

Pressekonferenz vom 23. August 2016

Die Schweizerische Post testet selbstfahrende Lieferroboter

Referat von Dieter Bambauer, Leiter PostLogistics

ES GILT DAS GESPROCHENE WORT

Sehr geehrte Damen und Herren

Herzlich willkommen bei der Mobility Solutions AG, unserer Flottenmanagerin. Hier entsteht die Zukunft der Mobilität.

Heute sind wir hier, um Ihnen das neuste «Testfahrzeug» der Post vorzustellen. Es hat keinen Fahrer, sondern eine GPS-Fernsteuerung.

Meine Damen und Herren, wir präsentieren Ihnen heute den selbstfahrenden Lieferroboter des Herstellers Starship Technologies. Die Post ist das erste Schweizer Unternehmen, das auf diese Technologie setzt.

Eines gleich vorweg: Hier geht es nicht um den Ersatz der klassischen Paketzustellung. Diese wird auch in absehbarer Zeit durch Menschen erbracht werden. Für Lieferroboter sehen wir bei der Post Anwendungen in den Bereichen:

- Auslieferung von Lebensmitteln,
- rasche Zustellung von medizinischen Produkten oder
- im Rahmen von same-day bzw. same-hour delivery.

Erste Tests der Lieferroboter werden während der kommenden Monate in den Gemeinden Bern, Köniz und Biberist durchgeführt, um Erfahrungen in unterschiedlichen Situationen zu sammeln.

Im Rahmen der Tests fahren die Lieferroboter auf Gehsteigen und in Fussgängerzonen im Schrittempo, navigieren zu ihrem Ziel und weichen Hindernissen und Gefahrenstellen automatisch aus. Die Navigation des Lieferroboters erfolgt über eine Mischung aus Ortungssignalen (z.B. GPS) und visueller Erkennung der Umgebung über neun Kameras. An heiklen Stellen und bei Unsicherheiten wird ein sogenannter Remote-Operator zugeschaltet, um den Paketroboter aus der Distanz zu steuern. Mit jeder Fahrt «lernt» der Paketroboter dazu und steigert dadurch seinen Grad an Autonomie. Auf den Testfahrten werden die Lieferroboter zusätzlich durchgehend von einer Person begleitet und überwacht, damit möglichst viele Informationen zum Betrieb gesammelt werden können. Die Roboter können eine Nutzlast von bis zu 10 Kilogramm über eine Distanz von 5 bis 6 Kilometern befördern.

Den Lieferroboter und seine Funktion zu testen, steht derzeit im Vordergrund. Die Tests werden entlang von realistischen Zustellrouten durchgeführt. Insbesondere werden dabei die Zuverlässigkeit der Technologie sowie die Reaktionen der Passanten auf den Lieferroboter untersucht. Weiter soll auch das Handling des Lieferroboters getestet werden. Und zuletzt versprechen wir uns, anhand der Testergebnisse evaluieren zu können, ob und in welcher Form ein Einsatz für Sendungen, die flexibel, schnell und günstig in einer lokalen Umgebung befördert werden müssen, ökonomisch und logistisch sinnvoll ist.

Was bewegt die Schweizerische Post dazu, den Einsatz von Lieferrobotern zu testen? Das hat zum einen mit der fortschreitenden Digitalisierung unserer Gesellschaft zu tun. Diese bringt in immer kürzeren Abständen neue Technologien hervor, verändert unsere Lebensgewohnheiten und weckt dadurch neue Kundenbedürfnisse. Die Geschwindigkeit steigt, wir alle wollen und müssen immer flexibler und individueller agieren. Güter und Dienstleistungen müssen dann und dort zur Verfügung stehen, wo wir sie gerade brauchen. Deshalb ist es das Ziel der Schweizerischen Post, ihren Kunden das Leben und das Business einfacher zu machen. Dazu haben wir in den vergangenen Jahren eine Vielzahl von neuen Lösungen eingeführt, damit die Kunden bei uns genau diese Flexibilität erhalten: Wir stellen Pakete in

Randzeiten am Abend und am Samstag zu. Wir haben mit Paketautomaten, PickPost-Stellen und der Paketabholung am Wohnort den Empfang und die Aufgabe von Paketen weiter vereinfacht. Wir haben SMS-Briefmarken, die mobile Zahlungslösung TWINT und kostenloses WLAN im Postauto eingeführt. Eine Vielzahl von Postdienstleistungen ist online verfügbar, sodass unsere Kundinnen und Kunden jederzeit mit der Post geschäften können. Seit März testet die Post zudem ein auf LoRaWAN (Long Range Wide Area Network) basierendes Netzwerk: Mit dieser Technik können verschiedenste Gegenstände und Geräte (Fahrzeuge, Pakete, Briefkästen usw.) sehr kostengünstig und mit minimalem Energiebedarf mit dem Internet verbunden werden. Dadurch kann die Post ihren Kunden neuartige und intelligente Dienstleistungen anbieten.

Die Post identifiziert fortlaufend künftige Kundenbedürfnisse, setzt Innovationen in Lösungen um und baut diese zu neuen Geschäftsfeldern aus. Dafür verfügt die Post über eine Geschäftseinheit «Entwicklung und Innovation», die die verschiedenen Bereiche der Post dabei unterstützt.

Mit der Digitalisierung wachsen nicht nur die Chancen, sondern auch der Wettbewerb. Im Payment-Bereich, im Direct Marketing und insbesondere auch in der Paketlogistik drängen zunehmend branchenfremde Anbieter auf den Markt. Beispiele sind Amazon, Google oder Uber. Diese Player müssen bei der Zustellung keinen Gewinn erzielen, da sie ihn in ihrem Kerngeschäft erwirtschaften. Zusätzlich zu ihrem Kerngeschäft erbringen sie logistische Dienstleistungen für sich und Dritte und werden dadurch zu Mitbewerbern von traditionellen Logistikanbietern wie der Post. Dadurch entsteht ein zunehmender Druck auf die Margen und die Kostenstruktur. Diese Entwicklung zwingt die klassischen Paketlogistiker zu immer höherer Effizienz und zur Prüfung von alternativen Liefermethoden wie Lieferdrohnen und -roboter.

Sie werden dereinst eine komplementäre Zustellmethode auf dem letzten Kilometer darstellen, die wir heute durch den Pöstler nicht abdecken. Anwendungsmöglichkeiten für Lieferroboter sieht die Post bei der On-Demand- und Ad-Hoc-Logistik, also bei Sendungen, die flexibel, schnell und günstig in einer lokalen Umgebung befördert werden müssen. Lieferdrohnen haben mit ihrer höheren Reichweite und Geschwindigkeit Vorteile beim Transport von hochprioritären Sendungen. Sie eignen sich für die Belieferung von Menschen, die abgeschieden wohnen. Die Post hat Drohnen letztes Jahr erfolgreich getestet. Derzeit arbeitet sie mit Geschäftskunden an konkreten Business-Anwendungen. Die letztjährige Testdrohne wurde inzwischen durch einen Prototypen ersetzt. Sie sehen das Modell auf den Screens.

Aufgrund der individuellen Vorteile können die beiden Technologien hervorragend kombiniert werden. Wir gehen davon aus, dass konkrete Anwendungen in drei bis fünf Jahren realistisch sind.

Eine mögliche konkrete Anwendung des Lieferroboters sehen wir in der Zustellung von medizinischen Produkten. Wie dies aussehen könnte, werden Sie gleich von Jürg Gasser, CEO der Spezialapotheke MediService, erfahren.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.