

«ES IST IMMER EIN ZUSAMMENSPIEL ZWISCHEN MENSCHEN UND MASCHINEN»

Im digitalen Zeitalter werden neue Formen der Automatisierung immer wichtiger. Swiss Post Solutions bietet ihren Kundinnen und Kunden intelligente Automatisierungslösungen in der Dokumentenverarbeitung an. Jörg Vollmer erklärt, wie und warum.



Jörg Vollmer, Leiter SPS, ist verheiratet, hat zwei erwachsene Söhne im Studium, wohnt in Zürich und liebt Skifahren.

Weshalb setzt SPS auf künstliche Intelligenz (KI) und Robotic Process Automation (RPA)?

Wir tun dies, weil das Dokumentenmanagement in Grossunternehmen ein Bereich ist, der sich besonders gut für die digitale Transformation eignet. Wir setzen auf künstliche Intelligenz und Robotic Process Automation als Wachstumsfaktoren. Das Ziel ist dabei nicht, für unsere bisherigen Tätigkeiten Alternativen zu finden, sondern mit neuen Lösungen Umsatz für die Post und SPS zu generieren.

Die Strategie 2017–2020 wünscht Mut zum Risiko. Sind Roboter eine Gefahr für das Kerngeschäft der Post oder eine Chance?

Der Fortschritt lässt sich nicht aufhalten. Vor 20 Jahren hätte sich niemand träumen lassen, dass Navigationssysteme im Auto heute zum Standard gehören. Auch Smartphones gibt es erst seit zehn Jahren. In wiederum zehn Jahren werden selbstfahrende Autos die Norm



a Swiss Post company

sein. Ich persönlich sehe Roboter viel eher als Chance denn als Risiko. Ein Beispiel: Letzten Herbst haben wir ein Projekt für eine namhafte Grossbank in der Schweiz realisiert. Die Bank erhält jährlich 40 Millionen Dokumente: Anträge für Kontoeröffnungen, Adressänderungen, Kredite usw., die bisher alle manuell auf Papier bearbeitet und dann eingescannt wurden. Wir haben den Prozess umgekehrt: Wir scannen die Post beim Eingang, entnehmen den Dokumenten mittels OCR (Optical Character Recognition) die relevanten Daten und senden sie elektronisch an die für die Bearbeitung zuständige Person. Das ist eine Chance, die wir ohne das aufgebaute Know-how nie bekommen hätten.

KI und RPA werden also zu Schlüsseltechnologien für SPS?

Auf jeden Fall. Künftig wird weder Papier physisch von hier nach dort verschoben, noch werden E-Mails verschickt. Den Inhalt von nicht strukturierten Dokumenten mit Hilfe von KI zu extrahieren und zu speichern, ist die Zukunft. Selbstlernende Software «versteht» inzwischen 80 bis 85 Prozent des Inhalts von nicht standardisierten Briefen und E-Mails. Danach kommt RPA ins Spiel. Sie kann repetitive administrative Abläufe übernehmen, zum Beispiel Daten einfügen oder Kontrollen durchführen. Einfach gesagt: Mit der KI entnehmen wir den Dokumenten Daten, und mit der RPA automatisieren wir strukturierte Transaktionsabläufe. Bis jetzt haben wir damit sehr gute Erfahrungen gemacht und können mit Stolz sagen, dass SPS international in diesem Bereich führend ist.

Können Sie uns konkrete Projekte nennen, bei denen KI und RPA zum Einsatz kommen?


Ein Paradebeispiel ist die Schadenbearbeitung bei Versicherungen. Schadenfälle können per Brief, E-Mail, Internet und immer häufiger auch via Social Media gemeldet werden. Wir können diese Meldungen auf allen Kanälen mit Hilfe von KI lesen, sie sortieren und dann die Fälle bearbeiten. Zum Beispiel kontrolliert das System bei Hagelschäden von unter 500 Franken, ob es am angegebenen Tag wirklich gehagelt hat. Wenn ja, gibt es grünes Licht für die Entschädigung. Bei grösseren Summen entscheiden immer noch die Mitarbeitenden. Mir ist es wichtig zu betonen, dass die Software die Menschen nicht verdrängt, es ist immer ein Zusammenspiel zwischen Menschen und Maschinen.

Wie profitieren die Kunden von den neuen Entwicklungen?

Sie investieren aus unterschiedlichen Gründen in KI und RPA. In erster Linie wegen des exponentiellen Zeitgewinns: Was früher Tage dauerte, ist nun in kurzer Zeit erledigt. Hinzu kommt der qualitative Aspekt: Roboter machen keine Fehler, sofern sie nicht falsch programmiert wurden. Dieser Aspekt ist besonders wichtig für die Compliance, da jede Änderung in den Protokollen rückverfolgbar ist. Und schliesslich sind da auch noch die Kosteneinsparungen.

Vor zwei Monaten haben Sie die Leitung der neuen Corporate Account Organisation (CAO) übernommen. Welches sind die Ziele der Post für diese Organisation?

Die grösste Herausforderung für die Post ist es, das heutige Gewinnniveau zu halten. Dazu müssen wir auf der Kostenseite effizienter werden und überlegen, wie wir den Umsatz steigern. Diese Ausgangslage hat uns bewusst gemacht, dass wir uns nicht genügend auf unsere Schweizer Grosskunden konzentrieren. Die CAO hat sich zum Ziel gesetzt, dies zu ändern und



unseren 40 grössten Kunden bereichsübergreifende, noch besser integrierte Lösungen anzubieten, um das Wachstumspotenzial voll auszuschöpfen.

Wie erleben Sie persönlich die Veränderungen auf Konzernebene?

Ich empfinde Veränderungen grundsätzlich als etwas Positives. Nur so können wir uns weiterentwickeln. Manchmal habe ich jedoch das Gefühl, dass wir bei der Umsetzung noch nicht schnell genug sind; aber seit ich vor zweieinhalb Jahren die Leitung von SPS übernommen habe, hat sich schon viel getan, und dies stimmt mich zuversichtlich für die Zukunft.