

UNION POSTALE

Dezember 2007

Der Postsektor im Vormarsch

4



WPV, eine Sonderorganisation
der Vereinten Nationen

Elektronischer Handel

Das Rennen um die letzte Meile

IPS

International Postal System

Umfassendes Managementsystem für Auslandssendungen

Seit zwölf Jahren befasst sich das Posttechnologiezentrum in Kooperation mit einigen Postunternehmen mit der Entwicklung des International Postal System (IPS).

IPS ist ein umfassendes **Managementsystem für Auslandssendungen**, das Bearbeitung, laufende Beobachtung der Sendungen und Austausch von EDI-Nachrichten kombiniert.

IPS bietet den Postbetreibern die Möglichkeit eines **genauen und vollständigen Überblicks über jeden einzelnen ihre Sendungen betreffenden Bearbeitungsschritt** vom Aufgabort bis zum Bestimmungsort inklusive dem Geschehen in Durchgangsauswechslungsämtern, bei internationalen Beförderungsunternehmen sowie bei der zollamtlichen Behandlung.

Die Unterstützung der Postbetreiber durch IPS erfolgt im Sinne einer lückenlosen Durchleuchtung des gesamten Bearbeitungszyklus und der End-zu-End-Kontrolle der einzelnen Sendungen, Behälter und Kartenschlüsse und dient damit der **Hebung der Managementqualität und der Verkürzung der Laufzeit von Auslandssendungen**.

Die internationalen Postdienstleistungen IPS, IPS Light und PSSG werden heute von über 120 Postbetreibern genutzt. Entwickelt wurden sie in Zusammenarbeit mehrerer Postverwaltungen unter der Ägide der Telematik-Kooperative. Das vom Posttechnologiezentrum entwickelte IPS ist ein für das Management des gesamten Sendungsübermittlungsprozesses besonders geeignetes umfassendes Instrument. Das System lässt sich problemlos den Bedürfnissen unterschiedlicher Organisationen anpassen und ist mit anderen Anwendungen kompatibel.

Zur Kontaktaufnahme

- Adresse: Posttechnologiezentrum – Internationales Büro – Weltpostverein – Postfach 13 – 3000 BERN 15 – SCHWEIZ
- Telefon: +41 31 350 31 11/Fax: +41 31 352 43 23
- E-Mail: info.ptc@upu.int



Inhaltsverzeichnis



Wenn im Dezember in vielen Ländern festliche Vorfreude aufkommt, dann geht bei den Postunternehmen im wahrsten Sinne des Wortes die Post ab. Als Folge des wachsenden Online-Handels werden immer mehr Pakete versandt. Weltweit sind die Postbetreiber bestrebt, mit Fokus auf Qualität und Flexibilität von dieser Entwicklung zu profitieren.

In aller Kürze Nachrichten aus dem WPV	4
Leitartikel	5
Titelgeschichte Das Rennen um die letzte Meile Was die Postbetriebe unternehmen, um die Chancen des E-Commerce zu nutzen	10
Neue Zollvorschriften fordern den Postsektor Die Postbetreiber befürchten, dass strengere Zollvorschriften den grenzüberschreitenden Postverkehr erschweren	15
«Rettet die Erde» – Der Appell eines Tigerjungen an die Menschen Der Brief, mit dem die junge Malaysierin Sze Ee Lee den ersten Preis im 36. Internationalen Schreibwettbewerb des WPV gewann	18
Fernunterricht: ein Lernmedium mit Mehrwert Die Postunternehmen halten ihre Mitarbeitenden dazu an, ihre Fähigkeiten mit Online-Training weiter zu verbessern	22
Unser Briefkasten Leser melden sich zu Wort	23
Das Gespräch Der Internetkönig Mörderische Konkurrenz! Jeff Staheyeff, CEO von eBay International, verrät den Postbetreibern, was sie tun müssen, um zum bevorzugten Zusteller des Online-Handels zu werden	24
Umschau Das Neueste von der Post in aller Welt	29

Dezember 2007

Union Postale
Internationales Büro
Weltpostverein
Postfach
3000 BERN 15, SCHWEIZ
Telefon: +41 31 350 33 10
Fax: +41 31 350 31 77
E-mail: rheal.leblanc@upu.int
www.upu.int

Direktorin, Kabinett und Kommunikation: Juliana Nel
Chefredakteur: Rhéal LeBlanc
Redakteur: Jérôme Deutschmann
Redaktionssekretärin: Gisèle Coron
Beiträge: Emmanuel Deonna, Laurent Widmer
Übersetzung: Michael Visser
Graphische Gestaltung: Die Gestalter, St. Gallen (Schweiz)
Druck: Benteli Hallwag AG, Bern (Schweiz)
Abonnements: publications@upu.int

Union Postale erscheint seit dem Jahre 1875 und wird auch in arabischer, chinesischer, englischer, französischer, russischer und spanischer Sprache aufgelegt.

Die in den einzelnen Artikeln zum Ausdruck gebrachten Meinungen entsprechen nicht unbedingt jener des WPV. Nachdruck, auch auszugsweise, mit Angabe des © UPU Union Postale gestattet.

In aller Kürze

Die Post als Dynamo für den Welthandel

Der WPV nahm neben weiteren führenden internationalen Entwicklungsorganisationen an der «Aid for Trade»-Konferenz teil, die vom 19. bis 21. November in Genf stattfand.

In seiner Ansprache unterstrich Edouard Dayan, Generaldirektor des WPV, wie wichtig die von der Post erbrachten Dienstleistungen – insbesondere für kleinere und mittelgrosse Unternehmen (KMU) – in einem stimulierenden Wirtschaftsumfeld seien. Als Beispiel führte er den erfolgreichen Export-Service («Exporta Fácil») der brasilianischen Post an. KMUs können die-

sen Dienst an über 8000 Poststellen sowie über das Internet in Anspruch nehmen und die Post mit der Abwicklung ihrer Exportsendungen betrauen. Dies schliesst den gesamten Logistikbereich wie auch die Zollabfertigung ein.

«Im Jahr 2006 öffneten sich so 6000 Unternehmen, die noch nie ins Ausland exportiert hatten, neue Absatzmärkte», sagte Dayan. «Dies ist ein gutes Beispiel dafür, wie das Postnetz die Entwicklungsländer bei der Teilnahme am Welthandel unterstützt.»

Zudem wolle die Post ihre physischen, elektronischen und finanzi-

ellen Mittel zur Entwicklung von Partnerschaften einsetzen, mit dem Ziel, den internationalen Handel weiter zu öffnen. «Das Netzwerk der Post bietet lokalen Zugang zu den logistischen Voraussetzungen für die Partizipation am globalen Handelsgeschehen. Wenn auch andere Länder vermehrt Initiativen wie Exporta Fácil fördern würden, käme dies letztlich dem Welthandel zugute, weil so noch mehr Unternehmen in der Lage wären, ihre Produkte auf den internationalen Märkten anzubieten», zeigte sich Dayan überzeugt. **RL**

Standard S42 unterstützt zuverlässige Adressierung, Sortierung und Zustellung

Der Postsektor interessiert sich zunehmend für den WPV-Adressierungsstandard S42, der bereits in elf Ländern in Kraft ist, u.a. in Frankreich, Grossbritannien und den USA. Deutschland und Italien sowie acht weitere Staaten sind derzeit mit den abschliessenden Vorbereitungsarbeiten bezüglich der standardisierten Elemente ihrer nationalen Adressstruktur beschäftigt. Indem er eine effizientere Verarbeitung von Postsendungen auf nationaler Ebene ermöglicht und das Fehlerrisiko und die Rücksendungsquote verringert, trägt der Adressierungsstandard S42 zur Verbesserung des Post-Service im Bestimmungsland bei. Die Entwicklung eines standardisierten Adressierungsmodells beschleunigt und vereinfacht die Automatisierung von Postverarbeitungsabläufen und senkt die Kosten sowohl für die Postbetreiber als auch für Kunden mit grossen Versandvolumen. Die Postunternehmen können ihre Modelle für ein hoch qualitatives und zuverlässiges Adressierungssystem für nationale und internationale Postsendungen unter `postcode@upu.int` einreichen. **JD**



Von links nach rechts: Luis Alberto Moreno (Interamerikanische Entwicklungsbank), Edouard Dayan (Weltpostverein), Dominique Strauss-Kahn (Internationaler Währungsfonds), Rajat Nag (Asiatische Entwicklungsbank), Patricia Francis (International Trade Centre), Abdoulie Janneh (Wirtschaftskommission für Afrika), Pascal Lamy (Welthandelsorganisation), Angel Gurria (Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung), Valentine Rugwabiza (Welthandelsorganisation), Kemal Dervis (Entwicklungsprogramm), Robert Zoellick (Weltbank), Juan Somavia (Internationale Arbeitsorganisation) und Donald Kaberuka (Afrikanische Entwicklungsbank)

2824508

Leitartikel

Eine einmalige Chance für die Post

«Cyber Monday» ist ein typisch amerikanisches Phänomen. Mit ihm – dem erstfolgenden Montag nach dem Thanksgiving-Fest – wird in den USA das Weihnachtsgeschäft für den Online-Handel eingeläutet. Dieses Jahr fiel Cyber Monday auf den 26. November und seither wurden über 700 Millionen US-Dollar umgesetzt; 100 Millionen mehr als im Vorjahr. Und dabei stehen die umsatzstärksten Tage von Mitte Dezember noch bevor. Die Marktanalysten rechnen für November und Dezember denn auch mit einem Umsatzanstieg von 20% im US-amerikanischen Online-Handel. In Europa werden die Internet-Shopper nahezu 73 Milliarden US-Dollar ausgeben, was einer Zunahme von 58% gegenüber 2006

entspricht. Am tiefsten griffen die britischen Kunden in die Tasche, sie gaben durchschnittlich 731 Euro pro Kopf aus

Der E-Commerce profitiert – besonders in den industrialisierten Ländern – von drei Entwicklungen: immer mehr Menschen haben Zugang zum Internet, die Zeit für Weihnachtseinkäufe wird immer knapper und das Vertrauen in den Online-Shopping-Kanal nimmt stetig zu. Der Online-Handel generiert indes nicht nur Millionenumsätze, sondern auch einen enormen Postverkehr, denn die Waren wollen ja den Käufern ins Haus besorgt werden. Hier bietet sich den Postbetreibern eine einmalige Chance, wenn es ihnen gelingt – so mahnt der CEO von eBay International im

Interview dieser Ausgabe – die grundlegenden Bedürfnisse der Detailisten und Kunden zu erfüllen. Das heisst: pünktliche und zuverlässige Auslieferung, Track und Trace von Postsendungen und automatische Berechnung der Versandkosten. Daraus ergeben sich aber auch Herausforderungen, zumal mit dem Ausbau des grenzüberschreitenden Online-Handels und dem Einbezug der Entwicklungsländer Fragen wie Service-Qualität und Zollabfertigung zu lösen sein werden. Unser Bericht schildert nicht nur die Chancen, welche der Post aus dem E-Commerce erwachsen, sondern schenkt auch diesen Problemreichen Beachtung.

Der Chefredakteur

Ein neues Logo für den Weltpostverein



Das ist der Betrag in US-Dollar, mit dem ein Pilotprojekt finanziert wird, in dessen Rahmen ein vereinfachtes System für die Exportförderung unter Einbezug des Postsektors entwickelt werden soll. Dessen Grundlage bildet das in Brasilien bereits funktionierende «Exporta Fácil»-Modell. Das von der Inter-amerikanischen Entwicklungsbank und verschiedenen Regierungen unterstützte Projekt soll integrierte Logistiklösungen für Exportgeschäfte an 4000 junge Unternehmen

in Ecuador, Peru, Uruguay und ein noch zu bestimmendes viertes Land anbieten. Auf diese Weise sollen Kleinstbetriebe sowie kleine und mittelgrosse Unternehmen, denen eine wichtige Rolle in der Armutsbekämpfung und wirtschaftlichen Entwicklung ihrer Länder zukommt, auf dem internationalen Markt konkurrenzfähiger werden. Das Projekt steht unter der Ägide des Amerikanisch-Spanisch-Portugiesischen Postvereins mit Sitz in Montevideo (Uruguay). LW

Der Weltpostverein hat ein neues Logo. Am 8. November dieses Jahres verabschiedete der Verwaltungsrat eine Resolution, wonach die Organisation das bisher auf der WPV-Flagge geführte Emblem offiziell als ihr neues Logo verwenden wird. Das bisherige Logo, welches – inspiriert durch das Weltpostdenkmal in Bern – fünf Botschafter zeigt, die um die Erdkugel kreisend Briefe aushändigen, wird mit einem Olivenzweig, dem Friedenssymbol vieler Uno-Organisationen, ergänzt. Am 1. Juli 2008 wird der WPV sein sechzigjähriges Bestehen als Uno-Sonderorganisation feiern. Ausserdem wird er am 28. bis 29. April 2008 Gastgeber für das alle zwei Jahre stattfindende Treffen der Leiter der Uno-Organisationen unter dem Vorsitz des Uno-Generalsekretärs sein. Die Einführung des neuen Logos geschieht fortlaufend, beispielsweise auf neuen Publikationen, Briefpapier und Kommunikationsträgern. RL

In aller Kürze

Die Postnetze Afrikas ausbauen

Am «Connect Africa»-Gipfel vom 29. bis 30. Oktober 2007 in Kigali (Ruanda) hielt ein Vertreter des WPV ein Referat mit dem Titel *Connecting the unconnected in Sub-Saharan Africa: Postal networks can leverage access to infrastructure services*. Er vertrat darin die Auffassung, dass die Postnetze in Afrika eine Vielzahl von Dienstleistungen erbringen können – wie das auch in anderen Kontinenten geschieht. Denn schon heute würde die Post wichtige gesellschaftliche Aufgaben wahrnehmen und hätte somit das Potenzial, sich als bedeutendes Geschäftszentrum mit einem vielschichtigen Angebot an Verwaltungs- und sozialen Dienstleistungen zu etablieren (Internetzugang, Telefonie, Fotokopien, Finanzdienstleistungen usw.).

Gladys Mutyavaviri, regionale Beraterin des WPV für die englisch-

sprachigen Länder Afrikas, unterstützt den vom WPV propagierten Ansatz: «Ich hatte eine Reihe aufschlussreicher Gespräche mit Konferenzteilnehmern, die mehr über dieses Thema wissen wollten. Zur Sprache kamen dabei u.a. mögliche Partnerschaften der Post mit anderen Marktanbietern sowie Uno-Agenturen, die Interesse an einer Zusammenarbeit mit dem WPV und dessen Mitgliedstaaten zeigen, um so neuen Technologien – besonders in ländlichen Gebieten – zum Durchbruch zu verhelfen.»

Sieben Staatsoberhäupter sowie mehr als tausend Teilnehmer wohnten dem von der Internationalen Fernmeldeunion und weiteren Institutionen organisierten «Connect Africa»-Gipfel bei. Ziel des Treffens war es, die menschlichen, finanziellen und technischen Ressourcen zu

bestimmen, die notwendig sind, um Afrikas Lücke in Sachen Informations- und Kommunikationstechnologie zu schliessen. In Kigali wurden denn auch Zusagen in Höhe von über 55 Milliarden US-Dollar gemacht.

LW



© FIDA/R. Grossman

Elektronische Geldüberweisungen: ein grosser Schritt nach vorne in Afrika

Der Internationale Fonds für landwirtschaftliche Entwicklung, eine Sonderorganisation der Vereinten Nationen, die mit Entwicklungsprojekten gegen die Armut in ländlichen Gebieten ankämpft, finanziert in sechs afrikanischen Staaten die Einführung eines elektronischen Zahlungsverkehrssystems für ländliche Poststellen.

Der Fonds unterstützt dieses WPV-Projekt mit 200 000 Euro. Ziel des Vorhabens ist die Expansion des Postfinanznetzes in den ländlichen Gebieten Benins, Burkina Faso, Malis, Mauretaniens, Nigers und Senegals. Gemeinsam mit Frankreich und den betreffenden Ländern übernimmt der WPV den verbleibenden Finanzierungsanteil für das Projekt, dessen Kosten laut Schätzungen auf über 300 000 Euro belaufen.

Schon nächstes Jahr soll ein zuverlässiges und vor allem erschwingliches Überweisungssystem verfügbar sein, mit dem Wanderarbeiter Geld in ihre Heimat senden oder KMUs Zahlungsverkehrsvorgänge vornehmen können. Das Projekt sieht ebenfalls die Möglichkeit zum Austausch von Informationen zwischen allen Zugangspunkten in den grossen Städten, aber auch den ländlichen Gebieten vor, wo die meisten Zahlungsempfänger von Transfers aus dem Ausland leben. Rund 80% der Bevölkerung dieser sechs afrikanischen Länder leben auf dem Land.

Mittlerweile sind mehr als dreissig Länder am IFS-Netzwerk des WPV für die elektronische Zahlungsübermittlung angeschlossen, und weitere 34 Länder, die das System derzeit testen, dürften 2008 hinzustossen. JD



Weltpostkongress von Nairobi 13. August–3. September 2008



Unterstützung durch Briefmarken

Botswana, Mauritius, Nigeria, Südafrika und Tansania haben jüngst gemeinsam eine Briefmarkenserie herausgegeben, mit der sie den 24. Weltpostkongress aktiv unterstützen. Die Hälfte des Erlöses aus dem Verkauf der Marken geht nämlich an den Kongressgastgeber Kenia. Das Land leistet selbst auch einen Anteil, indem es sich nicht nur darauf beschränkt, Gelder zu sammeln, sondern den Kongress und seine Anliegen in ganz Afrika fördert. Auf den Briefmarken sind nebst dem Kongress-Logo und verschiedenen Tierarten auch traditionelle afrikanische Stammestrachten abgebildet. **LW**

Die Poststrategie für Nairobi nimmt Gestalt an

Vor Kurzem liess sich der WPV-Verwaltungsrat über die Fortschritte in der Ausarbeitung der Poststrategie für Nairobi unterrichten und genehmigte die nächsten Schritte. Die beiden letzten vorbereitenden Tagungen fanden in Jeddah (Saudi-Arabien) für die Staaten der arabischen Welt und Neu-Delhi (Indien) für die Region Asien/Pazifik statt.

Seit letztem Juni wurden in den verschiedenen Weltregionen insgesamt sieben Tagungen durchgeführt, an denen rund 500 Teilnehmer aus 170 Ländern ihre Sicht zur künftigen Poststrategie darlegen konnten. Bei der neuen Strategie dreht sich Vieles um die physischen, finanziellen und elektronischen Ressourcen des Postsektors. Sie verfolgt vier Ziele: verbesserte Interoperativität, Förderung einer nachhaltigen Sektorentwicklung, Unterstützung des Universaldienstes und Massnahmen für das Wachstum von Postmarkt und -dienstleistungen.

Pascal Clivaz, Direktor für Finanzen und strategische Planung im Internationalen Büro, meint: «Die verschiedenen Tagungen haben eines deutlich gezeigt: Die Ziele sind weltweit ähnlich, sie werden indes mit unterschiedlicher Priorität verfolgt.» Die Umsetzung der Strategie erfolgt über sieben regionale Entwicklungspläne, die vom Internationalen Büro für die wichtigsten geografischen Zonen aufgestellt werden. Auf diese Weise will man den Postsektor als starkes Element der globalen Wirtschaft weiter stärken. Anschliessend an den Weltgipfel, an dem der Konsultationsprozess seinen Abschluss findet, wird die Roadmap des WPV für die kommenden vier Jahre an den Sitzungen des Rates für Postbetrieb und des Verwaltungsrates im Januar bzw. Februar den Delegierten zur Zustimmung vorgelegt. Als letzter Akt muss die Strategie von den Mitgliedsländern am Weltpostkongress in Nairobi verabschiedet werden. **LW**

Kandidaturen

Der Generaldirektor des WPV Edouard Dayan (Frankreich) und sein Stellvertreter Guozhong Huang (China) stellen sich für eine zweite Amtsperiode von 2009 bis 2012 zur Wahl.

Sie gaben ihre Absicht an der Verwaltungsratssitzung vom 22. Oktober bis 9. November 2007 am WPV-Hauptsitz in Bern bekannt. Bisher haben sich keine Kandidaten gemeldet, die gegen das amtierende Führungsteam antreten wollen. Der Generaldirektor und dessen Stellvertreter werden jeweils am Weltpostkongress von den Mitgliedstaaten gewählt.

In der Person von Murray Buchanan, der stellvertretender Direktor für internationale Angelegenheiten bei der Royal Mail, kündigte Grossbritannien seine Kandidatur für den Vorsitz des Rates für Postbetrieb (RPB) für die Amtsperiode 2009 bis 2012 an. Der Rat für Postbetrieb setzt sich aus vierzig WPV-Mitgliedern zusammen und befasst sich mit den operativen und technischen Aspekten des Postbetriebs. Der Verwaltungsrat hiess den Vorschlag Kenias zur Wahl des Chilenen Mario Felmer zum Doyen des 24. Weltpostkongresses gut. Felmer war vormaliger Gene-

raldirektor der chilenischen Post und verfügt somit über die notwendige Erfahrung im Postwesen, die es für diese Funktion braucht. Nebst bestimmten zeremoniellen und diplomatischen Aufgaben obliegt diesem die offizielle Eröffnung des Weltpostkongresses.

Katar bewarb sich für die Durchführung des 25. Weltpostkongresses, der im Jahr 2012 stattfinden wird. Die Entscheidung darüber wird am Kongress in Nairobi bekannt gegeben. **RL**

In aller Kürze



.....
In Jamaika zeigten die Beamten der Poststelle von May Pen in einem Sketch die heitere Seite ihrer täglichen Arbeit, in dem auch ihre neuen Motorfahräder zu bewundern waren.

Weltposttag 2007

Der 9. Oktober ist Weltposttag, ein besonderer Tag für die Post überall auf der Welt. Seit jeher bietet dieser Tag den Postbetrieben eine Gelegenheit, ihren Kunden, der Öffentlichkeit und den Medien mittels spezieller Anlässe und innovativer Projekte zu zeigen, welche wichtige Funktion die Post in unserem täglichen Leben ausübt. So verteilten Briefträger in Barbados auf ihren Touren Hilfspakete an Bedürftige, schalteten Radio- und TV-Stationen in der Slowakei und Türkei spezielle Werbespots und zeigten Postbeamte in Jamaika mit lustigen Sketcheinlagen die witzige Seite ihrer täglichen Arbeit. In Macao lancierte der Postbetreiber einen neuen Online-Shopping-Kanal unter der Bezeichnung WeShop, in Ruanda schaltete die Post ihre neue Website auf und in Burundi organisierte die nationale Postverwaltung einen 15-km-Lauf für ihre Mitarbeiter.

Auf unserer Website unter www.upu.int/world_post_day/en/ können Sie eine Auswahl von Fotos zu den verschiedenen Weltposttagaktivitäten anschauen. JD

IFS-Austausch zwischen Frankreich und Russland aufgeschaltet

La Banque postale, eine Tochterunternehmung der französischen La Poste, und die russische Post unterzeichneten am 16. November 2007 in Paris eine Vereinbarung über den elektronischen Geldtransfer und taten somit einen wichtigen Schritt zur Weiterentwicklung des internationalen Postfinanzdienst-Netztes.

In Zukunft werden internationale Express-Überweisungen mit garantierter Gutschrift innerhalb von zwei Valutatagen über das IFS-Netz des Weltpostvereins übermittelt.

Die Vertragsunterzeichnung erfolgte im Beisein des französischen und russischen Premierministers. Zurecht, denn immerhin ist die russische Post jährlich an mehr als 2,5 Millionen elektronischen Zahlungsüberweisungen in und aus zehn benachbarten Ländern, insbesondere der Ukraine, beteiligt und somit

einer der größten Nutzer von IFS. La Poste ihrerseits tätig und empfängt Überweisungen nach bzw. aus zahlreichen Ländern und Territorien in Afrika, Asien/Pazifik sowie Europa.

Rund sechzig Länder und Gebiete sind am IFS-Netz angeschlossen, das somit dazu beiträgt, den herkömmlichen Zahlungsauftrag auf Papier durch die digitale Postüberweisung zu ersetzen. Dies wiederum führt dazu, dass sich die Bearbeitungsprozesse sowie die Dienstleistungsqualität erheblich verbessern und die Geldwäscherei und Finanzierung von Terrorismus über unkontrollierte Kanäle effizienter bekämpfen lassen.

RL

Endlich Klarheit in Sachen Endvergütung

Auf der Webseite des WPV steht den Mitgliedstaaten jetzt ein Instrument zur Verfügung, mit dem sie die Endvergütungen berechnen können, die ihnen dem neuen Modell gemäss zustehen, das am Weltpostkongress 2008 in Nairobi zur Einführung vorgeschlagen wird. Mit den Endvergütungen werden die WPV-Staaten für die Bearbeitung der aus dem Ausland eingehenden internationalen Postsendungen angemessen entschädigt.

Mit dem neuen Berechnungs-Tool haben die WPV-Mitglieder endlich die Möglichkeit, die konkreten finanziellen Auswirkungen zu sehen, welche dieses an den Projekt-Sitzungen bisher lediglich als Theoriemodell besprochene System haben wird. Damit werden die – insbesondere von den Entwicklungsländern geäusserten – Befürchtungen hinsichtlich der Umstellung auf das neue System hoffentlich beseitigt, zumal es auf den effektiven Kosten, die einem einzelnen Land entstehen werden, basiert.

Gemäss Vorschlag werden die WPV-Mitgliedstaaten zwischen 2010 und 2013 auf das neue Vergütungssy-

stem umsteigen, wobei die finanziellen Folgen für die Staaten genau überwacht werden. Zudem garantiert das System den Entwicklungsländern einerseits Einnahmen, andererseits fungiert es als Scharnier zur Qualität der erbrachten Dienstleistungen, wie dies in den Industriestaaten bereits der Fall ist, und ebnet es den am weitesten fortgeschrittenen Entwicklungsländern den Weg zu einem reibungslosen Übergang.

«Laut unseren Analysen dürften die meisten Entwicklungsländer von der Einführung finanziell profitieren. Tatsächlich wird die vorgeschlagene Erhöhung der Endvergütungen denjenigen Ländern zugute kommen, die mehr eingehende als ausgehende internationale Post bearbeiten», sagt Georgios Goumas, Koordinator für Wirtschaftsfragen im Internationalen Büro.

Das Thema Endvergütungen wird an einer globalen Tagung, die am 21. und 22. Januar 2008 in Bern stattfinden wird, nochmals erörtert. Ziel dieses Runden Tisches ist es, ein definitives Modell zu erarbeiten, das man anschliessend am Weltpostkongress in Nairobi vorstellen kann. **RL**

Der Postverkehr in Zahlen

Im Jahr 2006 stellte die Post im nationalen und internationalen Postverkehr weltweit 439 Milliarden Briefe und 6,2 Milliarden Pakete zu. Während der nationale Briefversand gegenüber dem Vorjahr um 0,9% zunahm, gingen die Auslandssendungen um 2% zurück. Der Paketversand indes nimmt jedes Jahr zu, insgesamt stieg das nationale und internationale Paketpostvolumen um 4,8% gegenüber dem Jahr zuvor. Überdies bieten mindestens 60% aller Länder auch Online-Dienste an wie Track-und-Trace von Postsendungen, die Postleitzahlsuche und den Verkauf von Philatelieprodukten. In vielen Regionen, zum Beispiel Afrika, Lateinamerika, den karibischen Staaten, Europa, der Gemeinschaft unabhängiger Staaten, der arabi-



© ieniemienie/Photocase

schen Welt sowie in den Industrieländern, stammen immer noch 40% bis 60% des Erlöses aus der Briefpost. In Asien und der pazifischen Region hingegen entfallen bereits 46% der Einnahmen des Postsektors auf Finanzdienstleistungen. Diese Zahlen basieren auf den Angaben der Postbetreiber in der jährlichen WSV-Umfrage. **RL**

Die Statistiken sind online verfügbar unter:
www.upu.int/statistics/en/index.shtml

Ein gutes Jahr für den OSF

Chinas Postangestellten fällt es oft nicht leicht, Briefe zu sortieren, die in lateinischer Schrift adressiert sind. Noch wird von Hand sortiert, doch Erleichterung ist bald in Sicht. Denn China gehört zu den 16 Ländern, für die der Board of Trustees des Fonds zur Finanzierung der Verbesserung der Dienstqualität in Entwicklungsländern – kurz QSF – an seiner letzten Versammlung Projektfinanzierungsgelder genehmigt hat. Das Land erhält 3 Millionen US-Dollar aus dem QSF-Fonds zugesprochen, mit denen unter anderem ein System eingeführt werden soll, das internationale Adressen in chinesische Schriftzeichen transkribiert und so zu einer Verbesserung der Zustellungsqualität beiträgt.

Insgesamt wurden jüngst 21 Projekte im Gesamtwert von 8,4 Millionen USD bewilligt. Dazu gehören Systeme zur Verbesserung der Sendungsverfolgung, Röntgen-Apparaturen für die Erhöhung der Postsicherheit, die Einrichtung mobiler Poststellen in ländlichen Gegenden und die Verbesserung des Transportnetzes. Ein regionales Projekt beispielsweise ermöglicht es neun lateinamerikanischen Ländern, ein Kostenrechnungsprogramm einzuführen.

Im Jahr 2007 finanzierte der QSF 75 Projekte im Gesamtbetrag von 15,8 Millionen USD. Zum ersten Mal stellte der Fonds mehr Mittel bereit als er erhalten hatte, was durch eine Erhöhung der Endvergütungen, welche die WPV-Mitglieder leisten, ermöglicht wurde.

Ausserdem wurden El Salvador, Fidschi, Jordanien, Kenia, Mosambik, Trinidad und Tobago, Uganda und Weissrussland mit einem Zertifikat ausgezeichnet, das ihnen die Erreichung der QSF-Projektziele und die Anhebung der Service-Qualität ihrer nationalen Postdienste bescheinigt.

RL



Das Rennen um die letzte Meile

.....
2006 verzeichnete der weltweite elektronische Handel einen Umsatz von 12,8 Billionen US-Dollar bzw. 18% des globalen Warenhandels. Wenn Postdienste sich den Löwenanteil der Zustellungen sichern möchten, müssen sie sich auf Innovation und Qualität konzentrieren.

Die momentane Stärke der kanadischen Währung gegenüber dem US-Dollar hat die Kanadier dazu bewegt, südlich der Grenze auf virtuelle Einkaufstour zu gehen. Sie waren dabei derart kauffreudig, dass das durch Canada Post verarbeitete Volumen an Briefen und Paketen Ende Oktober im Vergleich zum Vorjahr um 18% zugenommen hat. Das gab es noch nie – und dabei hatte das Weihnachtsgeschäft noch nicht einmal begonnen. Zollbehörden und Verteilzentren wurden total überrascht.

Auch wenn dies ein Einzelfall ist, so zeigt es doch, wie bedeutend der Internetverkauf heute ist, besonders bei wirtschaftlich günstigen Bedingungen. Zudem überholt das Wachstum des Online-Verkaufs jenes des herkömmlichen Einzelhandelsverkaufs – und dies weltweit.

Gemäss einer neuen Studie der Credit Suisse wird das Volumen von Online-Einkäufen weltweit voraussichtlich von 170 Mrd. (2006) bis 2010 um 54% auf 263 Mrd. US-Dollar ansteigen. Wo sich die physischen, elektronischen und finanziellen Netzwerke treffen, profitiert der Postsektor bereits von den Vorteilen des elektronischen Handels. Viel Potenzial bleibt jedoch noch ungenutzt. Indem die Anbieter den Zugang zu integrierten Dienstleistungen mit hohem Mehrwert verbessern, können sie nicht nur ihr Kerngeschäft unterstützen, sondern auch ihre Produktpalette erweitern, um neue Einnahmequellen zu schaffen.

Zunehmender Handel

Durch das Internet haben unzählige Online-Shops ihre Türen geöffnet. Business-to-business (B2B) hat für den Handel zwischen Unternehmen und Konsumenten (B2C) und nun auch zwischen privaten Konsumenten (C2C) den Weg geebnet, zum Beispiel über Online-Auktionen. Die Zunahme an grenzüberschreitenden Geschäftsvorgängen kurbelt den Paketverkehr an. Gemäss den neuesten An-

gaben des WPV wurden 2006 weltweit über 6,2 Mrd. Pakete versandt, 40 Millionen davon ins Ausland. Dies entspricht einem Anstieg von 1,4% im Vergleich zu 2005.

Paul Donohoe, Leiter des e-Business-Programms beim WPV, erklärt: «Der Handel zwischen den USA und Grossbritannien ist bereits sehr intensiv. Der internationale Versand wird weiter zunehmen, da der Handel auf regionaler Ebene immer besser organisiert wird, besonders in China, Indien und Europa.»

Um von dieser Goldgrube zu profitieren, entwickeln die Postbetreiber neue Dienste und Hilfsmittel, um Händlern und Käufern das Leben zu erleichtern und das Aufgeben, das Abholen und die Auslieferung von Paketen zu verbessern. Die «letzte Meile» – jener Teil des Geschäfts, der darin besteht, online gekaufte Waren dem Kunden auszuliefern – ist in industrialisierten Ländern auf bestem Weg, erobert zu werden. Aber auch die Entwicklungsländer, die ein enormes Potenzial bergen, könnten für Paketdienste in Zukunft sehr interessant werden, insbesondere aufstrebende Länder wie China oder Brasilien.

Schweizer Pendler können ihre Pakete bereits im ganzen Land an 250 Abholstellen in Bahnhöfen, Tankstellen oder Kiosken abholen, sogar abends oder an Wochenenden. Zudem können Kunden des Online-Supermarkts Le Shop.ch ihre Einkäufe täglich per Post nach Hause liefern lassen. Rund 160 000 Schweizer Haushalte kaufen bereits auf diese Weise ein. Wie Christian Wanner, Mitgründer und Geschäftsführer von Le Shop SA, betont: «Die Post bietet eine zielgerichtete, flexible und dynamische Lösung für die Erwartungen der Kunden, indem sie sich der Herausforderung stellt, verderbliche Lebensmittel in derartigen Mengen täglich auszuliefern.»

.....
Von
Emmanuel
Deonna

«Opfer» gezielten Marketings

Einige Strategien zur Steigerung von Online-Verkäufen haben eine lange Erfolgsgeschichte. Internetriesen wie Amazon, eBay und Google greifen auf altbewährte Bestellkataloge zurück. Im letzten März wurde die United States Postal Service das «glückliche Opfer» einer Aktion von eBay, die auf nicht weniger als 35 Millionen Konsumenten zielte – einige Poststellen waren dem Zusammenbruch nahe!

Unternehmen kommen allmählich von der Werbung in Massenmedien weg und setzen vermehrt auf zielgerichtete und personalisierte Kommunikation. Das bedeutet, dass Anbieter Kundenbeziehungsmanagement-Systeme einrichten und immer wirksamere Direktmarketing-Lösungen in ihre Strategien aufnehmen müssen.

Der «Borderfree»-Service von Canada Post gibt den Kunden direkt den Gesamtbetrag einer Bestellung inklusive Steuern, Zollgebühren und Kursschwankungen an und ermöglicht es ihnen so, die genauen Kosten ihrer Einkäufe auf Webseiten amerikanischer Unternehmen schon vor dem Versand zu ermitteln. Um amerikanischen Händlern den Zugang zum kanadischen Markt zu vereinfachen, bietet ihnen Canada Post Segmentierungswerkzeuge, mit denen sie mittels Kundenprofiling die viel versprechendsten Kunden finden können. Gemäss Paulina Sazon, Leiterin der Direct-Sales-Abteilung bei Canada Post, stützt sich «Borderfree» auf Data Management Services und PR-Kampagnen, um bei kanadischen Kunden ein Bewusstsein für amerikanische Marken zu schaffen. Sie erklärt: «Canada Post führte 2006 den ersten Multi-Trading-Katalog Kanadas ein, das Lookbook. Mit diesem Marketinginstrument können Händler durch zielgerichtete Mailings und dem Verteilen von Katalogen an über eine Million kanadische Haushalte Kunden werben.» Die Marketingmethode macht sich bezahlt. «In der Sommersaison 2006 verzeichneten jene Händler, die «Borderfree» benutzten, 50% mehr Verkäufe. Gemäss einer unserer Marktuntersuchungen werden in Zukunft die Bereiche Bekleidung und Heimdekor sowie Elektrogeräte als erste vom Direktvertrieb profitieren», kommt Paulina Sazon zum Schluss.

Mehrwert bieten

Die digitale Revolution hat die Kunden anspruchsvoller gemacht. Da es einfach ist, die Qualität der angebotenen Waren zu vergleichen, müssen Anbieter die Sicherheit bei der Geschäftsabwicklung und die Qualität der gebotenen Informationen hervorheben. Die im September 2006 veröffentlichte Meinungsumfrage der EU-Kommission zum Konsumentenschutz im heimischen Markt zeigt eine grosse Zurückhaltung von europäischen Konsumenten bei grenzüberschreitenden Geschäften. Laut Katja Mrowka, Expertin für Wirtschafts- und Wettbewerbsrecht beim Verbraucherzentrale Bundesverband, verlangen Konsumenten klare Informationen für eine wohlüberlegte Entscheidung und wollen sie die Möglichkeit haben, Waren zurückzugeben. Gemäss Henri de Maublanc, Geschäftsführer beim französischen Blumenversand Aquarelle.com, der 95% seines Umsatzes von 35 Mio. Euro mit Internetverkauf macht, «erwarten Kunden vor allem, dass sie Informationen in Echtzeit erhalten. Das ist die grosse Herausforderung, die den Postsektor in den kommenden Jahren erwartet».

Gewisse Postbetreiber reagieren bereits. «Dienste wie automatische Berechnung von Versandgebühren, Ausdruck von Etiketten, programmiertes Abholen von Hauszustellungen, Track-and-Trace-Informationen und Marketingprogramme sind bereits online verfügbar», betont Paul Donohoe.

Andere Anbieter bieten Hosting-Lösungen für kleine und mittelgrosse Unternehmen (KMU) und verwalten deren Online-Shops. Partnerschaften mit Banken und grossen Kreditkartenunternehmen gewährleisten die Sicherheit von Online-Geschäften und sichern das Vertrauen der Kunden.

Postepay, das nach dem Prinzip der Vorauszahlung funktioniert, erleichtert den Kunden der italienischen Post das online Einkaufen. Grosse Online-Auktionsseiten wie eBay bieten Postepay als Zahlungsmöglichkeit an. Die Stärke der Postanbieter liegt in ihrer Fähigkeit, Lösungen für sämtliche Dienste anzubieten, die im elektronischen Handel gefragt sind. Im Wissen, dass 95% der Unternehmen in Italien kleiner oder mittlerer Grösse sind, hat die italienische Post Postecommerce entwickelt, einen massge-

Das koreanische Modell

schneiderten Dienst für den elektronischen Handel. «Unser Dienst besteht aus verschiedenen Elementen: Hosting von Internetseiten, Zahlungslösungen, Logistik (einschliesslich Retournieren von Waren) und Marketingdiensten. Seit der Markteinführung Ende November können unsere Kunden zwischen der gesamten Plattform oder einem oder mehreren Modulen wählen», erklärt Stefania Sbrizzi, Leiterin des Bereichs e-Business der Poste Italiane.

Export vereinfachen

Mit der Vereinfachung der Geschäfte für KMUs folgt Poste Italiane ihrem brasilianischen Pendant, Correios. Als die brasilianische Post feststellte, dass die kleinen und mittelgrossen Betriebe den Bereich Export vermehrt aufgaben, ergriff sie mit Hilfe der Regierung und der Zentralbank Massnahmen, um die Unternehmen zu ermutigen, Waren per Post zu exportieren. Der Dienst Exporta Fácil hat die Anzahl auszufüllender Exportpapiere drastisch reduziert und Correios ist nun der einzige Logistikanbieter Brasiliens, der die Zollabfertigung im Hause erledigt.

Mit der Einführung von CorreiosNet Shopping im August 2003 entwickelte das brasilianische Unternehmen eine Hosting-Lösung für Online-Shops. Heute sind nicht weniger als 600 Kleinst- und Kleinunternehmen dem Portal angeschlossen.

Die Vorteile eines Online-Preisvergleichsdiensts wie Busca Pe zeichnen sich ebenfalls ab. «Mit Busca Pe können unsere Kunden alle angebotenen Preise vergleichen, sowohl inner- als auch ausserhalb der CorreiosNet-Plattform», so António Braquehais, Leiter des elektronischen Handels bei der brasilianischen Post und Vorsitzender des Projektteams elektronischer Handel beim WPV. Es mangelt nicht an Ideen. Deshalb bildet die Entwicklung des elektronischen Handels den Kern der Online-Dienst- und Produktstrategie, welche vom WPV am Weltpostkongress 2008 in Nairobi verabschiedet werden soll.

Die Lösungen für den elektronischen Handel der Korea Post gewannen 2006 zwei World Mail Awards – nicht ohne Grund. Die 34 Millionen südkoreanischen Internetnutzer können Landwirtschafts- und Fischereiprodukte, Kunsthandwerke und Industriegüter von über tausend Produzenten im ganzen Land kaufen. Dies ist insofern einzigartig, als dass Regierungsstellen die zu verkaufenden Produkte strengen regelmässigen Kontrollen unterziehen, um jegliche Gesundheitsrisiken auszuschliessen. «Letztes Jahr bot Korea Post den Postbetreibern Kasachstans und der Mongolei einen IT-Beratungsdienst an, der sich vor allem auf den elektronischen Handel konzentrierte. Unsere Online-Shoppinglösungen basieren auf einer soliden, verlässlichen Infrastruktur und langjähriger Erfahrung, fördern die Zunahme des Paketversands und tragen bedeutend zur lokalen wirtschaftlichen Entwicklung bei», erklärt Sook-Yeon Lee, stellvertretender Direktor der internationalen Zusammenarbeit bei Korea Post. Korea Post holt nämlich Pakete zu Hause ab und verfolgt die Objekte per Tracking und Tracing. Wie Kyung-Won Jung, Präsident von Korea Post, erfreut berichtet: «2006 lieferten wir 40 Millionen Pakete und EMS-Sendungen aus und beantworteten 250 Millionen Track-and-Trace-Anfragen dazu. Alles in allem generierte der EMS- und Paketsektor 442 Mio. US-Dollar, also 21% unseres Umsatzes.»

Servicequalität als Grundlage

Um den elektronischen Handel optimal zu nutzen, setzen viele Betreiber voll auf Servicequalität. Sie übernehmen sogar die finanzielle Verantwortung im Falle von fehler- oder mangelhaften Dienstleistungen. Die Postbetreiber der Kahala-Gruppe sind dafür ein ausgezeichnetes Beispiel.

Die Statistiken sind online verfügbar unter:
www.upu.int/union_postale/en/index.shtml



Den Süd-Nord-Handel fördern

Seit dem Weltgipfel zur Informationsgesellschaft, der Ende 2005 in Tunesien stattfand, hat der WPV in Zusammenarbeit mit anderen Uno-Organisationen einen Massnahmenplan zur Förderung des elektronischen Handels entwickelt. Beim letzten Treffen dieser Gruppe im Mai 2007 in Genf standen die Auswirkungen der neuen Informationstechnologien auf die globalen Wertschöpfungsketten im Mittelpunkt. Das Internationale Büro des WPV präsentierte einen Bericht, welcher die Rolle des Postsektors als globaler Geschäftsmotor für kleine und mittelgrosse Unternehmen (KMU) beleuchtete.

Kleinbetriebe der südlichen Hemisphäre haben die Chancen erkannt, die ihnen der elektronische Handel im Vertrieb ihrer Produkte bietet: Statt nur die lokalen Abnehmer zu beliefern, können sie ihre Produkte via Internet auf den weltweiten Märkten absetzen. Ein typisches Beispiel ist Antonio Diaz, ein Kunsthandwerker aus dem mexikanischen Bundesstaat Oaxaca*. Anstatt wie früher seine holzgeschnitzten Tierkulpturen auf einer Decke in den Strassen seines Ortes feilzubieten, verkauft er die Kunstwerke jetzt im Internet. Dazu geht er dreimal in der Woche in die Stadt, um seine Skulpturen per Paketpost nach Mexikostadt zu senden, wo eine spezialisier-

te Organisation die Arbeiten verschiedener Kunsthandwerker auf eBay einer globalen Käuferschaft präsentiert. Für Antonio Diaz hat sich dieser Schritt gelohnt, konnte er doch sein Einkommen bereits verdreifachen.

Dieses Modell, bei dem KMUs von Drittorganisationen beim Zugang zum Welthandel unterstützt werden, findet immer grössere Verbreitung. So hilft PEOPLink mit ihrem CatGen (Catalogue Generator) mittlerweile 1400 KMUs in rund vierzig Ländern ihre Produkte in den Industrieländern zu verkaufen, egal ob Keramik aus Vietnam, Masken aus Nepal oder Kunsthandwerk aus Ruanda. CatGen ermöglicht es den KMUs, einen Katalog einzurichten, auf den über die globalen Verkaufsplattformen wie eBay zugegriffen werden kann. CatGen nimmt die Zahlungen entgegen und der Hersteller übernimmt den Postversand der bestellten Ware. Um Kosten einzusparen, werden die Pakete mehrerer KMUs zusammen ins Bestimmungsland befördert, wo sie anschliessend den einzelnen Käufern zugestellt werden.

Doch Daniel Scaldeo, der Direktor von CatGen, sucht bereits nach einer effizienteren Versandlösung: «Nebst Kosteneinsparungen, Schnelligkeit und Zuverlässigkeit wünschen wir uns eine integrierte, globale Versandlösung, bei der wir unserem

Partner nur noch «abschicken» sagen müssen. In bestimmten Ländern arbeiten wir mit EMS zusammen.»

Der Warenversand, d.h. der letzte Schritt – oder die letzte Meile – eines Internetgeschäfts, stellt im Nord-Süd-Handel eine besondere Herausforderung in Bezug auf Preis, Zeit und Zollabfertigung dar. Paul Donohoe, Leiter des eBusiness-Programms beim Internationalen Büro des WPV, kennt die Probleme: «Neben der Zusammenarbeit mit Organisationen wie der Welthandelsorganisation, der Welthandels- und Entwicklungskonferenz (UNCTAD) und der Internationalen Zollorganisation (WCO) zur Lösung dieser Probleme kooperieren der WPV und seine Mitglieder in der Entwicklung neuer Standards auch mit der Onlinehandelsbranche. Die Standards sollen zur Verbesserung der Qualität, Schaffung neuer Dienstleistungen und Vereinfachung des Versands der im Internet erworbenen Waren – und hier vor allem von der südlichen Hemisphäre in die industrialisierten Länder des Nordens – beitragen. Die Kostenstrukturen laufend zu optimieren und so einen preisgünstigen Postversand von der südlichen in die nördliche Erdhalbkugel sicherzustellen – das wird die Herausforderung für die Zukunft sein. LW

* eBay Magazin 1/2007.

Neue Zollvorschriften fordern den Postsektor

.....
Noch ist es relativ einfach, Dokumente und Pakete ins Ausland zu versenden. Doch das könnte sich schon bald ändern.

.....
**Von
Laurent Widmer**

.....
**Bilder:
Ray Hegelbach**

Will man heute ein Paket ins Ausland aufgeben, genügt es, am Postschalter das Formular CN 22, CN 23 oder CP 72 von Hand auszufüllen. Dort wird das Gewicht, der Inhalt und der Wert des Pakets angegeben und ferner vermerkt, ob es sich bei der Sendung um ein Geschäftsmuster oder ein Geschenk handelt. Doch im Zollbereich und in der elektronischen Datenverarbeitung stehen Modernisierungen an. Zudem sind immer strengere Sicherheitsstandards zu erfüllen und soll dafür gesorgt werden, dass sämtliche Paketbeförderer im Wettbewerb mit gleich langen Spiessen kämpfen. Deshalb dürften die Zollbehörden schon bald ausführlichere Informationen über den Inhalt von Postpaketen verlangen, und zwar in elektronischer Form. Für den Postbetreiber bedeutet dies zusätzliche grenzüberschreitende Postverarbeitungsschritte, während der Absender die Tarifnummer des Pakets elektronisch angeben muss, wie dies in den USA bereits der Fall ist und in Europa eingeführt werden soll.

Ab Juli 2009 werden die Lieferanten den Zollbehörden im Voraus bestimmte Informationen über Waren, die ins oder aus dem Zollgebiet der Europäischen Union versandt werden, zukommen lassen müssen. In den USA ist eine Vorschrift in Kraft, gemäss der alle sicherheitsrelevanten Frachtdaten über Containerladungen 24 Stunden vor Auslaufen des Schiffes im Ursprungsland an die U.S. Customs and Border Protection (CBP) gemeldet werden müssen (die sogenannte «24 hours rule»). Bei Luftfracht sind diese Angaben unmittelbar nach Abflug zu übermitteln. Dank dieser Massnahme kann die CBP zweifelhafte

Frachtladung über ihr automatisiertes Überwachungssystem gezielt identifizieren. Tiddo Bresters, Vorsitzender der Unterstützungsgruppe für Zollangelegenheiten des WPV, sagt: «Noch gelten diese Vorschriften nicht für die Post, doch langfristig müssen die Postbetreiber den Zollverwaltungen wohl mehr Daten offenlegen, als dies bisher der Fall war – für bestimmte Postsendungen werden diese Informationen sogar vor Ankunft der Sendung vorliegen müssen.»

Falls der Geltungsbereich dieser Vorschriften auf den Brief- und Paketverkehr erweitert würde, hätte dies gravierende Konsequenzen für die – dank WPV – international vernetzten Postbetreiber.

Im Gegensatz zu den Beförderungssystemen grosser privater Unternehmen wie DHL, Fedex oder UPS lässt sich der Versandstatus eines Pakets im WPV-Netzwerk, welches Postbetreiber aus 191 Ländern miteinander verbindet, nicht von allen Beteiligten jederzeit einsehen. Die dazu notwendigen Daten, einschliesslich einer Inhaltsbeschreibung in elektronischer Form, stehen den UPU-Staaten während der Beförderung zwischen den Ländern nicht lückenlos zur Verfügung. Es gibt auch kein einfaches System für eine Postverwaltung, um festzustellen, in welchem Postsack oder mit welchem Flugzeug eine bestimmte Sendung ankommt. «Die staatlichen Postbetreiber verfolgen die Entwicklung genau. Sie befürchten, dass auch sie diese neuen Vorschriften übernehmen müssen, die dem speziellen Umfeld des Postsektors jedoch keine Rechnung tragen», gibt Akio Miyaji, Koordinator für Service-Qualität im Internationalen Büro des WPV, zu bedenken. «Damit würden die in der Kyoto-Konvention vorgesehenen Ausnahmeregelungen für die Post dahinfallen» (s. Kasten auf Seite 16).

Vertiefte Zusammenarbeit

.....

Die Bestimmungen, die das Verhältnis der Post zur Zollverwaltung regeln, sind in verschiedenen Dokumenten festgehalten. Für den WPV ist insbesondere die Internationale Zollorganisation (WCO) massgebender Ansprechpartner. Die Kooperation zwischen Post- und Zollstellen basiert auf der Kyoto-Vereinbarung, einem 1974 unterzeichneten internationalen Abkommen über die Vereinfachung und Harmonisierung von Zollformalitäten. In Anerkennung der besonderen Merkmale des Postverkehrs und der enorm hohen Anzahl verschickter Pakete sieht dieses Abkommen eine vereinfachte Zollabfertigung für Postsendungen vor, damit Kosten und Zeit gespart werden. Die Post- und Zollverwaltungen arbeiten gemäss dem Kyoto-Abkommen sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene zusammen. Ausserdem bestehen verschiedene Kooperationsvereinbarungen zwischen der WCO und dem WPV, von denen die jüngste im September 2007 abgeschlossen wurde. Dieses Abkommen sieht eine vertiefte Zusammenarbeit zwischen den beiden Organisationen zur Förderung eines freien und sicheren Welthandels vor. Zu diesem Zweck wird der Postal Export Guide aktualisiert und werden die Sicherheitsanforderungen durch neue Standards und Vorgehensweisen erhöht. Überdies führen die beiden Organisationen E-Learning-Trainings und gemeinsame regionale Workshops durch, mit dem Ziel, die Dienstleistungsqualität sowohl der Post als auch der Zollverwaltungen zu erhöhen. Und schliesslich wollen der WPV und die WCO enger zusammenarbeiten, um die Zollabfertigungs- und Postversandprozesse den modernen Bedürfnissen anzupassen, insbesondere im Hinblick auf die immer höheren Anforderungen der elektronischen Datenübermittlung.

Die Suche nach Lösungen

Der WPV sucht gemeinsam mit der Internationalen Zollorganisation (World Customs Organization, WCO) nach einer Lösung. Zurzeit werden EDI-Nachrichten-Standards entwickelt, um die Operationalität zwischen den Post- und Zollverwaltungen zu gewährleisten. Das internationale Postverwaltungssystem des WPV (International Postal System, IPS), das von über 130 Staaten verwendet wird, generiert sämtliche EDI-Nachrichten, mit denen sich die Betreiber gegenseitig über ihre Versandaktivitäten informieren. In gewissen Ländern gibt es mehrere verschiedene Schnittstellen für den Datenaustausch mit der Zollverwaltung. Harald Weyerich, Direktor des Posttechnologiezentrums, weiss: «Die Herausforderung besteht darin, die Interkonnektivität zwischen den Postbetreibern und den Zollbehörden weltweit sicherzustellen. Zu diesem Zweck muss der Datenaustausch standardisiert, neue Standards ins IPS-System integriert und IPS an die Zollverwaltungen der verschiedenen Länder angebunden werden – alles Ziele, auf die wir gemeinsam mit der WCO und anderen Interessengruppen hinarbeiten.»



Es mag paradox klingen, doch während das Internet keine Grenzen kennt, wird der physische Warenaustausch zwischen den Ländern durch neue Vorschriften erschwert, die oft im Namen der Terrorismusbekämpfung erlassen wurden. Zusätzlich zum Sicherheitsaspekt sieht sich der Postsektor mit einem anderen Problem konfrontiert: die Einhaltung des Urheberrechts. Kürzlich wurde ein grosser Postbetreiber beschuldigt, gefälschte Elektronikgeräte versandt zu haben. Der Fall ist zwar noch hängig, doch oft kann weder der Hersteller noch der Absender belangt werden, daher gerät die Post zwischen Stuhl und Bank. Sie ist lediglich der Beförderer und als solcher an das Postgeheimnis gebunden. Die Post kann mit den Zollbehörden zusammenarbeiten, doch den Inhalt von Postsendungen weder prüfen noch kontrollieren. Ansonsten müsste die Post in jeder Poststelle und in jedem Auswechslungsamt Chemiker und andere Betrugsspezialisten beschäftigen.

Zur Vereinfachung der Zollformalitäten werden weitere Neuerungen eingeführt. Die Postbetreiber prüfen, welche Sendungen von einem Zollbeamten genauer untersucht werden müssen bzw. für welche Sendungen eine Stichprobenweise Kontrolle ausreicht, wodurch sich die Zollobarbeitung beschleunigt. Gesetzesanpassungen in der Schweiz und in den USA sorgen dafür, dass die Schweizerische Post und USPS, die gleichen Bedingungen erhalten wie andere Postbetreiber. Darüber hinaus ist die Schweizerische Post ab jetzt verpflichtet, eingehende Sendungen durch ihre eigenen Zollexperten abfertigen zu lassen, jedoch unter der Aufsicht von Beamten der eidgenössischen Zollverwaltung. Aufgrund ihrer Sonderstellung und Verpflichtung zur Interkonnektivität werden der Schweizer Post gewisse Ausnahmeregelungen zugestanden, eine Vorgehensweise, die auch in den Niederlanden gewählt wurde.

«Rettet die Erde» – Der Appell eines Tiger- jungen an die Menschen



Die diesjährige Preisverleihung ging mit dem 62. Jahrestag der Gründung der Vereinten Nationen einher. In Anerkennung ihrer Arbeit, welche die Philosophie der Vereinten Nationen zum Ausdruck bringt, durften Sze Ee Lee und weitere Malaysier am 26. Oktober 2007 Auszeichnungen aus den Händen von Dr. Richard Leete, dem lokalen Vertreter des Entwicklungsprogrammes der Vereinten Nationen, in Empfang nehmen.

Von
Jérôme
Deutschmann

Für den diesjährigen Schreibwettbewerb des WPV hatten die jungen Autorinnen und Autoren die Aufgabe, sich in die Lage eines wilden Tieres zu versetzen, dessen Lebensraum durch die Umweltzerstörung und den Klimawandel bedroht ist, und die Menschen mit einem Brief auf ihre verzweifelte Situation aufmerksam zu machen. Sze Ee Lee, ein malaysisches Mädchen, schlüpfte in die Rolle eines Tigerjungen und schreibt den Menschen vom Leben im Dschungel, ein Leben, das durch die Zerstörungswut der Menschen in Gefahr ist. Sie gewann mit diesem Brief den 36. Schreibwettbewerb des WPV. «Auf den Gedanken diesen Brief zu verfassen, kam ich, nachdem ich verschiedene Artikel in der Zeitung gelesen hatte. Ich benötigte drei Tage, um den Brief zu schreiben», sagte sie in einem Interview mit der Zeitung *Bernama Daily Malaysian News*.

2007 brachten mehr als drei Millionen Kinder und Teenager aus 61 Ländern ihre Sorgen über den Klimawandel, die Wasserverschmutzung, Regenwaldzerstörung und Wilderei zu Papier, um nur einige Beispiele von Umweltschädigung durch die Menschen zu nennen.

Sze Ee Lee schliesst ihren Brief mit einem eindringlichen Appell: «Wir sind machtlos. Wir brauchen eure Hilfe: Ihr, die Menschen dieser Welt, könnt uns retten.» Die UNESCO-Jury, welche die Eingaben bewertete, war des Lobes voll für diesen berührenden Brief: «Mit ihrer Feingefühligkeit und Vorstellungskraft hat dieses junge Mädchen die Dringlichkeit der Situation eindrücklich aufgezeigt.»

Margaret Ayieko Grace aus Kenia und Wara Sofia Facio Flores aus Bolivien gewannen gemeinsam den zweiten Preis, während der dritte Preis an Marianna Köster aus Estland ging.

36. Schreibwettbewerb des WPV

Siegerbrief



2. Preis: Wara Sofia Facio Flores (Bolivien).



2. Preis: Margaret Ayieko (Kenia).



3. Preis: Mariana Köster (Estland).

Lot 116 Herbal Trees
Tiger Road 113
Raub Rainforest
Pahang Darul Makmur
Malaysia

24. März 2007

Liebe Menschen dieser Welt

Seid nicht überrascht, wenn Ihr diesen Brief liest. Ich möchte mich gerne vorstellen: mein Name ist Cody, ein Tigerjunges aus dem Regenwald von Malaysia. Ich bin zwar noch klein, aber ich habe schreckliche Dinge gesehen, die den Tieren dieser Erde angetan wurden. Ich konnte tagelang nicht schlafen, als ich hörte, was meinem Cousin Nikki widerfahren ist. Zum Glück wurde er gerade noch rechtzeitig vor dem Kochtopf gerettet. Nette Menschen haben sich seither gut um ihn gekümmert. Darum habe ich den Menschen auf diesem Planeten viel zu sagen.

Ich möchte euch allen gratulieren. Viele von euch haben eine gute Schulbildung und leben in eurer «modernen Welt». Aber heisst das, dass die Menschen zivilisiert sind? Weshalb müsst Ihr dann immer noch in unseren Dschungel eindringen und uns jagen wie in der Steinzeit? Liebe Menschen dieser Welt, brennt nicht unser Zuhause nieder und besetzt nicht unseren natürlichen Lebensraum. Wir können doch nirgendwo sonst hingehen.

Mit moderner Technik könnt Ihr hohe Wolkenkratzer bauen. Eines Tages wird der Mensch vielleicht sogar eine unterirdische Stadt bauen (aber bitte nicht im Meer). Wieso braucht ihr dann immer noch unser Land? Bitte, bitte, lasst unseren Lebensraum in Ruhe.

Wenn Ihr uns helfen wollt, werft keinen Abfall in den Fluss. Oh, liebe Bauern: benutzt bitte biologischen Dünger, sodass keine schädlichen Chemikalien in den Fluss gelangen. Der Fluss ist eure und unsere Wasserquelle. Wassertiere wie Garnelen oder Fische werden von euch und anderen Tieren gegessen. Vergiftet euch nicht selbst.

Das Wichtigste, um uns beim Überleben zu helfen, ist unseren Lebensraum zu schützen. Obwohl die Regierung den Schutz von Wildtieren empfiehlt, arbeiten die Menschen immer noch nicht mit Organisationen zusammen, um uns zu helfen. Wieso nicht? Unterstützt Organisationen wie World Animal Foundation und den WWF und Ihr werdet unsere Notlage verstehen: saurer Regen, der Wald und Tiere zerstört, illegale Abholzung und Wilderer, die uns unserer Felle oder (igitt!) unser Fleisch wegen als Delikatesse jagen. Bitte schützt unseren Lebensraum. Macht aus Teilen der grossen Dschungel Nationalpärke und Naturreservate, sodass wir nicht aussterben, genauso wie wir Tiere auch nicht möchten, dass Ihr Menschen aussterbt.

WPV und UNESCO: Briefe lesen für eine gute Sache

Kinder lieben Tiere von Natur aus. Lehrt sie, die Tiere weiterhin zu lieben und zu schützen. Es ist auch nicht zu spät, die heutige Generation aufzuklären und sie zu sensibilisieren. Solange der Mensch bereit ist, sein Herz zu öffnen und sich ernsthaft mit Natur- und Tierschutz zu befassen, besteht für uns Hoffnung.

Meine Freunde, die Krokodile, haben Tränen vergessen als sie vom Tod des grossen Steve Irwin, des «Crocodile Hunter», hörten. Und es waren nicht die sprichwörtlichen Krokodilstränen. Er war ein wahrhaft grosser Mann, der die Menschen mit der Botschaft «Diese Tiere sind schön, faszinierend, wunderbar» berührte. Er behandelte sie mit grossem Respekt, kümmerte sich um sie und setzte sich dafür ein, dass sie in ihrem Lebensraum bleiben können. Es braucht mehr Menschen wie Steve Irwin. Wenn der Mensch seine Haustiere lieben und für sie sorgen kann, dann ist er sicher auch um unser Wohlergehen besorgt, wenn er nur genug über uns Wildtiere wüsste.

Wissenschaftler und Naturschützer sollten sich zusammentun, um Probleme wie den sauren Regen, Klimawandel und Abbau der Ozonschicht zu lösen, und mehr forschen, um unsere Art zu vermehren.

Was der Mensch bereits zerstört hat, ist zerstört. Lasst uns nach vorne in eine strahlende Zukunft blicken. Die Regierungen dieser Welt sollen zusammenarbeiten und Gesetze gegen Wilderei, illegale Abholzung und Zerstörung unseres Lebensraums – direkt oder indirekt – durchsetzen. Deshalb schlage ich vor, dass mit Hilfe der Massenmedien, im Internet und in allen Ländern eine Aufklärungskampagne durchgeführt wird. Sie muss immer weitergehen, damit die Botschaft zum Schutz der Tiere möglichst viele Menschen erreicht, ob alt oder jung.

Die Feder ist stärker als das Schwert. Bitte veröffentlicht mehr Bücher, Zeitschriften und Broschüren. Viele Leute wissen immer noch nichts oder wenig über Wildtiere. Das malaysische Sprichwort «Tak kenal maka tak cinta» besagt, dass «dich zu kennen, dich zu lieben heisst». Sorgt dafür, dass möglichst viele Menschen uns kennen und lieben. Wir sind machtlos. Wir brauchen eure Hilfe: Ihr, die Menschen dieser Welt, könnt uns retten. Die Umweltorganisationen brauchen eure Unterstützung. Spendet grosszügig für einen guten Zweck und lasst nicht zu, dass wir aussterben. Wir danken euch von Herzen!

Viele Grüsse

Cody

P.S. Dieser Brief enthält 1000 Tatzelnabdrucke von betroffenen Tigern.



Seit 1971 ist die UNESCO Partnerin des WPV in der Ausrichtung des internationalen Schreibwettbewerbs, der auf eine Initiative des Postkongresses in Tokio zurückgeht, junge Menschen wieder vermehrt zum Schreiben zu animieren. Seitdem begutachtet eine Jury, in der alle sechs offiziellen Sprachen der Vereinten Nationen – Arabisch, Chinesisch, Englisch, Französisch, Russisch und Spanisch – vertreten sind, sämtliche Einsendungen, ernennt drei Gewinner und zeichnet weitere Beiträge aus. Pilar Morel Vasquez, die seit 1998 das Dokumentationszentrum der UNESCO leitet und der Jury vorsteht, erklärt: «Wenn der Text auf Arabisch geschrieben und anschliessend ins Französische übersetzt wurde, wird der Brief auf Stil und Vollständigkeit hin noch von einem muttersprachigen Korrektor gegengelesen.»

Die Jury trifft ihre Entscheidung primär auf der Basis von Stil, Wortschatz und Inhalt des Textes, aber auch das Alter des Verfassers wird berücksichtigt.

«Manche Themen regen die Phantasie an und wir erhalten lustige, aussergewöhnliche und in einigen Fällen auch sehr bewegende Einsendungen. In anderen Jahren löst das Thema wenig Begeisterung aus, was auch in der geringeren Qualität der Beiträge zum Ausdruck kommt», sagt Morel Vasquez.

Zur Freude der UNESCO sollen die jungen Schreiberinnen und Schreiber im nächstjährigen Wettbewerb ausführen, weshalb die Welt Toleranz braucht – ein Thema das heute von besonderer Wichtigkeit ist, da infolge der Globalisierung, Migration und der damit zusammenhängenden Entwicklungen immer mehr Menschen unterschiedlicher Kulturen miteinander in Berührung kommen.

Ihr Schlüssel zur korrekten Adressierung und richtigen Zustellung

Universal DataBase



Das globale Postleitzahlenverzeichnis

- ✓ **Sofort nutzbare Daten**
- ✓ **Einzigartiges, bleibendes Format**
- ✓ **Vierteljährliche Aktualisierung**
- ✓ **Kompatibel zu Adressüberprüfungssoftware und Rechtschreibprüfprogramme**

Universal Postal Union – POST*CODE

Postfach – 3000 BERN 15 – SCHWEIZ

www.upu.int

Kontaktieren Sie uns

postcode@upu.int

Fernunterricht: ein Lernmedium mit Mehrwert

Für die weltweit fünf Millionen Postangestellten wurde der Fernunterricht zum idealen Lernwerkzeug, um neue Kenntnisse zu erlangen und sich Kompetenz und Know-how anzueignen.

Von
Jérôme
Deutschmann

Die Postbetreiber kennen die Vorteile des Fernunterrichts und erreichen damit erhebliche Einsparungen, stimmen ihre Tätigkeiten mit anderen Betreibern ab und werden wettbewerbsfähiger. Der Fernunterricht ist für den WPV das Lernwerkzeug erster Wahl.

TRAINPOST, die von der tunesischen Post betriebene Lernplattform des WPV wurde im August 2004 aufgeschaltet. Seither waren im Internet über 20 Kurse auf Arabisch, Englisch oder Französisch verfügbar. 2007 erhielten 620 Lernende aus 78 Ländern Grund- und Fortgeschrittenenkurse zu den verschiedensten Themen wie Kosten- und Leistungsrechnung, Statistik und Regulierung, Formulieren und Durchführen von QSF-Projekten, Endvergütungen, Technologie, Marketing, Dienstqualität, Postsicherheit, EMS, Universaldienst der Post und zum Gesamt-Reform- und Entwicklungsplan (IPDP), das neue Zusammenarbeitsprogramm des WPV.

Für das Jahr 2007 wurden zwei grosse Anlässe organisiert, ein viermonatiger mit 450 Teilnehmern und eine ebenso lange Session, die am 21. Dezember zu Ende ging. Die Teilnehmer schätzten den interaktiven Charakter des Programms. Laut den neuesten Auswertungen waren fast alle mit dem Kursinhalt, der Ausführung und der verwendeten Methode zufrieden. Ermutigt durch eine Zufriedenheitsquote von über 90%, möchte der WPV das Online-Lernen in anderen Regionen einführen und regionale Plattformen einrichten. Dazu wurden kürzlich Partnerschaften mit Brasilien und den Vereinigten Arabischen

Emiraten eingegangen. Der WPV liefert die Inhalte für die Kurse nach dem TRAINPOST-System sowie Handbücher für die Kursleiter. Die Arbeit besteht im Wesentlichen darin, die Kurse auf ihren eigenen Plattformen zu konvertieren und zu formatieren.

Der Zugang zum Online-Fernunterricht ist jederzeit möglich. Die Lernenden klicken auf den Tab «Mail», um ihre Lehrperson zu kontaktieren und Informationen auszutauschen. Unter «Agenda» sind wichtige Prüfungsdaten aufgelistet und unter «Kursnotizen» findet man eine virtuelle Kursmappe.

Lahcène Chouiter, Leiterin der Personalentwicklung und des Schulungsprogramms des Internationalen Büros, erklärt: «Obwohl Themen behandelt werden müssen, die mehr auf Abläufe ausgerichtet sind, als solche, die im herkömmlichen Unterricht behandelt werden können, wird der Fernunterricht vermehrt auf die spezifischen Bedürfnisse bestimmter Regionen angepasst, sodass jeder Lernende das findet, wonach er sucht.»



Die Erfahrungen von China Post

Das Fernunterrichtnetz von China Post bildet die Grundlage der gesamten Personalstrategie des chinesischen Betreibers.

Den Mittelpunkt des am 6. Juli 2005 eingerichteten Netzes bildet ein Kurszentrum in Shijiazhuang, das mit Servern, Aufnahmestudios und Multimediaanlagen ausgestattet ist, mit denen Lernkurse und Kursmaterialien entwickelt werden. Das Zentrum legt generelle Unterrichtsmethoden fest, entwirft Richtlinien für das allgemeine Netzwerkmanagement und ist mit 31 regionalen Lernzentren verbunden, die den besonderen lokalen Bedürfnissen der einzelnen Provinzen entsprechen. Das Netzwerk hat Zugriff auf das Internet, das Intranet von China Post und

ein Telekonferenzsystem. Der Fernunterricht umfasst interaktiven Live-Unterricht zwischen Lehrpersonen und Lernenden, Video-on-Demand-Lektionen und eine Offline-Lernfunktion, mit der die Lernenden ihre Kursunterlagen herunterladen können.

Bei einer Belegschaft von 700 000 Mitarbeitern benutzt China Post das Netz, um diesen auf ihr jeweiliges Tätigkeitsfeld abgestimmte technische Updates zu schicken und nutzt den Vorteil ihrer 31 regionalen Lernzentren, um die Dienste an die Bedürfnisse und Arbeitszeiten von Tausenden von Mitarbeitern anzupassen.

Das von den besten Fachleuten Chinas entwickelte Kursmaterial umfasst Handbücher, ein Frage- und

Antwort-Forum, Übungen und Lösungen, Tests und Aufgaben und bietet den Lernenden die zusätzlichen logistischen Vorteile des Online-Unterrichts (Registrierung, Updates, Umfragen und Statistiken).

Seit der Lancierung des Netzwerkes wurden 47 Lernprogramme mit insgesamt 236 Online-Lektionen in den verschiedensten Bereichen veranstaltet: von Marketing und Finanzdienstleistungen über Direktversand-, Zeitungs- und Zeitschriftenmanagement bis zu Philatelie sowie MBA-Kursen für Manager. Über 300 000 Mitarbeiter haben von diesen Kursen profitiert und insgesamt während 1400 Stunden computerunterstützten Fernunterricht absolviert.

Unser Briefkasten

“Fortschritt dank Zusammenarbeit”

› Schreiben Sie uns!

Wir freuen uns über Ihre Briefe. Senden Sie Ihr Schreiben mit der Post oder per E-Mail an rheal.leblanc@upu.int. Vergessen Sie bitte nicht, Namen, Adresse, Telefonnummer und E-Mail-Adresse anzugeben! Die Redaktion behält sich das Recht vor, zur Veröffentlichung ausgewählte Beiträge allenfalls zu kürzen.

Ich möchte Sie zum ausgezeichneten und sehr informativen Artikel in der letzten Ausgabe von *Union Postale* über den Wiederaufbau des liberianischen Postnetzes beglückwünschen. Es stimmt mich zuversichtlich zu lesen, welche Fortschritte sich dank eines gemeinsamen Efforts innerhalb des Postsektors erzielen lassen und dass der Aufbau des Postbetriebs in Liberia auf gutem Wege ist. In Zusammenarbeit mit dem US Postal Inspection Service, dem Aussenministerium der USA sowie der US-amerikanischen Marine konnte unsere Organisation im letzten Oktober einer für Liberia bestimmten Hilfssendung anderer US-Behörden 35 Paletten mit Postausrüs-

stungen hinzufügen. Darüber hinaus entsendet der US Postal Inspection Service bis Ende Jahr ein Experten-Team nach Liberia, welches die örtliche Post mit Schulungen zum Thema Postsicherheit unterstützt. Wir hoffen, dass die gespendeten Ausrüstungen (u.a 3000 Briefkästen) und die Schulungen zur weiteren Entwicklung des Postsektors in Liberia beitragen und dass die Bevölkerung des Landes schon bald wieder flächendeckend mit grundlegenden Postdienstleistungen versorgt werden kann.

Michael J. Regan
Executive Director, International Postal Affairs
United States Postal Service

Der Internetkönig

Von
Rhéal LeBlanc

Fotos:
Manu Friederich

.....
Wer hätte das gedacht? Der Sitz von eBay International liegt nur einige Kilometer entfernt vom WPV-Hauptsitz in Bern. Zufall oder Schicksal?

Prada-Schuhe, antike Teller, Diamantringe, Autos, sogar Privatjets: Millionen Menschen suchen täglich in den Online-Shops von eBay das ultimative Schnäppchen.

In zehn Jahren wurde eBay zu einem Alltagsbegriff und ist in 38 Ländern auf der ganzen Welt vertreten. Mit 248 Millionen registrierten Benutzern weltweit verzeichnete eBay Marketplaces im dritten Quartal dieses Jahres Nettoeinnahmen von 1,32 Mrd. US-Dollar – ein Wachstum von 26% gegenüber dem Vorjahr. Dabei entfallen 51% der Einnahmen auf eBay-Marktplätze ausserhalb der USA, die unter der Leitung von Nick Staheyeff, dem Geschäftsführer von eBay International AG, stehen.

Während Online-Käufe zunehmen und Millionen von Artikeln per Post zugestellt werden, ermutigt Staheyeff Postdienste dazu, so innovativ wie sein Unternehmen zu sein und das ungenutzte Potenzial des elektronischen Handels auszuschöpfen.

.....
Wie würden Sie jemandem, der eBay nicht kennt, Ihr Unternehmen und seine Zielsetzungen beschreiben?

eBay ist im Prinzip eine globale Online-Handelsplattform, auf der praktisch jeder beinahe alles kaufen oder verkaufen kann – ob gebraucht oder neu. Es begann 1996 in den USA als ein Versuch und wuchs zu einem globalen Unternehmen heran, wo man nicht nur Dinge kaufen, sondern dank unserer Tochterunternehmen Paypal und Skype Artikel auch bezahlen und mit anderen kommunizieren kann. Das Interessante an eBay ist, dass Verkäufer nicht nur verkaufen und Käufer nicht nur kaufen, sondern auch Feedback über Geschäftsvorgänge, Versand und Zustellung austauschen können.

.....
Der elektronische Handel wächst weiter. Denken Sie manchmal: «Was wäre, wenn das wieder vorbei geht?»

Online-Einkaufen macht zurzeit einen relativ kleinen Teil des Handels aus, aber im Laufe der Zeit hat eine stetige Entwicklung stattgefunden. Ich

bin sicher: Das Wachstum wird anhalten. Die Zahlen belegen zum Beispiel, dass die Anzahl Europäer, die online einkaufen, in den nächsten fünf Jahren von heute 100 Millionen auf 174 Millionen ansteigen wird.

Natürlich würde ich jedem raten, im Internet zu kaufen (lacht), da es viel einfacher ist, als in einen Laden zu gehen. Es bringt auch grosse Vorteile für den Verbraucher. Einkaufen kostet Zeit, und wenn man in einen Laden muss, schränkt man sich im Prinzip was Auswahl, Produkte und Preise angeht, selbst ein.

Viele Artikel sind heute Verbrauchsgegenstände oder Standardprodukte und für den Online-Kauf geeignet. Wenn man beispielsweise ein Handy, einen Taschenrechner oder eine Stereoanlage braucht, so denke ich, besteht eine natürliche Neigung, diese online kaufen zu wollen, da man Produkte und Preise sofort vergleichen und ein Geschäft mit jemandem abschliessen kann, dem man vertraut.

Ich glaube nicht, dass irgendwann 100% aller Geschäfte online abgewickelt werden, aber der Online-



Als Postdienst würde ich versuchen, mögliche Reibungspunkte anzugehen und mit E-Commerce-Anbietern zusammenzuarbeiten, so liesse sich die Warenbewegung erleichtern

Handel wird sich weiterhin rasant entwickeln. Beim Online-Einkaufen können Geschäfte auf der ganzen Welt abgeschlossen werden; man kann ganz einfach etwas in Australien kaufen, auch wenn man in der Schweiz wohnt.

Welche Möglichkeiten sehen Sie für die Postdienste beim elektronischen Handel?

Ich denke, die Postdienste können ein riesiger Dienstleister für einen unglaublichen Wachstumssektor sein. Die übliche Art, Waren von A nach B zu bringen, ist über die Post – es gibt aber andere Möglichkeiten. Als Postdienst würde ich versuchen, mögliche Reibungspunkte anzugehen und mit E-Commerce-Anbietern zusammenzuarbeiten. So liesse sich die Warenbewegung erleichtern und sicherstellen, dass mein Dienst wettbewerbsfähig und besser ist als jener der Konkurrenz. Qualität heisst nicht nur, rechtzeitig liefern, sondern auch Problemen wirksam nachgehen. Postdienste haben viele Möglichkeiten, sich darauf zu konzentrieren und mit Unternehmen wie uns zusammenzu-

arbeiten, um herauszufinden, was Kunden frustriert und wie man Probleme beheben könnte.

Wie viel Prozent der Zustellungen aus eBay-Geschäften werden durch die Post ausgeführt im Vergleich zu anderen Vertriebswegen (beispielsweise private Anbieter oder eBay-Treffpunkte)?

Obwohl wir diese Zahlen nicht genau beobachten – es wird wohl auch von Land zu Land verschieden sein – denke ich, dass die meisten Zustellungen über die Post erfolgen. Es liegt natürlich an den Verkäufern, um Versandoptionen anzubieten, und an den Käufern, um eine zu wählen.

Offenbar ist der Versand in Ihrem Geschäft wichtig. Können Sie beschreiben, welche Rolle er bei eBay-Transaktionen genau spielt?

Der Versand ist für Käufer und Verkäufer ein wichtiges Element. Verkäufer nennen Verpacken und Versenden an dritter Stelle der zeitraubendsten Aktivitäten bei eBay. Für Käufer ist es die zweitschwierigste Aufgabe. Alles, was dem Kunden Zeit erspart und die

Transparenz erhöht, bedeutet Mehrwert. Zudem haben fünf der sieben schlechtesten Erfahrungen der Käufer mit dem Versand zu tun: Der Artikel kam verspätet an, der Versand war teuer, der Artikel kam nicht an, war bei Ankunft beschädigt, defekt oder schlecht verpackt. Der Versand ist die letzte Interaktion zwischen Käufer und Verkäufer. Wir versuchen deshalb mit den Postdiensten, die Problemstellen zu beheben und die Versandzeit zu verringern.

Wie machen Sie das genau?

Wir versuchen zum Beispiel, mit den Postdiensten herauszufinden, ob wir, technisch gesehen, Informationen über Standardtarife ihrer Produkte und Dienste in die Abwicklung eines eBay-Geschäfts einbinden können. Jede Möglichkeit, Tarife anhand der Standorte von Käufer und Verkäufer zu integrieren, ist willkommen. Wir haben das mit der United States Postal Service gemacht und es funktioniert grossartig, denn der Käufer kann so Preise besser vergleichen und entscheiden, ob er in diesem oder einem anderen Land kaufen möchte.

Schliesslich geht es aber darum, dass wir eine Plattform anbieten und die Käufer die gewünschte Versandoption wählen. Da machen wir keine Einschränkungen. Postdienste sollten mit unseren lokalen Unternehmen zusammenarbeiten, um sicher zu stellen, dass ihre Dienste und Kosten transparent sind. Wir können dann mit den Postdiensten zusammenarbeiten und ihre Liefermethoden für die Verkäufer interessanter machen.

Wie sieht zum Beispiel Ihre Zusammenarbeit mit einem Postbetreiber wie USPS genau aus?

Die United States Postal Service ist der Postdienst, mit dem wir am längsten zusammenarbeiten und unsere Beziehung ist wahrscheinlich die am weitesten entwickelte. Wir haben die Berechnung nach Postleitzahlen vollständig in unseren Versandkostenrechner integriert. Ausdruckbare Standardversandetiketten machen den Umgang mit Paketen für die Kunden und für die Postdienste einfacher und billiger. In den USA gibt es einen vor allem für kleinere Unternehmen vorteilhaften Heimabholerservice für Pakete. Schliesslich gibt es noch andere Möglichkeiten, wie z.B. Co-Branding, und Postdienste könnten sich überlegen, ob sie Mengenrabatte bieten möchten.

Wie viele aller eBay-Transaktionen machen die grenzüberschreitenden Geschäfte aus?

Der grenzüberschreitende Handel beträgt bei eBay Inc. zurzeit 20% und ist somit nicht besonders entwickelt. Wir glauben, dass einerseits der Ausbau bestehender Märkte, andererseits die Öffnung von internationalen Märkten und einfachere grenzüberschreitende Geschäfte den elektronischen Handel fördern werden. Eines der Probleme, die den Ausbau dieses Handels bremsen, sind die Versandkosten. Alles, was die Transparenz bei den Versandkosten erhöht, ist wichtig, so auch das Verlinken des Versandkostenrechners des Postbetreibers, damit der Käufer sofort

sieht, wie viel die Kosten betragen. Lästigen Papierkram zu beseitigen wäre hilfreich, genau wie die Möglichkeit, Artikel über die Grenzen hinweg zu verfolgen. Dies sind die kritischen Punkte, wo Postdienste helfen können.

Meinen Sie mit «lästigem Papierkram» Zollangelegenheiten? Wenn ja, was sind genau die Probleme? So ist es; wenn ein Verkäufer täglich 500 Artikel versendet und jeden einzelnen verzollen muss, wäre es einfacher, er könnte alles auf ein Mal erledigen.

Wir müssen Käufer und Verkäufer darauf hinweisen, dass sie mit Zollangelegenheiten zu tun haben, wenn sie von einem Land in ein anderes verkaufen. Das sind zusätzliche Kosten für den Käufer und je nach Artikelmenge mehr Schreibarbeit. Wir bieten den Benutzern von eBay alle nötigen Informationen, um Artikel effizient durch den Zoll zu bringen.

Gibt es für Postdienste, welche die Vorteile des elektronischen Handels nutzen möchten, «Dos» und «Don'ts»?

Einfachheit – macht das ganze nicht zu kompliziert. Es ist wichtig, dass die Pakete rechtzeitig zugestellt werden, und falls mal etwas schief gehen sollte, dass man erkennt, wo das Problem liegt. Der Kontakt mit dem Kunden ist ganz anders, wenn man das Problem kennt. Postdienste sollten soviel Informationen wie möglich über ein fehlendes Paket haben, um den Kunden bezüglich seiner gekauften Artikel zu beruhigen. Wenn ein Paket zum Beispiel an eine falsche Poststelle geschickt wurde und nachgesendet wird, ist es wichtig, den Kunden darüber zu informieren. Transparenz und Klarheit, die uns helfen, etwas zurückzuverfolgen, sind auch wichtig. Schliesslich müssen Postdienste sicherstellen, dass Pakete mit Respekt und Sorgfalt behandelt werden – das ist eine Grundregel.



Wie viel kosten eBay Fehler beim Versand?

Ich kann keine Zahlen nennen, aber solche Fehler verursachen enorme Kosten für uns und untergraben das Vertrauen des ganzen «Ökosystems» bzw. der Community von Käufern und Verkäufern. Darauf haben wir wirklich keinen Einfluss. Wie bereits erwähnt, haben wir ein Feedbacksystem, damit Käufer und Verkäufer voller Vertrauen Geschäfte tätigen können. Wenn man in der Community schlechte Erfahrungen gemacht hat, kann man dies angeben und andere können dann den Paketdienst wählen, den sie benützen möchten. Immer wenn ein Fehler passiert, richten sich alle Augen auf uns, auch wenn es nicht unser Verschulden ist. Es wird auch das zukünftige Verhalten von Käufern und Verkäufern beeinflussen.

Haben Sie selber schon mal schlechte Erfahrungen beim Versand gemacht?

Zum Glück nicht und ich kaufe viel im Internet ein. Das ist eines meiner Aus-

wahlkriterien: ein Versandunternehmen, dem ich vertraue.

Wo liegen die Vorteile des Co-Branding mit einem Postdienst wie die USPS?

Zusätzlich zum Markenbewusstsein zeigt es, dass eine vertrauensvolle Beziehung zwischen zwei Unternehmen besteht, und das ist ein grosser Vorteil für die Post. Man erkennt, dass der Postdienst uns als eine lebhaft, zuverlässige Plattform für elektronischen Handel sieht. Ich bin der Meinung, dass eBay weiterhin mit Postdiensten zusammenarbeiten sollte, die sich wie wir in einem hart umkämpften Markt bewegen. Wir erachten uns selbst als innovativ, sehen uns aber auch nach neuen Ideen um. Daher schätzen wir es, wenn unsere Partner ebenfalls Innovationsgeist zeigen. Und ich ermutige die Postbetreiber denn auch, auf uns zuzukommen.

Hat eBay International deshalb ihren Sitz in der Nähe des WPV in Bern eingerichtet (lacht)?

Es gibt verschiedene Gründe, weshalb wir den internationalen Hauptsitz in Bern haben. Die Nähe zum WPV ist ein glücklicher Zufall und ermöglicht es uns, unsere Beziehung mit der Zeit zu intensivieren.

Umschau

Sinnbetörende Direktwerbung

Die britische Royal Mail spürt die digitale Konkurrenz und versucht, Geschäftskunden zu gewinnen, indem sie deren fünf Sinne anspricht. Zielgruppe sind Marketingspezialisten, die ihre potenziellen Kunden über den Postweg erreichen. Im Rahmen einer neuen Initiative bietet ihnen Royal Mail die Möglichkeit, Mailings zu versenden, welche nebst dem visuellen auch den Geruchs-, Tast- und Hörsinn des Empfängers ansprechen. So kann ein Shampoo-Produzent sein Mailing mit einer Duftprobe, ein Getränkehersteller mit einer Geschmacksprobe oder ein Autobauer mit einem Chip mit Geräuschprobe des Motors verse-

hen. «Dank dieser innovativen Technologie wird das zweidimensionale Direktmailing zu einem hochmodernen drei-, vier- oder gar fünfdimensionalen Werbemedium», sagt Simon Harrop, Chief Executive von Brand Sense, der Agentur, welche die neue Technologie gemeinsam mit Royal Mail entwickelt hat. Durch den Einbezug der fünf Sinne werden die Mailings eine ganz besondere Kundenwirkung erzielen. Aufgrund dieser Partnerschaft wird Royal Mail 300 Mitarbeiter für das Marketing rekrutieren, deren Aufgabe es sein wird, die Geschäftskunden vom neuen Produkt zu überzeugen.

Quelle: International Herald Tribune

Tourismusförderung mit Fruchtsendungen

Die Briefträger im Nordosten Indiens stellen nicht nur Briefe und Pakete zu, sondern liefern jetzt auch Früchte ins Haus. In einer Initiative der regionalen Postverwaltung werden Pakete mit lokal angebauten Früchten geliefert. Mit dieser Aktion bietet die Post den Bio-Bauern eine einmalige Chance, ihre Produkte auf einem grösseren Markt zu bringen. «Der Versand lokaler Produkte zusammen mit Informationen über Produkte und Region in andere Landesteile ist ausserdem tourismusfördernd», sagt M. Lawphniaw, oberster Postdirektor der Region Nord-Ost-Indien. Zwar handelt es sich bei dieser Initiative um eine Premiere, doch andere Regionen dürften schon bald auf diesen Zug aufspringen.

Quelle: Economicstimes India

Milleniumziele mit Mikrofinanzierung erreichen

Die internationale Konferenz «Microfinance and Migrant Fund Transfers», welche am 8./9. November 2007 in Cotonou, Benin, stattfand, befasste sich mit dem effektiven Nutzen von Mikrokrediten in der Bekämpfung der Armut. Kann die Mikrofinanzierung tatsächlich zur Erreichung der acht Uno-Entwicklungsziele beitragen? Mittlerweile wird diesen alternativen Finanzierungsmodellen so viel zuge-
traut, dass die Entscheidungsträger deren Weiterentwicklung erste Priorität beimessen. Gemäss Sylvia Mwachuli von der Millenium-Kampagne der Vereinten Nationen für Afrika

hat sich das Modell der Mikrofinanzierung auf dem ganzen afrikanischen Kontinent als effizientes Instrument im Kampf gegen die Armut bewährt, indem es anteilmässig vielen Benachteiligten ein Einkommen verschafft. In Benin beispielsweise konnten 689 895 Menschen per 31. Dezember 2006 einen Mikrokredit bei einem angeschlossenen Finanzinstitut beanspruchen. Nach Angaben der für diesen Sektor zuständigen Aufsichtsbehörde entspricht dies 34,5% der zwei Millionen Menschen, die trotz Arbeitseinkommen in Armut leben.

Quelle: L'autre quotidien, Benin

Neu in Kenia: Stromrechnungen auf dem Postamt zahlen

Nach der Unterzeichnung eines entsprechenden Vertrags zwischen der Kenya Power Lighting Company (KPLC) und Posta, dem kenianischen Postbetreiber, hat die Anzahl Postämter, in denen die Bevölkerung ihre Stromrechnungen begleichen kann, von 40 auf 200 zugenommen. Dieser Service soll den Kunden letztendlich in 300 Poststellen kostenlos angeboten werden. Die 120 000 neuen KPLC-Kunden können ihre Zahlungen an den vollautomatischen Poststellen elektronisch abwickeln. Die Zahlungen werden nicht wie früher nach zwei Tagen bearbeitet, sondern noch am selben Tag erfasst. Posta bietet in diesen Poststellen noch weitere innovative Dienstleistungen wie PostPay-Überweisungsaufträge an.

Quelle: Daily Nation

Umschau

DHL: Jederzeit bereit

Deutsche Post World Net hat in Bahrain ihr drittes DHL Disaster Respond Team (DRT) vorgestellt. Ein mehr als vierzig freiwillige Helfer umfassendes Team soll im Fall einer Naturkatastrophe in den Regionen Mittlerer Osten und Afrika durch die Steuerung der logistischen Prozesse am Flughafen vor Ort die effiziente Sortierung, Lagerung und Weiterverteilung eintreffender Hilfsgüter sicherstellen. Im Rahmen der strategischen Partnerschaft mit OCHA, dem Uno-Büro zu Koordination humanitärer Angelegenheiten, stehen zwei Teams mit spe-

ziell ausgebildeten Experten für Einsätze in den Regionen Asien/Pazifik und Amerika/Lateinamerika/Karibik bereit. «Mit dem dritten DRT, welches in Dubai stationiert sein wird, ist DHL in der Lage, weltweit wirkungsvolle Hilfe zu leisten. Insgesamt stehen 200 Mitarbeiter Tag und Nacht auf Pikett, um im Katastrophenfall die notwendigen Infrastrukturen vor Ort einzurichten», erklärt Monika Wulf-Mathies von der Einheit Corporate Public Policy und Sustainability bei Deutsche Post World Net.

Quelle: Medienmitteilung Deutsche Post World Net press

Vorzeitige Öffnung des estländischen Postmarktes

Die estländische Regierung öffnet den Postmarkt des Landes bereits 2009 für die Konkurrenz und will nicht bis Ende 2010 warten, so der Wirtschaftsminister Juhan Parts. Die Transport-, Telekommunikations- und Energie-Minister der EU-Staaten sind übereingekommen, dass die Monopole der nationalen Postbetreiber für den Versand von Briefen, die weniger als 50 Gramm wiegen, per 1. Januar 2011 aufgehoben werden sollen. Griechenland, Lettland, Litauen, Luxemburg, Malta, Polen, Rumänien, die Tschechische Republik, Slowakei, Ungarn und Zypern wird eine Übergangsfrist bis zur vollständigen Liberalisierung ihrer Postmärkte zugestanden.

Quelle: Baltic Business Weekly

Pitney Bowes: Fokus auf Asien/Pazifik

Pitney Bowes, der weltweit grösste Anbieter für Hard- und Software-Lösungen für den Postbereich, hat bekannt gegeben, den jährlichen Umsatz – trotz der rückläufigen Entwicklung an den wichtigsten Märkten (USA und Europa) – in der Region Asien innerhalb von fünf Monaten verdoppeln zu wollen. Das Unternehmen, das Frankiermaschinen an Postbetriebe verkauft, erzielte im Vorjahr in Asien/Pazifik einen Umsatz von 100 Mio. US-Dollar.

Pitney Bowes will diese Zahl bis zum Jahr 2012 auf 250 Mio. US-Dollar steigern. Patrick Keddy, President of International Operations, betonte, dass das Unternehmen seine Expansionspolitik in Asien durch Akquisition lokaler Firmen mit hohem Wachstumspotenzial fortzuführen gedenke. Ausschlaggebend sind ein Verkaufspreis von

rund 20 Mio. US-Dollar und ein verwandtes Tätigkeitsfeld, wie beispielsweise Design von Mailroom-Software.

Quelle: Reuters

Postaufsicht für Spanien

Der spanische Ministerrat hat ein Gesetz zur Schaffung einer nationalen Postaufsichtsbehörde verabschiedet. Sie wird ähnliche Aufgaben wahrnehmen wie die bereits bestehende Telekommunikationsmarkt-Aufsicht und soll einen reibungslosen Postbetrieb gewährleisten. Die neue Aufsichtsbehörde legt die Trennung der regulatorischen und Kontrollfunktionen vom Universalpostdienst fest. Sie stellt zudem sicher, dass die Grundsätze des freien Wettbewerbs, der Transparenz und der Gleichbehandlung im Postmarkt, der 400 private Postunternehmen umfasst, nicht ver-

letzt werden. Die nationale Aufsichtskommission wird vollkommen unabhängig agieren. Sie bürgt für einen zugänglichen, erschwinglichen und qualitativ guten Postservice in ganz Spanien, erteilt bzw. entzieht Lizenzen für Postunternehmen, setzt die Preise für den Universaldienst und regelt die Bedingungen für den Zugang zum öffentlichen Postnetz. Ferner überwacht sie das Postnetz und den Postbetrieb generell und informiert die Regierung jedes Jahr über neue Branchenentwicklungen.

Quelle: todalaley.com

bb&b

Get ready to win.



SOLYSTIC, A 60 YEAR PARTNER OF THE POSTAL SERVICES

Gain in technological performance thanks to machines with high throughput, specifically adapted to your needs.

Invest in the future with a partner that devotes 10% of its turnover to Research and Development (30 patents per year on average).

Increase your competitive edge with solutions that offer excellent value for money and optimised cost of ownership: installation, maintenance, team training, ergonomics, etc.

Depend on the reliability of a constructor who has been in the postal business for 60 years.

Respect the planet by choosing materials that comply with the rules of an Environment Management System (ISO 14001 certified).

www.solystic.com



Future postal solutions



Das Postnetz

*für erschwingliche
Geldüberweisungen
ins Ausland*

