschäft. Dies führt zu einem intensiveren Preis- und Angebotsdruck	Hoch	Hoch	Die Post muss durch eine fortschreitende Digitalisierung und durch verstärkte Investitionen im Bereich Innovation weiterhin konkurrenzfähig bleiben
Veränderte Rahmenbedingungen	Die Briefmengen sinken und die Dienstleistungen am Schalter werden weniger nachgefragt. Dieser Effekt wird sich verstärken.	Hoch	Mittel	Grösseren Fokus auf Digitalisierung des Unternehmens
Die Erwartungen der Kunden steigen	Smartphones ermöglichen es, immer und überall einzukaufen, und die Onlinehändler bieten immer schnellere Lieferungen, für weniger Geld oder sogar gratis. Dies führt zu gesteigerten Erwartungen der Kunden	Hoch	Mittel	Weiterentwicklung und Optimierung des Serviceangebots

Tabelle: Risikoanalyse

# PROJEKTSKIZZE



## Hauptziel des Projektes

- Sicherstellung der Qualität / Zuverlässigkeit
- Kostenreduktion
- Optimierung der Auslieferungszeiten



## Zielkunden

- Privat-/Geschäftskunden welche die Dienstleistung der Paketlieferung nutzen



## Anforderungen

- Gleichbleibende Anzahl Mitarbeitende
- Mitarbeiteraufwand pro Paket wird gesenkt
- Steigerung der Zuverlässigkeit (>98%)
- Umweltfreundlich / Strassenverkehr entlasten

# PROJEKTABLAUF



## 2021 – Projektstart

- Auswertung Drohnentypen
- Erste Testversuche
- Sicherstellen der notwendigen Infrastruktur



## 2022 / 2023 – Marktreife für Sonderzustellung

- Erweiterung des Produktportfolios für Geschäftskunden
- Bspw.: Medizinischer Bereich



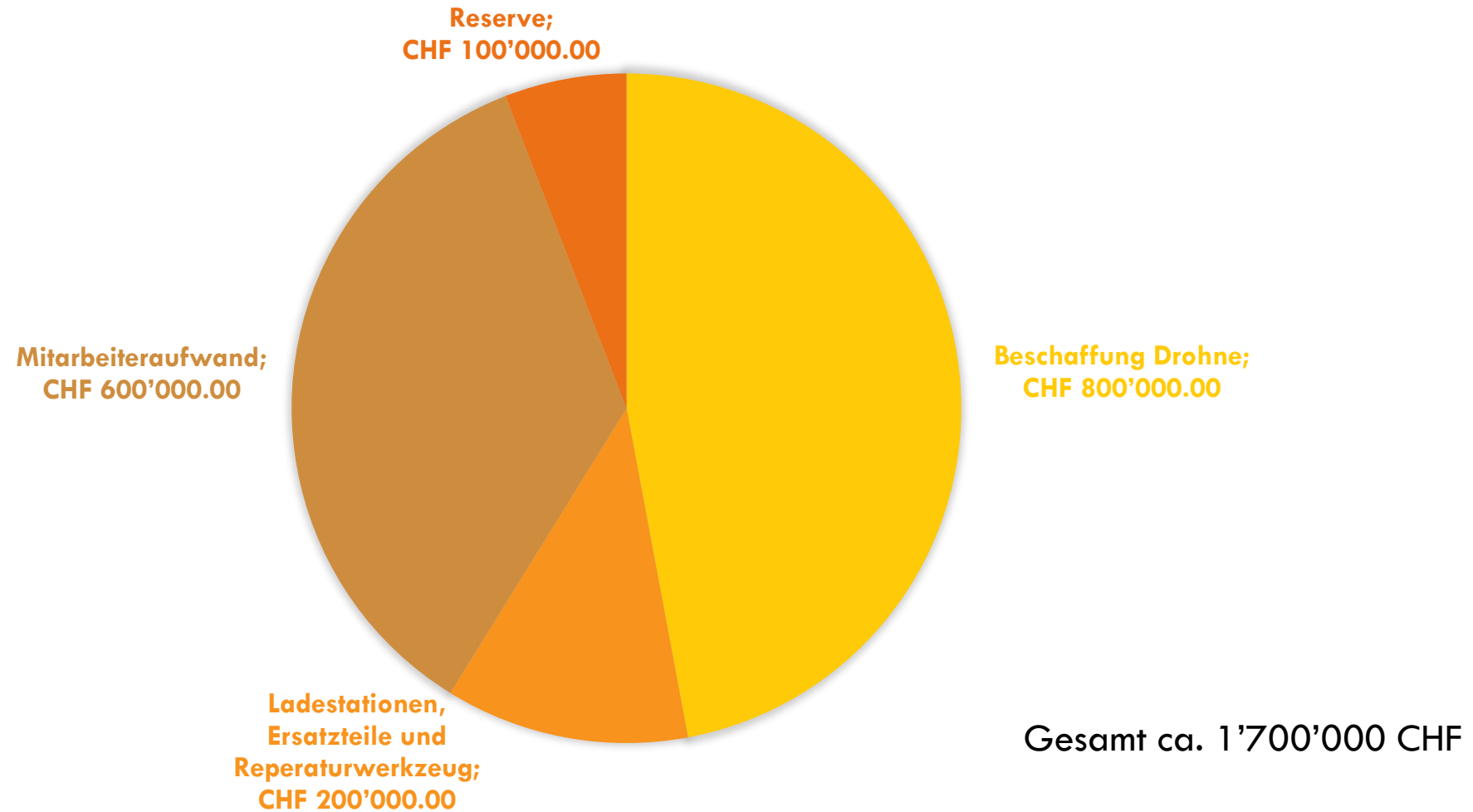
## 2024 – Einführung «Luft-Post»

- Erweiterung des Produktportfolios für Privatkunden



## Bis 2030 – Mehrheitliche Auslieferung von Kleinpakete

# KOSTENRECHNUNG BIS MARKTREIFE 2022



# ZUSAMMENFASSUNG



Paketlieferungen nehmen jährlich zu



Zuverlässigkeit der pünktlichen Zustellung nimmt jährlich ab



Neue Technologien ermöglichen neue Möglichkeiten



Chance für langfristig gesamtwirtschaftlich Kosten zu sparen



# ANTRAG AUF BUDGETBEWILLIGUNG

## Budgetantrag für 2021 / 2022

- Beschaffung von verschiedenen Drohnentypen
- Ausgereiftes Testing
- Solide Grundlage für weitere Schritte
- Einfluss auf die Gesamtstrategie der Schweizerischen Post

## Investitionskosten: CHF 1'100'000.— exkl. Mitarbeiteraufwand

- Annahme: Investition in 40 Drohnen
- Zusätzliche notwendige Hardware
- Verschiedene Testobjekte
- Abdeckung von allfälligen Beschädigungen von Kundenlieferobjekten

Mitarbeiteraufwand: CHF 600'000.— entspricht 5 Mannjahren

Total: **CHF 1'700'000.—**

# FRAGEN / AUSTAUSCH



Wir freuen uns auf spannende Diskussionen



Und beantworten gerne die offenen Fragen

# DANKE



Gruppe 2

Pascal Brunner, Maximilian König

Martin Ponbauer, Lucca Willi