

Kein träger Monopolbetrieb mehr

Die Post hat den vom Zentrum für Ideen- und Innovationsmanagement (ZI) verliehenen Award «Bestes Ideenmanagement International» gewonnen. Lorenz Wyss, Leiter Ideation und Ideenmanagement Konzern, durfte den Preis am 2. März in Berlin entgegennehmen. Die Laudatio von Prof. Dr. Norbert Thom, Mitglied der Jury.



Die Entwicklung des Vorschlagswesens/Ideenmanagements der Schweizerischen Post und ihrer Vorläuferin habe ich über Jahrzehnte hinweg aufmerksam beobachtet. Anfang der 90er-Jahre liess ich eine Doktorarbeit schreiben. Das Ergebnis war ernüchternd, nämlich dass damals auf rund 60 000 Beschäftigte nur rund 300 Verbesserungsvorschläge kamen. Es herrschte noch der alte Monopolgeist, und das System wurde nicht optimal geführt. Im Jahre 2007 liess sich eine eindrucksvolle Leistungssteigerung feststellen: Auf etwa die gleiche Zahl von Mitarbeitenden kamen nun ca. 7000 Verbesserungsvorschläge. Damals erhielt die Schweizerische Post den Preis für das beste Ideenmanagement in ihrer Kategorie (Grossunternehmen), verliehen vom Institut für Organisation und Personal (IOP) der Universität Bern. Heute ist alles noch viel eindrucksvoller. Die Jury des ZI stellte unter anderem fest: Das Ideenmanagement (IDM) ist ein Teil der Unternehmensstrategie und wird als Kulturentwicklungsinstrument eingesetzt. Eine Vernetzung mit dem Innovationsmanagement ist gegeben. Das IDM umfasst die

Komponenten: Betriebliches Vorschlagswesen (BVW) plus kontinuierlicher Verbesserungsprozess (Kaizen) plus Crowdsourcing (offene Ideenausschreibung). Die Konzernleitung ist sehr aktiv in das IDM eingebunden. Es gibt klare Ziele für die weitere Entwicklung des IDM. Dies wird im Bewerbungsantrag für den grössten Bereich (Briefpost) überzeugend aufgezeigt. Das Marketing für das IDM ist eindrucksvoll. So gibt es beispielsweise den «Innovator des Monats» oder das «Postidea-SMART-Auto», das für einen Monat von einem exzellenten Ideeneinreicher genutzt werden kann. Im Weiteren wird mit Kunden ein Kaizen-Workshop durch-

geführt. Eine Verbindung des IDM mit Personalentscheidungen ist gegeben. Für «Ideenchampions» kann sich ihre Kreativität als Karrieresprungbrett erweisen. Die heutigen Leistungszahlen beeindrucken: 1634 Vorschläge kamen über das BVW Postidea, 10 199 kleinere (inkrementelle) Vorschläge über das Kaizen und 684 Ideen über das Crowdsourcing. Besonders hervorzuheben sind 32 grosse Geschäftsideen, die dem Konzernleitungsausschuss für Innovation, Neugeschäft und Nachhaltigkeit direkt präsentiert werden konnten.

Das IDM der Schweizerischen Post wird ständig weiterentwickelt. Aktuell wird beispielsweise «Postidea Mobile» promo-

ted, d.h. die Einreichung von Ideen über das Handy. In sog. «Boost Camps» will man in wenigen Tagen entscheiden, ob eine Idee echtes Potenzial hat oder nicht.

Dies alles sind Belege dafür, dass sich aus einem recht trägen Monopolbetrieb nun ein innovationsorientiertes Dienstleistungsunternehmen entwi-

ckelt hat. Die Konzernleiterin hat sich die Organisationseinheit für Innovation direkt unterstellt und damit die strategische Bedeutung hervorgehoben. ■



« Die Konzernleiterin hat sich die Organisationseinheit für Innovation direkt unterstellt und damit die strategische Bedeutung hervorgehoben.»

Prof. Dr. Norbert Thom, Mitglied der Jury 2016 des ZI und ehemaliger Direktor des Instituts für Organisation und Personal der Universität Bern



www.zentrum-ideenmanagement.de

www.iop.unibe.ch

www.postidea.ch