

UNION POSTALE

März 2008

Der Postsektor im Vormarsch



WPV, eine Sonderorganisation
der Vereinten Nationen

1

Die Post

Motor der Wirtschaft

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 Aufgabeort bis zum Bestimmungsort inklusive des Geschehens 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 und 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 – CH-3000 BERN 15 – SCHWEIZ
- Telefon: +41 31 350 31 11/Fax: +41 31 352 43 23
- E-Mail: info.ptc@upu.int



Inhaltsverzeichnis

In aller Kürze

Nachrichten aus dem WPV

Leitartikel

Eine Welt ohne die Post? Unmöglich!

Titelgeschichte

Lokaler Zugang zu den globalen Märkten

Wie Postdienste die Wirtschaft in Gang halten

Die Zukunft der Briefpost

Das Internet bedeute das Ende der Briefpost. So lauten zumindest die Prognosen, die sich erst noch bewahrheiten müssen

Werden wir auch in Zukunft noch Briefe schreiben?

Ein früherer US-Präsident schrieb seiner Frau über 1000 Briefe. Die Zeiten mögen sich geändert haben, aber der handgeschriebene Brief hat's immer noch drauf

Zurück in die Zukunft

Ein Blick auf die Technologien, die Postbetreiber verwenden, und auf die Trends, denen sie folgen, um schneller und besser zu werden

Das Gespräch

Faire Entschädigung

Der Schweizer Paul Epiney, Leiter der Projektgruppe Endvergütungen, lüftet das Geheimnis um ein ausgeklügeltes System

Unser Briefkasten

Leser melden sich zu Wort

Umschau

Das Neueste von der Post in aller Welt



Der Postsektor unterhält eines der weltweit grössten physischen Distributions-Netzwerke und fördert den Informations- und Kommunikationsaustausch auch in den abgelegensten Gebieten unserer Erde.

133. März
Jahr

2008

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

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

Direktorin, Kabinett und Kommunikation: Juliana Nel

Chefredakteur: Rhéal LeBlanc

Redakteur: Jérôme Deutschmann

Redaktionssekretärin: Gisèle Coron

Beiträge: Dora Precup, Laurent Widmer

Übersetzung: Michael Visser

Graphische Gestaltung: Die Gestalter, St. Gallen (Schweiz)

Druck: Benteli Hallwag AG, Bern (Schweiz)

Abonnements: publications@upu.int

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

Ban Ki-moon beim WPV

Am 28. und 29. April findet beim Weltpostverein in Bern die nächste Sitzung des Koordinierungsrats der Leiter der Organisationen des Systems der Vereinten Nationen (CEB) statt, dessen Vorsitz Uno-Generalsekretär Ban Ki-moon hat.

Der CEB, an dem WPV-Generaldirektor Edouard Dayan teilnimmt, ist ein Koordinations- und Kooperationsorgan, das sich mit allen wichtigen Verwaltungsangelegenheiten bezüglich der Organisationen der Vereinten Nationen befasst. Der CEB tagt alle sechs Monate, einmal in New York und ein zweites Mal in einem Land, in dem eine Organisation der Vereinten Nationen ansässig ist. Der WPV hat seine Beziehungen zu Organisationen und Programmen der UNO seit 1948 laufend entwickelt. Die diesjährige Tagung am Internationalen Büro fällt mit dem sechzigsten Geburtstag des WPV als UNO-Sonderorganisation zusammen.

«Wir sind darum bemüht, dass der WPV innerhalb des Systems der UNO wahrgenommen wird, und werben für unsere Tätigkeiten und die Rolle, die Postdienste in der wirtschaftlichen Entwicklung spielen», so Edouard Dayan an der Verwaltungsratssitzung im Februar. «Aus diesem Grund freuen wir uns besonders, dass diese wichtige Tagung bei uns stattfinden wird.» DP



Kongress: Vorschläge und Ziele

Anfang Februar stimmte der Verwaltungsrat des WPV einigen allgemeinen Vorschlägen und Zusätzen zu den Verträgen des WPV zu, die dem 24. Weltpostkongress unterbreitet werden. Darunter befinden sich ein neues Endvergütungssystem (siehe «Das Gespräch» auf Seite 25), die neue Weltpoststrategie, die für 2009 bis 2012 vier neue Ziele für den Postsektor enthält, sowie ein neues Postzahlungsdienste-Übereinkommen, einschliesslich eines multilateralen Abkommens zur Erleichterung finanzieller Transaktionen zwischen Postbetreibern.

Ein weiterer Vorschlag ist die Einteilung der WPV-Mitgliederstaaten in fünf Gruppen nach ihrem Bruttoinlandprodukt und den vom WPV festgelegten Indikatoren für Postentwicklung. Diese Einteilung wirkt sich auf die Endvergütungen aus, die Länder für die Verarbeitung von eingehender internationaler Post entrichten, und auf die finanzielle Unterstüt-

zung, welche die Entwicklungs- und am wenigsten entwickelten Länder für Reform- und Entwicklungsprojekte oder die Verbesserung der Dienstqualität erhalten. Ein weiterer Vorschlag betrifft zudem die neuen Strukturen des Verwaltungsrats und des Rats für Postbetrieb, der beiden wichtigsten WPV-Organen, die dafür verantwortlich sind, dass die Tätigkeiten des WPV zwischen den einzelnen Kongressen fortgesetzt werden. Um die Zusammenarbeit zwischen den beiden Räten zu verstärken, werden unter Berücksichtigung ihrer jeweiligen Kompetenzen bezüglich Verwaltung und Verbundfähigkeit die Projekt- und Arbeitsgruppen des Rats für Postbetrieb besser organisiert, damit Überschneidungen vermieden werden. Zudem werden gewisse Kompetenzen wie die technische Zusammenarbeit und die strategische Planung an den Verwaltungsrat übertragen. RL

Das Zitat

«Ich halte die Post nicht für eine Einrichtung der Vergangenheit. Sie hat eine grosse Zukunft, die ihr durch elektronische Möglichkeiten nicht streitig gemacht werden kann. Der elektronische Geschäftsverkehr ist für die Postdienste eher eine Chance als eine Bedrohung. Der Postsektor bietet Bürgern und Unternehmen eine wichtige Infrastruktur für die Kommunikation. Ausserdem ist eine moderne Wirtschaft darauf angewiesen, dass der Postsektor dem neuesten Stand der Entwicklung entspricht.»

Leitartikel

Eine Welt ohne die Post? Unmöglich!

Verschwände das nationale – oder sogar das weltweite – Postnetz von heute auf morgen, hinterliesse dies eine beachtliche wirtschaftliche Lücke. Tagein, tagaus verlassen sich Private, Unternehmen, Organisationen und Behörden auf die Postbetreiber, dass sie Millionen Briefe, Pakete und Eilzustellungen vom einen Ende der Welt ans andere transportieren. Ganz zu schweigen von den zahlreichen Finanzdienstleistungen, die über das Postnetzwerk abgewickelt werden.

Unzählige Unternehmen und Organisationen würden ohne den Postsektor schlichtweg nicht überleben. Auch wenn diese öffentliche Dienstleistung erwiesenermassen mit der immer stärker werdenden Konkurrenz durch neue Kommunikationsmittel zu kämpfen hat, so bleibt sie doch eine grundlegende Antriebs-

der der Wirtschaft im Allgemeinen und immer mehr auch für die stetig wachsende Zahl von Klein- und Kleinstunternehmen, die dank neuer Technologien entstehen. Mehr darüber in unserer Titelgeschichte.

Die Verbreitung des Internets und anderer neuer Technologien hatte nicht die Auswirkung auf die klassischen Postdienste, wie zunächst befürchtet wurde. Postbetreiber haben vielmehr ihre Dienste fleissig erneuert und verbessert, um sicherzustellen, dass sie den sich ändernden Bedürfnissen ihrer Kunden gerecht werden.

Die Briefpost, von der alle annehmen, dass sie elektronischen Alternativen zum Opfer fallen würde, ist ein typisches Beispiel. Das bekannteste Postprodukt schlechthin wehrt sich tapfer und behauptet sich aufgrund der Werbewirksamkeit und Wirkung des geschriebenen Worts auf dem Markt. Sogar das Briefe-

schreiben könnte dank der momentanen Bemühungen, die Kunst der persönlichen Korrespondenz wiederzubeleben, ein Comeback erleben. Mit E-Mail, SMS und der Mobiltelefonie wurde die Kommunikation einfacher denn je, aber werden sie jemals dieselbe Wirkung auf unsere Gefühle haben wie ein richtiger Brief? Der Artikel auf Seite 18 beleuchtet die Wirkung des persönlichen Briefs auf den Einzelnen und auf die Gesellschaft und ihre Geschichte.

Ein Postkunde, der die Freude am handgeschriebenen Brief nur zu gut kennt, ist der Nikolaus bzw. der Weihnachtsmann, dessen Postsack in der Vorweihnachtszeit mit mehr als sechs Millionen Briefen überquillt. Zumindest er glaubt noch an die Zukunft des persönlichen Briefes.

Rhéal LeBlanc, Chefredakteur.

Zusammenarbeit zwischen ISO und WPV

Die International Organization for Standardization (ISO) und der Weltpostverein haben am 30. Januar eine Kooperationsvereinbarung geschlossen, wonach ein verbesserter Informationsaustausch bei der Einführung von Standards angestrebt werden soll, die für beide Organisationen relevant sind.

Angesichts des heutigen, von einer zunehmenden technologischen Spezialisierung geprägten Marktumfelds, ist eine enge Zusammenarbeit bei der Entwicklung von Standards unerlässlich. Darüber hinaus haben die Entwicklungen im Postmarkt die Einführung neuer Standards notwendig gemacht, um die geforderte Verbesserung der Dienstleistungsqualität zu gewährleisten. Auch die zunehmende Diversifikation der Postaktivitäten verlangt nach einem standardisierten Geschäftsumfeld.

Edouard Dayan, Generaldirektor des WPV, erklärt: «Der WPV hat bereits

zahlreiche Standards für die Sortierung physischer Postsendungen entwickelt. Jetzt müssen wir uns den Standards für elektronische sowie Finanzdienstleistungen zuwenden. Und genau hierzu suchen wir die Zusammenarbeit mit der ISO.»

ISO-Generalsekretär Alan Bryden führt aus: «Mit dieser Vereinbarung wird sichergestellt, dass der Postsektor vermehrt von den international relevanten Standards profitiert. Kooperation heisst, die spezifische Fachexpertise des WPV und die Sektor- und Stakeholder-übergreifende ISO-Plattform optimal zu nutzen.»

Für die Umsetzung der Vertragsbedingungen ist ein eigens gebildeter Ausschuss besorgt, damit beide Organisationen in ihren Regelwerken entsprechende Verweise auf die Standards des Kooperationspartners integrieren können. »

Treibhausgase: WPV bringt Licht ins Dunkel

Wenn der Transportsektor für 14% des jährlichen Treibhausgasausstosses verantwortlich ist, wie viel beträgt davon der Anteil des Postsektors? Der WPV möchte diese Frage bald beantworten können. Im Rahmen der Tätigkeiten der Projektgruppe für Nachhaltige Entwicklung bereitet das Internationale Büro einen Fragebogen vor, der im April allen Mitgliedstaaten des WPV zugesandt wird. Mit weltweit über fünf Millionen Mitarbeitern, 660 000 Poststellen, 600 000 Autos, Kleinbussen und Lastwagen, 250 000 Motorrädern sowie den Flugzeugen und Schiffen, mit denen täglich Post transportiert wird, geht der Postsektor punkto Umweltschutz vermutlich

nicht mit bestem Beispiel voran. Bevor jedoch den Postbetreibern Massnahmen zur Reduzierung von Treibhausgasemissionen unterbreitet werden können, wird umfangreiches Datenmaterial über den Postsektor benötigt, damit die Wirkung solcher Massnahmen von Jahr zu Jahr untersucht werden kann. Der Fragebogen, der das Ausmass der durch den Postsektor verursachten Verschmutzung analysieren soll, basiert auf einer Methode, die vom Umweltprogramm der Vereinten Nationen (UNEP) vorgeschlagen wurde. WPV und UNEP werden in Kürze ein Zusammenarbeitsabkommen zur Unterstützung ihrer gemeinsamen Tätigkeiten treffen. **RL**



Paketzustellung: verbesserte Qualität

Der weltweite Paketversand nimmt von Jahr zu Jahr zu. Gleiches gilt für die Anzahl Betreiber (148), welche Strichcodes verwenden. Im Januar 2008 verfügten 107 Anbieter über Track-and-Trace-Technologien für die Lokalisierung ihrer Pakete, wobei sich 76 Betreiber für die Nutzung eines gemeinsamen internetbasierten Abfragesystems entschieden haben. Die Dienstleistungsqualität im Paketverkehr ist ein zentraler Aspekt der Arbeit

des WPV. Leistungsverbesserungen werden anhand der Performance-Reports gemessen, die einerseits auf gegenseitig ausgetauschten EDI-Nachrichten zwischen rund hundert Betreibern basieren, andererseits auf einem Bonussystem, dem wiederum die nationalen Tarife für über den Landweg transportierte Pakete zugrunde liegen. Bonusberechtigt sind nur Betreiber, die eine Mindestzahl von Netzwerk-Spezifikationen erfüllen: die Verwen-

dung von Strichcodes im Einklang mit den WPV-Standards; Heimlieferung; Bereitstellung eines Track-and-Trace-Systems und die Veröffentlichung von Lieferstandards. Wer diese Vorgaben erfüllt, bietet seinen Kunden nicht nur konkurrenzfähige Dienstleistungen, sondern kann seinen Marktanteil gegenüber den Mitbewerbern behaupten oder weiter ausbauen. **JD**



24. WPV-Kongress findet in Genf statt

In Anbetracht der Lage in Kenia hat der Verwaltungsrat des WPV am 8. Februar beschlossen, den Tagungsort des 24. Weltpostkongresses von Nairobi (Kenia) nach Genf (Schweiz) zu verlegen.

Der Weltpostkongress, der alle vier Jahre stattfindet, wird vom 23. Juli bis zum 12. August 2008 im internationalen Kongresszentrum in Genf ab-

gehalten. 1500 Delegierte aus 191 WPV-Mitgliedstaaten werden daran teilnehmen.

Ein vom Verwaltungsrat angenommener Beschluss empfiehlt jedoch, dass Kenia die Leitung des Kongresses 2008 sowie von 2009 bis 2012 den Vorsitz des WPV-Verwaltungsrats beibehält. Der Beschluss empfiehlt Nairobi ebenfalls als Veranstaltungsort

für die WPV-Strategiekonferenz 2010. Kenia hat seine Reaktion auf diesen Beschluss noch nicht bekannt gegeben.

Das Internationale Büro wird den Kongress mit Unterstützung der Schweizer Regierung und der Schweizerischen Post organisieren. Weitere Informationen über den 24. Weltpostkongress unter www.upu.int. **RL**

Blick auf den Genfersee mit der berühmten Fontäne.



Golfstaaten testen RFID-Technologie

Im Rahmen eines von Katars Postverwaltung koordinierten Projekts testet Q-Post gemeinsam mit den Postanbietern zweier Nachbarstaaten verschiedene RFID-Technologien (Radio Frequency Identification) zur Messung der Dienstqualität in der Golfregion. Seit Anfang März messen die drei Anbieter die Zustellzeiten von Briefsendungen zwischen Katar, den Vereinigten Arabischen Emiraten und Saudi-Arabien. Die Messung erfolgt mittels ferngelesener RFID-Chips, wobei das Ablesen von sieben, in Briefzentren installierten RFID-Scannern oder Portalen geschieht, ohne dass visueller Kontakt notwendig ist.

Mit diesem Projekt soll die Integration und Interkonnektion zweier

Technologien evaluiert werden, und zwar mittels rund 4000 «semi-aktiver» oder «passiver» in Testumschlägen platzierter Chips. Das Projekt ist auf drei Monate befristet und soll Informationen liefern hinsichtlich der gemeinsamen Verwendung verschiedener Technologien für das globale WPV-System zur Beurteilung der Dienstqualität. Für die Messung der Zeit, die verstreicht, bis ein im Destinationsland angekommener Brief dem Endempfänger zugestellt wird, kommt die RFID-Technologie zum Einsatz. Aufgrund der so gewonnenen Daten lässt sich die Vergütung, die das Destinationsland für die Bearbeitung der eingehenden Post erhält, mit der Dienstleistungsqualität verknüpfen.

An der Sitzung des Rates für Postbetrieb im Januar entschied die «Quality of Service»-Projektgruppe, mit dem System weiterzufahren und sich auf die Interoperabilität verschiedener Technologien zu konzentrieren. Noch dieses Jahr werden verschiedene Standards definiert. Das globale Messsystem wird ab 2009 in einem Pilotversuch getestet. Anschliessend soll es auf alle WPV-Mitgliedstaaten ausgeweitet werden. Mit dem System lassen sich nicht nur die Endvergütungen berechnen, sondern die Daten können von den Postbetreibern ebenfalls zur Optimierung ihrer Postflüsse genutzt werden. **LW**



© Foto Die Schweizerische Post

.....
Der Postsektor wurde als einer
der ersten von der Globalisierung
erfasst.

Lokaler Zugang zu den globalen Märkten

.....

Der Postsektor fördert den Handel und übernimmt somit die Rolle eines globalen Wirtschaftsmotors. Vor allem aber sind die Postunternehmen sowohl in den Industriestaaten als auch in den Entwicklungsländern die bevorzugten Logistikpartner der Klein- und Kleinstbetriebe.

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

Ein Computer mit Internetzugang, eine Kamera und viel Unternehmergeist – mehr braucht Léontine Diouf nicht, um die kleinen Händler auf den Märkten von Dakar in Senegal am Welthandel teilhaben zu lassen. Dank ihrer Initiative haben diese Händler die Möglichkeit, ihre Produkte – traditionell gefertigte Halstücher, Skulpturen, Schuhe und andere Waren – über Dioufs Internetseite www.shopduweb.com auch ausserhalb von Dakar abzusetzen. Die meisten Kunden befinden sich zwar im Senegal, doch stammen einige Käufer auch aus dem Ausland. «Wir haben nur eine sehr kleine Kundenbasis, doch ich handle die Preise für sie aus, nehme die Geldüberweisungen entgegen und verschicke die Ware an den Käufer», erklärt sie.

Mit ihrer Geschäftsinitiative hat Diouf den Händlern Zugang zu einem internationalen virtuellen Supermarkt verschafft, in dem sie ihre Kunsthandwerkprodukte zum Kauf anbieten können. Das Präsentieren der Ware im Internet kostet wenig und lässt sich von jedem Ort in der Welt aus durchführen, sofern ein Internetzugang, ein Zahlungsdienst und eine entsprechende Versandlogistik verfügbar sind. Die fortschreitende Technik und das aufkommende Internet haben dazu geführt, dass der Markt Millionen von Websurfern offen steht.

Auch die Postbetreiber profitieren vom immer grösser werdenden Geschäftsvolumen, das via Internethandel abgewickelt wird, sind sie doch oftmals die zuverlässigsten Logistikanbieter für die Kleingewerbler. «Die Post unterhält enge Beziehungen zu den Zollbehörden», weiss Michael Taillie, der gerade eine dreijährige Vereinbarung zwischen seiner neuseeländischen Handelspromotionsfirma und der Post unterzeichnet hat. «Wir haben uns für die Post als Logistikpartnerin entschieden, weil sie für uns die einfachsten und effizientesten Versandlösungen

bereithält. Ausserdem ist New Zealand Post Mitglied des WPV, sodass uns der gesamte internationale Markt offen steht.»

Das «physische Internet»

Mit weltweit 660 000 Poststellen verfügt der Postsektor über eines der grössten physischen Netzwerke der Welt, dessen wirtschaftliche Bedeutung nicht zu unterschätzen ist. In der Europäischen Union erwirtschaften die Postbetreiber einen Umsatz von rund 88 Mrd. EUR oder 1 % des unionsweiten BIP. In Ghana nimmt der Transportsektor mit 9 % des BIP eine ähnlich wichtige Stellung im Wirtschaftsgefüge ein.

Der Logistiksektor, der auch als das «physische Internet» bezeichnet wird, ist ein wichtiger Faktor für die Wettbewerbskraft eines Landes. Oder wie es der von der Weltbank Ende 2007 publizierte Performance Index formuliert: «Die erfolgreiche Integration globaler Wertschöpfungsketten beginnt mit der Fähigkeit von Unternehmen, ihre Produkte rasch und kostengünstig in andere Länder zu transportieren. Ländern mit ungenügender Transportanbindung entstehen aus dieser Isolation immer höhere Kosten. Darüber hinaus laufen sie Gefahr, Geschäftsgelegenheiten zu verpassen, was insbesondere für die ärmsten Binnenländer (viele davon in Afrika) zutrifft.»

«Ohne die Post gäbe es unser Unternehmen längst nicht mehr»

Durch den Universaldienst kann die Post kleinen und grossen Unternehmen passende Logistiklösungen anbieten, beispielsweise indem sie den Firmen lokalen Zugang zu einem globalen Netz verschafft. Dadurch erfüllt sie für die regionale, nationale sowie internationale Wirtschaft

eine Schlüsselrolle. «Ohne die Post und deren qualitativ hoch stehenden Service könnte unser Unternehmen nicht existieren», weiss Pierre Kosciusko-Morizet, Mitbegründer und CEO von PriceMinister, einem führenden Internet-Verkaufsportal in Frankreich.

Sobald die Post einmal mit Störungen zu kämpfen hat, sei es durch Wettereinflüsse oder wegen eines Streiks, zeigt sich, wie wichtig ein reibungsloser Postbetrieb für die Wirtschaft ist. Während der Arbeitsniederlegung bei der Royal Mail im letzten Oktober in Grossbritannien berichteten die Medien täglich über die Folgen für Unternehmens- und Privatkunden. Die Kunden mussten vermehrt auf Fax- und E-Mail-Verkehr zurückgreifen, ländliche Gebiete gerieten in Isolation und es kam zu technischer Arbeitslosigkeit. Vielerorts wurden die Rechnungen nicht bezahlt und die Zeitungen sahen sich gezwungen, auf andere Vertriebsnetze auszuweichen. Die Londoner Handelskammer bezifferte die Kosten, welche den Unternehmen aus dem Streik entstanden, nur schon für die Hauptstadt auf 300 Mio. GBP.

WHO-Projekt

An der Strategiekonferenz des WPV 2006 in Dubai sagte Pascal Lamy, Generaldirektor der Welthandelsorganisation (WHO), dass «die WPV-Strategie der Integration von physischen, elektronischen und Finanznetzwerken signifikant zum Welthandelswachstum beitragen kann». Im November 2007, nahm der Generaldirektor des WPV, Edouard Dayan, an der jährlichen Debatte im Rahmen des «Aid for Trade»-Programms am Hauptsitz der WHO in Genf teil. Er wies darauf hin, dass der Postsektor ein wichtiger Antriebsmotor für die wirtschaftliche Entwicklung sei, weil er es den KMUs erheblich erleichtere, ihre Produkte zu exportieren. Ausserdem berichtete er über Brasilien, wo 2006 der brasilianische Postbetreiber über 2000 Kleinunternehmer beim Zugang zu den externen Märkten unterstützte.

Laut Dayan zeigt dieses Beispiel, welch grossen Einfluss das Netzwerk des Postbetreibers auf die Fähigkeit eines Entwicklungslandes zur Teilnahme am Welthandel hat. «Diese Initiative muss unbedingt auf andere Länder ausgeweitet werden, damit noch mehr Unternehmen noch mehr Güter in andere Länder exportieren können», fügte er an.

Das «Aid for Trade»-Programm unterstützt die WHO-Mitglieder jedoch nicht nur im Hinblick auf die Umsetzung der Ergebnisse multilateraler Handelsvereinbarungen, sondern hilft den Ländern, sich die Chancen, welche der globale Handel bietet, zu Nutze zu machen. Hierzu steht dem Programm jährlich die enorme Summe von bis zu 30 Millionen USD zur Verfügung. WHO-Mitglieder können beispielsweise Zuschüsse für ihre Infrastruktur beantragen. Voraussetzung ist aber, dass klare Prioritäten gesetzt werden: Strassenbau, Telekommunikationsnetze, Hafenanlagen usw. (siehe Textbox).

Das Netz der Netze

Die Botschaft wurde gut aufgenommen. Man stellt hohe Erwartungen an das WHO-Projekt des Postsektors. Die Postbetreiber sind optimal aufgestellt, um die von Tausenden KMUs in aller Welt benötigten Logistikdienstleistungen zu erbringen.

Nach Auffassung des Ökonomen José Anson vom Internationalen Büro, kann der Zugang zu Versorgungsgütern wie Wasser, Elektrizität oder Telefon auch über die Postnetze erfolgen. «Wenn die digitalen und physischen Netze wirklich zur Reduktion der Armut beitragen sollen, gilt es eine Partnerschaft zwischen den Netzen sorgfältig zu prüfen, damit die Ressourcen besser verteilt werden, die es zur Erbringung von Infrastrukturleistungen in vielen kleinen und mittelgrossen Städten sowie ländlichen Gebieten braucht. Nur so lassen sich die Kosten, die mit der Bereitstellung dieser Leistungen verbunden sind, deutlich senken», weiss José Anson. Die Poststellen

Der 30-Milliarden-Dollar-Topf

Die Initiative «Aid for Trade» der Welthandelsorganisation unterstützt die Entwicklungsländer, insbesondere die ärmsten Länder, beim Aufbau wirtschaftlicher Kapazitäten und der Infrastruktur, die sie benötigen, um von der Marktöffnung zu profitieren. Dahinter steht die Öffentliche Entwicklungszusammenarbeit (Official Development Assistance, ODA), die entsprechende handelsorientierte Programme und Projekte mit Zuschüssen und Darlehen unterstützt. Rund 30 Mrd. USD werden ab 2010 in «Aid for Trade»-Projekte fliessen.

Auch Postunternehmen können an diesem Projekt teilnehmen und bei der Europäischen Kommission oder internationalen Institutionen wie die Weltbank Geldmittel beantragen. Die Asiatische Entwicklungsbank verfügt über Pläne zur Verbesserung der Postdienstleistungen in den Entwicklungsländern. «Aid for Trade» steht unter der Ägide des begünstigten Landes, daher sollten sich die Postunternehmen direkt an die Handelsorganisationen der entsprechenden Länder wenden.



.....
Zusammen haben WPV und die Internationale Fernmeldeunion in Bhutan und Afghanistan Telezentren in Poststellen eingerichtet.

würden so zu wichtigen Geschäfts- oder Telezentren mutieren (lesen Sie dazu auch den Artikel auf Seite 12).

Internationales Kleinstgewerbe

Menschen oder Gemeinschaften einfach mit Computern und Internetzugang auszurüsten garantiert aber noch lange keine Zunahme des Handels. Tatsächlich können in den allermeisten Telezentren nur Informationen abgefragt werden, ein Problem, das auch im Information Economy Report 2007/2008 der Welthandels- und Entwicklungskonferenz (United Nations Conference on Trade and Development, UNCTAD) angesprochen wird. Der Bericht übt Kritik an den Telezentren, weil sie in einer ganzen Reihe wichtiger Bereiche wie Reklame, Buchhaltung, Bankdienstleistungen, Mikrofinanzierungen, Zahlungsverarbeitung, Import und Export, Zugang zum Handel, Datenspeicherung und -management, Steuerfragen sowie Forschung und Entwicklung nur sehr eingeschränkt Unterstützung bieten.

Die Telezentren müssen ihr Dienstleistungsangebot rasch erweitern und Einzelkunden massgeschneiderten Support anbieten. So könnte die Aufschaltung einer Website mit Informationen für die Benutzer durchaus positive Auswirkungen auf den Tourismus und die Anzahl Übernachtungen in einer Region haben. Darüber hinaus könnte sie Kleinstbetrieben sowie KMUs als Verkaufsplattform für ihre Produkte dienen. Ähnlich wie bei der Mikrofinanzierung stünde dem Kleinstgewerbe so ein Instrument für den weltweiten Verkauf seiner Produkte zur Verfügung. Denn was solche Betriebe brauchen, ist eine Website, auf der sie ihre Produkte vorstellen, E-Mails zur Platzierung von Aufträgen versenden sowie Finanz- und Transportdienstleistungen in Anspruch nehmen können. José Anson erklärt: «Wenn diesen Kleinfirmen Zugang zu solchen Dienstleistungen und die entsprechende Unterstützung durch Experten gewährleistet würden, dann könnten sie am globalen Handelsgeschehen teilnehmen. Nach den Kleinstkrediten expandiert die Post nun in den internationalen Kleinsthandel.»

Schwierige Umsetzung

Bis dieses Modell auf breiter Ebene umgesetzt ist, sind indes noch zahlreiche Schwierigkeiten zu überwinden. Internationale Sendungen, und dazu zählt auch der Versand via Internet erworbener Waren, gestalten sich hinsichtlich Preisgestaltung, zeitlicher Abwicklung und Zollformalitäten anspruchsvoll. Alles Faktoren, die besonders den Nord-Süd-Handel erschweren (vgl. dazu unseren Artikel zum Thema E-Commerce in der letzten Ausgabe von *Union Postale*).

Paul Donohoe, E-Business Programme Manager beim Internationalen Büro, ist sich dieser Schwierigkeiten bewusst: «Der WPV versucht, gemeinsam mit der Welthandelsorganisation, der Welthandels- und Entwicklungskonferenz und der Weltzollorganisation (World Customs Organization) entsprechende Lösungen zu entwickeln. So arbeiten wir und unsere Mitgliedstaaten mit den Online-Anbietern zusammen, um neue Standards zu entwickeln. Diese sollen zu einer Verbesserung der Dienstleistungsqualität führen und die Entwicklung neuer Services fördern, welche die Aufgabe und die Zustellung der via Internet gekauften Waren sowohl zwischen den Industriestaaten als auch in Nord-Süd-Richtung erleichtern. Dazu müssen wir ständig die internationalen Tarifstrukturen im Auge behalten, damit der Warenversand von der südlichen in die nördliche Hemisphäre zu erschwinglichen Preisen erfolgen kann – eine echte Herausforderung.»

Doch die Postbetreiber sollten in der Lage sein, diese Herausforderungen zu meistern. «Sie können beispielsweise Mittel aus dem «Aid for Trade»-Programm beantragen und diese dafür verwenden, die Dienstleistungsqualität erheblich zu steigern, eine Schlüsselrolle in der Entwicklung des Welthandels einzunehmen und den lokalen Zugang zu den globalen Logistiknetzen zu gewährleisten – kurz: den Mikrohandel, ein neues ökonomisches Modell, zu fördern», gibt sich José Anson überzeugt.

Poststellen werden Business-Zentren

.....

Botswana Post hat vor kurzem in 15 Postämtern Business-Zentren, sogenannte «Kitsong Centers», eröffnet. Zusätzlich zu den regulären Postdiensten können dort Fotokopien hergestellt und Dokumente gebunden werden. Überdies bieten diese Zentren Internetzugang. Somit sind dort alle Dienstleistungen verfügbar, die man braucht, um beispielsweise an einer Ausschreibung der Regierung teilzunehmen. «Ausserdem planen wir, für jede Poststelle eine Community-Website einzurichten, auf der man sich über lokale Geschäftsaktivitäten und staatliche Dienste (Spitäler, Polizei usw.) informieren kann», berichtet Ned Phatshwane, Network Manager von Botswana Post. «Die Umsetzung dieser Idee entspricht einem Bedürfnis unserer Kunden und erfolgt ohne Unterstützung von aussen. Zurzeit entwickeln wir verschiedene Finanzprodukte für unsere Poststellen, die so zu echten Mini-Banken werden. Ferner schliessen wir Verträge mit Elektrizitäts- und Versicherungsanbietern ab», fährt er fort.

Der Kanadier Richard Fuchs, Experte für Telezentren beim International Development Research Centre, meint: «Wer sich auf einen Markt etablieren will, der kommt nicht umhin, in Telezentren zu investieren. Sie dienen der Marktentwicklung und sensibilisieren die Gemeinschaft in Bezug auf die verschiedenen Branchen.»

Effizienz und Interkonnektivität sind für Netzwerke erfolgsentscheidende Faktoren, deshalb arbeitet der WPV bereits seit einigen Jahren mit verschiedenen Institutionen zusammen, um die Postinfrastruktur und den Zugang zu Kommunikationsmittel zu verbessern. Gemeinsam mit der Internationalen Fernmeldeunion (ITU) hat der WPV mehrere Initiativen lanciert, mit dem Ziel, den Zugang zu Informations- und Kommunikationstechnologien zu erleichtern, beispielsweise in Afghanistan und Nepal.

In Bhutan arbeiten der WPV und die ITU mit der lokalen Postverwaltung und der indischen Regierung zusammen, um die teilweise sehr abgelegenen und isolierten Poststellen netzwerkfähig zu machen. Derzeit sind 42 Poststellen ans Internet angebunden. Bei deren 36 handelt es sich um Community Internet Centres, die verschiedene Kommunikationsdienste anbieten, u.a. ein innovativer Hybridpostdienst, der den Informationsaustausch auch in den entlegensten Regionen beschleunigt. Somit verfügen diese Poststellen jetzt über ein deutlich umfangreicheres Serviceangebot. **LW**

Postsektor

Der Postsektor als Global Player

-
- Weltweit beschäftigen die Postbetriebe mehr als 5,5 Mio. Mitarbeitende.
 - Mit rund 660 000 Poststellen betreibt die Post eines der weltweit grössten Netzwerke. Nahezu die Hälfte dieser Poststellen wird von Mitarbeitenden geführt, die nicht direkt von einer öffentlichen Postverwaltung angestellt sind.
 - 2006 wurden national und international insgesamt 6235 Mrd. Pakete versandt, was einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr um 4,8% entspricht.
 - In 28% der WPV-Mitgliedstaaten bietet die Post auch Logistikdienstleistungen an (Entwicklungsländer: 26%, Industrieländer: 36%).
 - 60% der Postbetreiber weltweit bieten Internet-basierte Dienstleistungen an (Entwicklungsländer: 56%; Industrieländer: 86%).
 - 69% der festen oder mobilen Poststellen verfügen über ein Finanzdienstleistungsangebot.
 - Post- und Kurierdienstleistungen sind seit 2000 Bestandteil des Allgemeinen Abkommens über den Handel mit Dienstleistungen (GATS). 2006 sprach die Welthandelsorganisation dem WPV Ad-hoc-Beobachterstatus bei den Treffen des GATS-Rats zu. Ausserdem beteiligte sich der WPV aktiv an der «Aid for Trade»-Initiative der Welthandelsorganisation, die 2007 in Genf lanciert wurde.
 - Seit Jahren arbeitet der WPV eng mit der internationalen Zollorganisation zusammen, um einen freien und sicheren Welthandel zu fördern. Im September 2007 erneuerten die beiden Organisationen ihr Abkommen zur Zusammenarbeit und verpflichteten sich zu einer Beschleunigung der Post- und Zollprozeduren.

Die Zukunft der Briefpost

.....

Verdrängen die neuen Technologien allmählich die Briefpost oder bleibt sie eine Hauptaktivität der Post?

.....

Von
Dora Precup

.....

Abbildungen:
Sascha
Tittmann

Da ein Kommunikationsmittel ein anderes nicht gänzlich ersetzt, bleibt die Briefpost eine Hauptaktivität im Kommunikationsmarkt. Postbetreiber verfeinern ihre Strategien und bieten neue Dienste an und zeigen so, dass sie an die Zukunft der Briefpost glauben. Sie wird zunehmend neu definiert als eine flexible Dienstleistung, die sich vermehrt auf Marketingprinzipien stützt und an neue Technologien anpasst.

Trotz der Auswirkungen dieser neuen Technologien auf das Postaufkommen und den Marktanteil der Post floriert die Briefpost weiterhin. Dieser Bereich, der Briefe und kleine Pakete bis zwei Kilogramm sowie Zeitungen und Bücher umfasst, macht immer noch den Löwenanteil der Einnahmen von Postbetreibern in der ganzen Welt aus. Nur in Asien und im Pazifikraum liegen Finanzdienste vorn.

Zwischen 2000 und 2006 sind die Postaufkommen in Industrieländern und in Lateinamerika konstant geblieben. In den aufstrebenden Ländern Osteuropas und der Gemeinschaft Unabhängiger Staaten haben sie einen ra-



Zum Zeitpunkt der Drucklegung dieser Ausgabe von *Union Postale* veröffentlichte Pitney Bowes eine neue Studie mit dem Titel *The Future of Mail*, die auf ihrer Website unter http://www.postinsight.com/files/MAILTRENDS_final_2008_v10-1.pdf abrufbar ist.

ten. Sie nahmen Mitteilungen von Unternehmen ernster, wenn diese per Post statt elektronisch zugestellt würden.

Das Unternehmen Pitney Bowes kam in einer Studie, die letztes Jahr durchgeführt wurde, zu ähnlichen Ergebnissen. «Auch wenn 90% der Konsumenten in den USA und über 70% in Europa ihre Rechnungen sowohl in Papier als auch in elektronischer Form bezahlen, so bevorzugt eine grosse Mehrheit immer noch die Papierform», meinte der Analyst Alex Fu.

Eine weitere Studie von Pitney Bowes bestätigte 2007 ebenfalls diese Vorliebe für die klassische Post: 73% der Befragten bevorzugten es, Werbung für neue Produkte und Angebote von Unternehmen, bei denen sie Kunden sind, auf Papier zu erhalten; 18% gaben E-Mails den Vorzug. Wenn es um den Erhalt von unangefragten Informationen von Firmen, bei denen sie nicht Kunden waren, geht, gaben erstaunliche 70% an, den traditionellen Postweg zu bevorzugen.

Stacy DeWalt, Vizepräsidentin für Marketing und Marktentwicklung bei Pitney Bowes, meint dazu: «Diese Studie zeigt deutlich, dass die Post immer noch das effektivste Marketinginstrument ist, um mit Kunden zu kommunizieren.»

Dem Potenzial von Direktwerbung auf der Spur

Ein beträchtlicher Anteil des Postverkehrs geht auf Direktwerbung zurück. Gemäss Informationen des WPV

macht Direktwerbung mindestens 38% des Briefpostvolumens im Inland aus im Vergleich zu 8% beim internationalen Briefverkehr. Mit der Briefpost haben Unternehmen die Möglichkeit, eine langfristige Beziehung zu den Kunden aufzubauen.

Der Direktwerbeservice der belgischen Post bietet beispielsweise Adressen in den Zustellungsländern an und somit die Möglichkeit, ein zunehmend gemischtes Zielpublikum zu erreichen. Mit einer «einheimischen Aufmachung» ihrer Direktwerbung können Unternehmen sicher sein, dass sie von ihren internationalen Kunden die gewünschte Reaktion erhalten. Bei Märkten mit einem aufkommenden Werbesektor bietet die Post ein ungeahntes Potenzial. Die Postbetreiber in Tunesien, Marokko und China verfügen beispielsweise über eine Infrastruktur, die es ihnen ermöglicht, dieses Potenzial zu nutzen (spezielle Zustellzentren für Direktwerbung, Datenbanken und Beratungsstellen für Kunden).

Neue Produkte

Neue Technologien ermöglichen auch die Entwicklung innovativer Produkte. Postbetreiber können die Aufmachung, die Produktion und die Auslieferung von Dokumenten optimieren und innovative Dienste anbieten.

Hybridpost (Briefe oder Publikationen werden vom Kunden elektronisch an entsprechende Druckzentren übermittelt und vor Ort gedruckt) ist die neueste technische Lösung. Seit 2005 hat die Hybridpost jährlich um 14% zugenommen. Dies zeigt, wie wichtig dieser Dienst ist,

Anzahl Briefpostsendungen weltweit (in Milliarden)

Inland

2000	434,1
2001	436,2
2002	426,4
2003	424,0
2004	426,8
2005	429,8
2006	433,6

International (eingehend)

2000	7,5
2001	7,0
2002	6,2
2003	6,0
2004	5,8
2005	5,6
2006	5,5

Einnahmen aus Postsendungen (in Milliarden SZR)

2000	157,2
2001	156,6
2002	159,9
2003	164,1
2004	175,2
2005	181,2
2006	204,8

Per 31. Dezember 2006, 1 SZR = 1.50 USD.

Quelle: UPU Postal Statistics 2006.

um den Marktanteil der Briefpost beizubehalten und die Einnahmenverluste durch den Rückgang der traditionellen Briefpost wettzumachen.

Heute bieten 22% der Länder einen Hybridpostdienst im Inland an, während 13% über einen internationalen Dienst verfügen. Dennoch bleibt der Anteil internationaler Hybridpost gering, gemäss Deborah Spring, Leiterin des Bereichs internationale Hybridpost bei Australia Post, nämlich gerade mal 1%. Doch ist sie zuversichtlich, was diesen Markt angeht. Sie leitet eine Arbeitsgruppe mit der Aufgabe, unter Betreuung der Benutzergruppe für elektronische Dienste der Telematik-Kooperative des WPV einen weltweiten Hybridpostdienst zu entwickeln.

«Hybridpost könnte Postbetreibern helfen, ihren Anteil am Briefpostmarkt zu behalten und die durch den Wettbewerb erlittenen Verluste wieder gutzumachen. Dazu braucht es jedoch die Unterstützung des WPV, damit die Verbindung von Systemen untereinander und der Austausch von Datenbanken zwischen Postbetreibern ge-



Wo ist Ihre Postkarte?

Eine neue Art, Brieffreunde zu suchen? Vielleicht! Denn die Website www.postcrossing.com bietet ihren Besuchern die Möglichkeit, anderen Internetsurfern richtige Postkarten zu senden und im Gegenzug selbst Karten zu erhalten. Mit wenigen Maus-Klicks erhält man Zugriff auf die Adresse möglicher Korrespondenten. Und für jede verschickte Karte erhält man selbst eine zugesandt. Bei Drucklegung dieser Ausgabe hatten sich bereits 40 000 Kartenfreunde aus 178 Ländern auf der Seite registriert, die insgesamt über 900 000 Karten verschickten. Die Website lässt die Benutzer zudem die Entfernung, welche eine Karte zurücklegt, nachverfolgen, aber auch andere registrierte Teilnehmer lokalisieren und herausfinden, welche Bilder und Briefmarken diese bevorzugen. Wozu wurde diese Website überhaupt entwickelt? «Es gibt viele Menschen, die gerne richtige Post erhalten», schreibt der Autor der Website. «Es ist wie eine Schachtel Pralinen, man weiss nie was kommt und freut sich richtig darauf, von einer Postkarte aus einem fremden Land (von dem man möglicherweise noch nicht einmal gehört hat) überrascht zu werden. Und wer liebt nicht Überraschungen?» **lw**

mäss internationalen Normen und Regulierungen gewährleistet sind.»

Die Entwicklung von elektronischen Pendanten ist eine weitere Möglichkeit der Postbetreiber, Einkünfte aus dem traditionellen Briefverkehr zu sichern, beispielsweise mit dem elektronischen Einschreibebrief, der in den letzten Jahren an Beliebtheit gewonnen hat. MAILEVA, eine Tochtergesellschaft von La Poste (Frankreich), ist eine Plattform für Postbearbeitung im Internet. Ein elektronischer Einschreibebrief wird von der Post abgefertigt und verarbeitet. Diese bestätigt die Aufgabe in Form eines Zertifizierungspoststempels. Mit Hilfe von technischen und IT-Einrichtungen können Postbetreiber ein offizielles und nachhaltiges Archivierungssystem gewährleisten, das Unternehmen und Privatkunden den Dokumentenaustausch erleichtert.

Dienstqualität als Herausforderung

Die Dienstqualität ist ein Schlüsselement in der Entwicklung der Post. Briefpostdienste müssen den neuen Diensten der Konkurrenz an Leistung entsprechen. In Afrika und Lateinamerika bietet die Situation Grund zur Beunruhigung – dort kontrollieren private Betreiber den Grossteil des Postmarkts. Während die vorgesehenen Betreiber in Lateinamerika (ohne Brasilien) einen Marktanteil von 10 bis 40% haben, ist der gesamte Umfang des Postmarktes aufgrund unzureichender Daten nur schwer zu fassen.

Gemäss Rudy Cuadra, Leiter des Programms «Lateinamerika und Karibik» beim Internationalen Büro, sind allgemeine Schätzungen bezüglich des Postmarktes wichtig, um Massnahmen ergreifen zu können, die das System verbessern. Die Gesamt-Reform- und Entwicklungspläne des WPV legen die Strukturen fest, die den Markt regulieren und Betreibern helfen, die Leistungen des Postdienstes zu verbessern und unter den gleichen Voraussetzungen am Wettbewerb teilzunehmen.

In Anbetracht des ungleichen Wettbewerbs haben die Postbetreiber von Burkina Faso und Elfenbeinküste eingesehen, dass ihre Strategien den Bedürfnissen der Bevölkerung entsprechen müssen. Verhandlungen zwischen der Post und kleineren Gemeinden wurden mit dem Ziel aufgenommen, eine hohe Dienstqualität zu gewährleisten. Laut Soumanogo Koutou konnte die Sonapost-Gruppe dank PostEclair (einem Eildienst für Postaufgabe, -verarbeitung und -auslieferung) ihre Kunden binden und die Kundenbeziehungen stärken. Als zweites Ziel gilt die Einrichtung eines Postfachangebots. Laut Yoffo Antoine, Direktor für Internationale Beziehungen der Post von Elfenbeinküste, hat die Heimzustellung Priorität im Gesamtkonzept, die Briefpost im Land wieder aufleben zu lassen.

Die Tradition des Briefeschreibens

.....
Gehören persönliche Briefe der Vergangenheit an? Zweifelsohne wurden sie durch das Internet und die mobile Telefonie teilweise verdrängt, aber es gibt noch genügend Beispiele dafür, dass sie in der zwischenmenschlichen Beziehung eine besondere Rolle spielen.

.....
**Von
Dora Precup**

Die genaue Anzahl persönlicher Briefe und Ansichtskarten im allgemeinen Briefpostaufkommen ist schwer zu ermitteln; Postbetreiber in den wichtigsten Industrieländern schätzen die persönliche Korrespondenz aber auf zwischen 5 und 11% der verarbeiteten Volumen.

Den Füllfederhalter in die Hand zu nehmen, einen Umschlag zu kaufen und eine schöne Briefmarke auszuwählen, wird heute oft als altmodisch oder sentimental angesehen. Es gibt aber immer noch keinen Ersatz für die freundliche Ungezwungenheit eines persönlichen Briefes (oder einer Gruss- oder Ansichtskarte); nichts anderes vermittelt diese ursprüngliche, persönliche Note.

In den USA, wo 2006 im Inland die Rekordanzahl von 200 Milliarden Briefpostsendungen verarbeitet wurde,

schätzt die Greeting Card Association, die über 280 Grusskartenhersteller und ihre Lieferanten in den USA und andernorts vertritt, dass amerikanische Konsumenten jährlich sieben Milliarden Grusskarten kaufen, von denen 70% per Post verschickt werden.

Trotz der 500 Millionen elektronischen Grusskarten, die jährlich weltweit verschickt werden, sind diese in den Augen der Greeting Card Association selten ein Ersatz für die klassische Karte. Der Kartenverband erklärt: «Obwohl Amerikaner E-Mails, SMS und Telefonanrufe schätzen, um mit Freunden und Familie zu kommunizieren, gibt die Mehrheit von ihnen an, die altmodischen handgeschriebenen Karten und Briefe zu bevorzugen, wenn sie jemandem das Gefühl geben möchten, etwas wirklich Besonderes zu sein.»

Obwohl das Schreiben von Briefen an Beliebtheit einzubüssen scheint, setzen sich viele Privatleute, Unternehmen und Postbetreiber dafür ein. Bestes Beispiel dafür ist der Internationale Schreibwettbewerb des WPV für Jugendliche, der seit 38 Jahren durchgeführt wird. Jedes Jahr nehmen sechs Millionen junge Leute an diesem Wettbewerb teil, dessen Sieger der WPV gemeinsam mit der UNESCO ermittelt.

Schulen, Stiftungen und Schreibkurse arbeiten mit Postbetreibern zusammen und tragen dazu bei, die Kunst des Briefeschreibens zu fördern. Die australische, indische und russische Post veranstalten jährlich Schreibwettbewerbe zu einem bestimmten Thema – unabhängig vom WPV.

Briefe zur Verteidigung der Menschenrechte

In Frankreich wiederum bietet das jährliche Schreibfestival von Grignan zu Ehren der berühmten Madame de Sévigné, einer passionierten Briefeschreiberin des 17. Jahrhunderts, verschiedene Gelegenheiten, einem Freund, Verwandten oder Fremden einen Brief zu schreiben. Die Briefe werden dann kostenlos überallhin in der Welt zugestellt.

In diesem Jahr arbeitet der United States Postal Service (USPS) mit dem Fernsehsender HBO zusammen um für die Kunst des Briefeschreibens zu werben, mit einer Miniserie über John Adams, den zweiten Präsidenten der Vereinigten Staaten, der im Laufe seines Lebens über 1100 Briefe an seine Frau verfasste. Im Februar und März wird der Poststempel auf rund drei Milliarden Briefen aus einem berühmten Zitat von John Adams bestehen: «Lasst es uns wagen zu lesen, denken, sprechen und schreiben.» «Die Post versucht in der heutigen Zeit von Kurzmitteilungen und E-Mails auf eine andere Art zu zeigen, wie viel wirkungsvoller eine handgeschriebene Mitteilung sein kann», kommentiert eine Sprecherin von USPS das Projekt mit HBO.

Eva Lia Wyss, Doktorin der Philosophie an der Universität Zürich, teilt diese Meinung: «Obwohl der handgeschriebene Brief gegen neue Arten der persönlichen Kommunikation zu kämpfen hat, bleibt er etwas ganz Besonderes. Sowohl für den Verfasser als auch für den Empfänger ist er eine weitere Art, Gefühle auszudrücken. Der Freude am Schreiben eines Briefes kommt lediglich die Vorfreude des Empfängers gleich.»

.....
«Jeder hat das Recht auf Meinungsfreiheit und freie Meinungsäusserung; dieses Recht schliesst die Freiheit ein, Meinungen ungehindert anzuhängen sowie über Medien jeder Art und ohne Rücksicht auf Grenzen Informationen und Gedankengut zu suchen, zu empfangen und zu verbreiten.»

Auch 60 Jahre nach Verfassung der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte ist die Rolle des Postsektors bei der Umsetzung von Artikel 19 deutlicher denn je zuvor: Postbetreiber setzen sich für die Meinungsfreiheit ein, indem sie die vielen Briefe zustellen, die jedes Jahr zur Unterstützung jener geschrieben werden, deren Rechte vermutlich verletzt werden. Der alljährliche Brief-Marathon von Amnesty International ist zu einem wirkungsvollen Mittel zur Verteidigung der Opfer von Menschenrechtsverletzungen geworden. Der Marathon wurde 2001 durch Amnesty International Polen ins Leben gerufen und zieht jedes Jahr Tausende Teilnehmer aus der ganzen Welt an. 2007 nahmen über 40 Länder teil und schickten mehr als 200 000 Briefe an Regierungen und forderten sie auf, Gefangene freizulassen oder ihre Haftbedingungen zu verbessern.

«Letztes Jahr bewirkte der Marathon eine Verbesserung der Situation von vier der acht Personen, denen unsere Aktion galt», erzählt Eric Bürki von Amnesty International Schweiz.

Der Brief-Marathon fand in der Woche vor dem internationalen Tag der Menschenrechte statt, der jedes Jahr am 10. Dezember begangen wird. In Schulen und Einkaufszentren laden öffentliche Veranstaltungen Menschen dazu ein, bei diesem auf der ganzen Welt gleichzeitig stattfindenden Ereignis mitzumachen. **RL**



**Amnesty
International**

Ein Brief ist . . .

Ein Beweis von Echtheit

Als die Familie der früheren kolumbianischen Präsidentschaftskandidatin Ingrid Betancourt, die seit mehr als sechs Jahren im Dschungel gefangen gehalten wird, im letzten November einen zwölfseitigen Brief von ihr erhielt, war dies der Beweis, dass sie immer noch am Leben war. Diesen Brief zu lesen, war «etwas sehr Überwältigendes», so ihr Ehemann, der den Stil und die Handschrift der französisch-kolumbianischen Geisel erkannte. Auf der ganzen Welt betrachteten Menschen diesen «zu hundert Prozent persönlichen» Brief als ein universelles Zeichen für Kraft und Mut.

Ein Liebesbeweis

In einem Artikel für die Washington Post beschrieb Chloe Kaplan letztes Jahr die Freude, die sie empfand, als sie jede Woche hübsch dekorierte Briefe von ihrer Mutter erhielt. Die gestalterische Qualität dieser Briefe war aussergewöhnlich. «Meine Mutter hat mich gelehrt, wie es niemand sonst gekonnt hätte, das Leben zu verschönern. Sie verwandelt Missgeschicke in grossartige Geschichten – nicht immer ganz wahrheitsgetreu, aber stets spannend (...). Sie macht

aus dem Gewöhnlichen etwas wahrhaft Aussergewöhnliches. Manchmal habe ich das Gefühl, ich erkenne diese Qualitäten auch in mir selbst. Wenn das geschieht, muss ich lächeln und schreibe ihr einen Brief – den ich natürlich in einen schön dekorierten Umschlag stecke.»

Ein Zeichen von Pflichtbewusstsein

Wie viele andere Fluggesellschaften auch benützt Southwest Airlines Briefe, um Ihren Kunden die Gründe für Mängel im Service zu erklären. Experten und Berater für Geschäftskommunikation wissen, dass in gewissen Situationen ein Brief viel angebrachter ist als eine E-Mail.

Ein biografisches Dokument

Ein Brief erzählt eine Geschichte, vermittelt Informationen und ist ein Spiegel der Zeit des Verfassers. Für Biografen sind handgeschriebene Briefe unverzichtbar, um ein genaues Bild von jemandes persönlichem Leben zu schaffen.

Ein Zeuge der Vergangenheit

In Messey in Frankreich wurde ein Brief in einer Flasche Champigneulles-Bier gefunden. Der Brief war datiert

mit «Oklahoma City, 15. Juli 1918». Er bestand aus vier handgeschriebenen Seiten in einem Umschlag, war adressiert an Morres Vickers Liepman und stammte von dessen «Tante Pete». Dieser Brief war wahrhaftig ein Spiegel seiner Zeit, denn er enthielt Verweise auf die wirtschaftliche Situation in Amerika, die Kriegsnot, die massenhaften Einberufungen und die drohende Gefahr der Zensur. Wie jedes andere Überbleibsel aus Kriegzeiten war dieser Brief ein richtiger archäologischer Fund.

Ein Zeichen von Achtung

Trotz des momentanen Trends, Kondolenzmitteilungen auf Webseiten zu platzieren, sind sich Experten für korrekte Umgangsformen einig, dass Briefe E-Mails und Telegrammen vorzuziehen sind, wenn es darum geht, ernste Gefühle auszudrücken.

Ein Zeichen von Freundschaft

Ob es sich um ein Jubiläum oder eine Hochzeit handelt oder ob jemandem Festtagsgrüsse übermittelt werden sollen – die zwanzig Karten, die ein Amerikaner jedes Jahr durchschnittlich erhält, zeigen es deutlich: Die Grusskarte lässt sich nicht verdrängen.

Der Postsektor zwischen gestern und morgen

.....
Während sich der Postsektor weiter entwickelt, investieren sowohl erfahrene als auch neue Akteure in neue Technologien und innovative Ausrüstung, um den Bedürfnissen der Kunden besser nachzukommen. Wird man den turbulenten Zeiten trotzen oder sich den Veränderungen hingeben? Trends und Innovationen ...

Postverarbeitung leicht gemacht

Schreiben, adressieren, drucken, unterzeichnen, falten, kuvertieren, verschliessen und frankieren: Der zeitraubende Prozess der Briefproduktion kann nicht einfach durch Drücken der Eingabetaste erledigt werden. Um diesen Prozess zu vereinfachen, bieten Unternehmen Adressierprogramme, modernste Drucker, Kuvertiermaschinen mit einer Leistung von 12 000 Briefen pro Stunde, Falt- und Verschliesssysteme und Frankiermaschinen an. Postunternehmen und -betreiber wissen, wie viel Arbeit damit verbunden ist und bieten Hybridpostdienste an, die es dem Kunden ermöglichen, diese Tätigkeiten auszulagern. Der gleiche Service wird auch am anderen Ende der Kette angeboten: Eingehende Post wird geöffnet, gescannt, dem Adressaten elektronisch zugestellt und abgelegt.

.....
Der Hochgeschwindigkeits-Farb-scanner mit einem einzigartigen automatischen Einzug, integriert in eine «OPEX Rapid Extraction Desk»-Station. In nur einem Arbeitsschritt kann der Benutzer Umschläge öffnen, den Inhalt entnehmen, identifizieren, erfassen, ausrichten, sortieren, Audit Trails drucken und Briefinhalte weitersenden.

.....
Von
Laurent Widmer





.....
Mit an gut erreichbaren Orten installierten Paketautomaten von Keba kann die Post jederzeit zugestellt und abgeholt werden. Sie werden von Postbetreibern in Deutschland, Österreich und Norwegen verwendet.



.....
Sortiermaschinen werden immer leistungsfähiger. In den letzten zehn Jahren stieg die Anzahl sortierter Briefe pro Stunde von 36 000 auf 60 000 an.

Die Post ist allgegenwärtig

Kunden, die selten zu Hause sind und online einkaufen – tagsüber, abends oder am Wochenende –, wünschen sich flexiblere Abholmöglichkeiten für Pakete. Die Zeiten, als ein Abholschein, ein Zeichen dafür, dass der Briefträger da war, im Briefkasten lag, sind passé. Kunden können ihre Pakete nun an Kiosken, Tankstellen, Bahnhöfen und vermehrt auch in elektronischen Schliessfächern abholen. Die Pakete werden in einer Art Gepäckschliessfach hinterlegt und können mit einem aus Zahlen und Buchstaben bestehenden Code geöffnet werden, den der Briefträger im Briefkasten deponiert oder der per E-Mail oder SMS zugesandt wird. Vorteile für den Kunden gibt es viele: Aufgabe und Zustellung rund um die Uhr, Sicherheit und Vertraulichkeit, die Möglichkeit, Pakete am gewünschten Ort zugestellt zu bekommen, auch während Geschäftsreisen und Ferien. Die Vorteile für den Betreiber sind ebenso vielfältig: Rund-um-die-Uhr-Zustellung, weniger erfolglose Zustellversuche, Automatisierung der ganzen logistischen Kette, geringere Logistik- und Zustellkosten, Zustellung per Nachnahme, Zustellung von eingeschriebenen Sendungen, Zahlung per Kreditkarte und geringerer CO₂-Ausstoss. Die Kioske bieten auch andere Postdienste an, u. a. Versand von Paketen, Briefen und eingeschriebenen Sendungen, Verkauf von Briefmarken, Informationen zu Tarifen und Postleitzahlen, Finanzdienstleistungen und Verfolgen von Sendungen.

Postsortierung: Immer besser, immer schneller

Zu Beginn der 90er-Jahre verarbeiteten Sortiermaschinen bis zu 36 000 Briefe pro Stunde. Zehn Jahre später sind es fast doppelt so viele, dank der Fortschritte bei den Technologien zur Anschriftenlesung und im Bereich der Handschriftenerkennung. Laut Lockheed Martin hat der Anteil an handgeschriebenen Adressen, die mittels optischer Zeichenerkennung gelesen werden können, von 2% auf 88% und die Erkennung von gedruckten Adressen von 35% auf 93% zugenommen. Adressen, die nicht automatisch gelesen werden können, werden durch Mitarbeiter mittels Videokodierung eingegeben. Videokodiersysteme können auch ohne Eingabehilfen benützt werden. Auch Spracherkennungstechnologien werden benützt, (beispielsweise beim Sortieren ausgehender internationaler Pakete), wodurch sich das Eingeben des Ländernamens mittels einer Tastatur erübrigt, da das System ihn erkennt, wenn er laut abgelesen wird.

Während die Vorgänger dieser Systeme gerade einmal die Postleitzahl erkannten, lesen die neuen Sortiermaschinen die ganze Adresse und vergleichen sie mit einer integrierten Datenbank. Dank dieser Entwicklungen kann die Post heute in der richtigen Reihenfolge gemäss der Route des Briefträgers sortiert oder, im Falle einer Adressänderung, automatisch umgeleitet werden. Zudem kann die Anzahl zu sortierender oder liefernder Sendungen im Voraus berechnet werden, wodurch der Aufwand der Sortier- und Zustellungscentren reduziert wird.

.....
Viele Postboten tragen die Post immer noch mit dem Fahrrad aus, was in der heutigen umweltbewussten Zeit bei Postbetreibern immer beliebter werden könnte.
.....

Der neue Motorola-Scanner verfügt über eine GPS-Funktion, mit der Pakete und Mitarbeiter geortet und die Post gesammelt und zur richtigen Zeit am richtigen Ort zugestellt werden können.

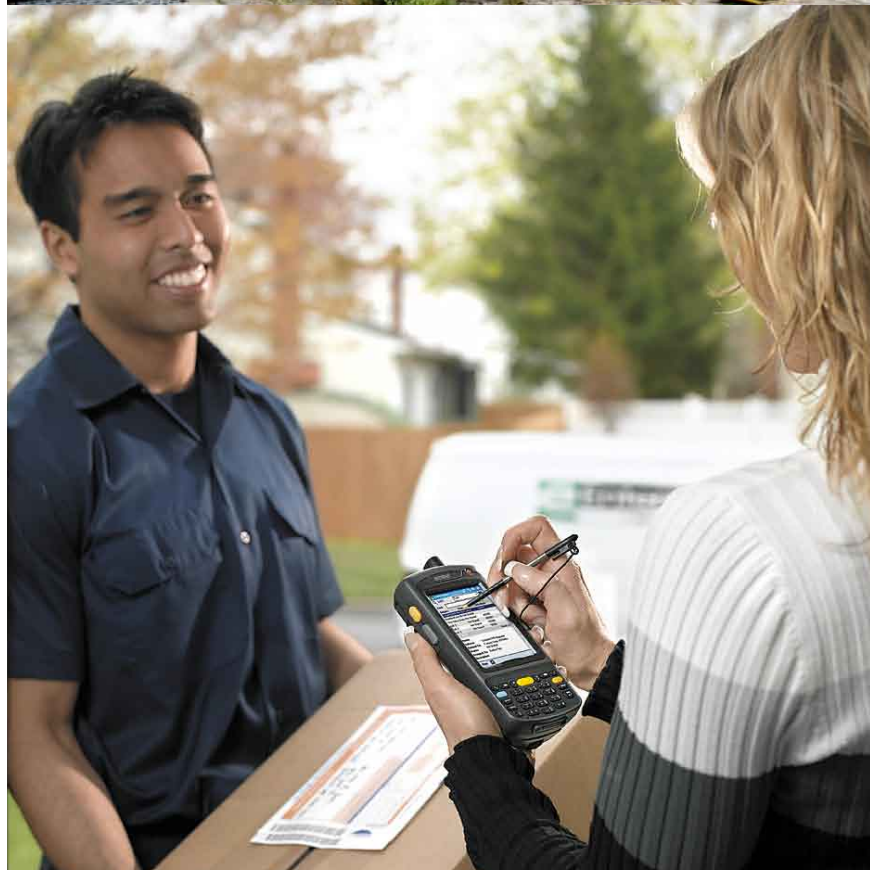
Die letzte Meile:

Effizienz und Benutzerfreundlichkeit

Die Zustellung an den Adressaten, die über 50% der entstehenden Kosten ausmachen kann, ist für Postbetreiber ein entscheidender Faktor. Während die Zustellung über elektronische Schliessfächer (siehe oben) oder Poststellen zunimmt, erfolgen die meisten Zustellungen immer noch über den herkömmlichen Briefkasten oder an der Haustür. Mit Software zur Positionsbestimmung kann die Tour des Briefträgers angepasst und das passendste Transportmittel gewählt werden. Erstaunlicherweise ist das Fahrrad nicht veraltet und manche sagen ihm sogar eine rosige Zukunft voraus. Ein Fahrrad mit Akku kann wie ein Elektroller eingesetzt werden, mit dem in manchen Ländern Postboten bereits ihre Routen ablegen.

Zwischen Tradition und Moderne

Grundsätzlich hat sich die Postzustellung nicht verändert und Handwagen, Posttaschen und Handschuhe gehören immer noch zu der Ausrüstung eines Postboten. Der Scanner jedoch ist zu einem unverzichtbaren Hilfsmittel für eine einwandfreie Zustellung geworden, da er nicht nur als Strichcode-Leser, sondern auch als Telefon und Navigationsgerät (um den Briefträger zu orten oder damit er die korrekte Route beibehalten kann) oder sogar als Fotokamera (z. B. für beschädigte Pakete) dient. Einige Modelle lesen sogar RFID-Chips. Dies sind intelligente Haftetiketten, die an Sendungen oder in manchen Ländern in Briefkästen angebracht sind.





Faire Entschädigung

Oft wird die Frage gestellt, wie die einzelnen Länder für die Verarbeitung, den Transport und die Zustellung ein- und ausgehender Post entschädigt werden.

Von
Rhéal LeBlanc

Fotos:
**Daniel
Wietlisbach**

Für die Berechnung und Abgeltung dieser Kosten handelt der WPV seit 1969 das Endvergütungssystem, welches seither an den Weltpostkongressen immer wieder verfeinert wurde und auch weiterhin neuen Gegebenheiten angepasst wird. Am Weltkongress 2004 in Bukarest votierten die Mitgliedstaaten für ein System, mit dem die effektiven Postbearbeitungskosten abgedeckt werden sollen. Ausserdem wurde beschlossen, die Höhe der zustehenden Entschädigung von der Qualität der erbrachten Dienstleistungen abhängig zu machen.

Nicht alle Länder weisen indes denselben Entwicklungsstand auf. Vielmehr bestehen beträchtliche Unterschiede bezüglich Postvolumen, Tarife und Kostenübernahme. Daher sollen bis Ende 2013 die am wenigsten entwickelten bzw. die sich in einem frühen Entwicklungsstadium befindenden Länder fortlaufend in ein Endmodell integriert werden, das für die industrialisierten Staaten bereits Geltung hat.

Mit der Umsetzung des in Bukarest verabschiedeten Modells wurde der Schweizer Paul Epiney, Leiter der Projektgruppe Endvergütungen (Dues Project Group), beauftragt. Er soll dem Weltpostkongress bis 2008 einen entsprechenden Vorschlag unterbreiten. Im folgenden Gespräch erläutert Paul Epiney die wichtigsten Neuerungen dieses Vorschlags sowie die grössten Herausforderungen, die es zu überwinden galt.

Erläutern Sie doch bitte kurz, wie sich das Endvergütungssystem auf die einzelnen Länder auswirken wird, und weshalb es sich hierbei um einen der wichtigsten Themenbereiche handelt, mit denen sich der WPV zu befassen hat.

Ich glaube, die Bedeutung dieses Projekts liegt in der Tatsache, dass es das Budget der einzelnen Länder beeinflusst. Bei den Endvergütungen handelt es sich um eine Kostenentschädigung für die Verarbeitung und Auslieferung internationaler Briefsendungen, worauf rund 70% aller Kosten entfallen. Für die Postbetreiber stellen die Endvergütungen eine wichtige Einnahmequelle dar, mit der sie die Erbringung postalischer Dienstleistungen in ihren Ländern finanzieren.

Wie ist Ihre Gruppe an diese wichtige Aufgabe herangegangen? Konnten dabei die Interessen aller Beteiligten überhaupt berücksichtigt werden?

Unser Ausgangspunkt war die Resolution C 46/2004 über die effektive Kostendeckung. Damit haben wir die Richtung vorgegeben. Aber wenn Sie mit den Interessen von 191 Ländern konfrontiert sind, müssen Sie einfach Kompromisse eingehen. Wir haben uns bemüht,

alle Meinungen anzuhören. Dazu wurden zahlreiche Sitzungen des Rats für Postbetrieb (RPB) und des Council of Administration (CA) anberaumt. Ausserdem organisierten wir noch zwei Workshops in Bern sowie mehrere Treffen des Steuer Ausschusses. Die letzten Details unseres Vorschlags wurden an regionalen Rund-Tisch-Gesprächen sowie an einem abschliessenden internationalen Runden Tisch besprochen. Auf dieser Basis haben wir einen Vorschlag erarbeitet, der so eng wie möglich an die Resolution anlehnt. Wir sind auf dem richtigen Weg, doch es bleibt noch viel zu tun. Unsere Arbeit wird bestimmt auch nach dem 24. Weltpostkongress weitergehen.

Wo lagen die grössten Schwierigkeiten bei der Vorbereitung des Vorschlags zuhanden des Weltpostkongresses?

Es waren etliche Herausforderungen zu meistern. Zunächst galt es, Übereinstimmung bezüglich der wichtigsten Grundsätze zu erreichen. Dazu haben wir acht Grundsätze formuliert. Einer davon betraf die Einführung eines Systems, wonach die Einnahmen für dasselbe Postvolumen beibehalten werden, was vor allem den Entwicklungsländern ein wich-



tiges Anliegen ist. Es dauerte über zwei Jahre, diese Grundsätze festzulegen. Auf deren Basis haben wir anschliessend mit der Unterstützung des Internationalen Büros umfassende Studien zu Themen wie Postmarktumfeld, Spezialdienstleistungen, Tarife und Kosten durchgeführt. Die Analyse der effektiven Kosten der einzelnen Länder für die Postverarbeitung brachte indes kein klares Resultat, weil es sich bei manchen Betreibern um börsennotierte Unternehmen handelt, deren Aktionäre kein Interesse an der Offenlegung ihrer Kostenstruktur haben. Andere Betreiber kennen ihre genauen Kosten überhaupt nicht, da sie kein zuverlässiges Kostenrechnungssystem haben. Die Schaffung einer Rahmenstruktur für das künftige Vorgehen wurde dadurch erschwert. Deshalb haben wir uns entschlossen, für die industrialisierten Staaten die landesbezogenen Tarife anzuwenden und bei den Entwicklungsländern am bestehenden System festzuhalten, d.h. Entrichtung von Endvergütungen auf Basis einer Fixrate, die im Laufe der Zeit angepasst werden kann. Nur so konnten wir Bewegung in den festgefahrenen

Prozess bringen. Wir werden uns bemühen, im nächsten Zyklus eine neue Kostenstudie aufzulegen.

Eine weitere grosse Herausforderung ergab sich aus der neuen Länderklassifizierung, eine Aufgabe der CA Terminal Dues Governance Issues Project Group. Frankreich und das Internationale Büro haben hier ausgezeichnete Arbeit geleistet. Die gefundene Lösung hat den gewichtigen Vorteil, dass aufstrebende Staaten wie Singapur und die Vereinigten Arabischen Emirate direkt auf das Zielsystem migriert werden können.

Der Fonds zur Finanzierung der Verbesserung der Dienstleistungsqualität in Entwicklungsländern (QSF) war eigentlich nie umstritten. Die Industrieländer zeigten sich willens, den Entwicklungsländern über den Fonds die benötigten Finanzmittel zukommen zu lassen und ihre Beiträge in Form von Endvergütungen gar noch aufzustocken.

Was sind die Hauptvorteile des Vorschlags? Und ist er mit der am Kongress in Bukarest verabschiedeten Resolution C 46 vereinbar?

Es wurde ein Konsens erreicht, und alle Staaten stimmten dem Vorschlag an den RPB- und CA-Treffen 2008 zu. Jetzt ist noch die Zustimmung des Weltpostkongresses ausstehend. Der grösste Streitpunkt bildeten die finanziellen Auswirkungen. Wir haben es geschafft, sämtliche potenziell negativen Auswirkungen zu begrenzen und die Einnahmen der meisten Länder zu sichern. Doch jedes Land hat das Recht, am Kongress seine Bedenken zu äussern oder Änderungen vorzuschlagen.

Die Entwicklungsländer befürchten, dass das neue System zu Einnahme einbussen führen wird. Konnten diese Bedenken ausgeräumt werden? Wir haben versucht, den neuen Vorschlag an den Runderntisch-Gesprächen genau zu erklären und boten den Ländern die Gelegenheit, das neue System unter Anwendung eines Costing Tools zu testen. Ferner haben die engeren Postvereine sämtliche Aspekte des Vorschlags genau geprüft, und das Internationale Büro hat die finanziellen Auswirkungen an mehreren Präsentationen in den Regionen erläutert.

«Doch ein zuverlässiges Kostenrechnungssystem ist Voraussetzung für einen kostenbasierten Ansatz.»

Meines Erachtens sind die Bedenken der Mitgliedstaaten ausgeräumt, haben sie doch dem endgültigen Vorschlag zugestimmt. Dass ein Konsens im Hinblick auf das Endvergütungssystem erreicht werden konnte, ist der hervorragenden Aufklärungsarbeit der Arbeitsgruppe, des Internationalen Büros und des Steuerausschusses zu verdanken. Dieser Erfolg ist ihr Verdienst.

Lässt sich das vorgeschlagene System weiter verbessern?

Kein System ist perfekt. Noch haben wir nicht alle Vorgaben der Resolution C 46 erfüllt. Beispielsweise werden nicht alle Länder bis Anfang 2014 so weit sein, dass sie am System teilnehmen können. Aber man muss realistisch sein und sehen, was praktisch machbar ist. Der gesunde Menschenverstand hat uns gesagt, dass wir einfach mehr Zeit benötigen, um unsere Arbeit abzuschliessen.

So wollten wir auch die Inland-Beförderungskosten in den Systemvorschlag integrieren (d.h. die Kosten, die vom Senderland für die internationale Übermittlung der auf dem Hauptauswechslungsamt des Destinationslandes eingehenden Post bezahlt werden). Doch die Umsetzung dieses Vorhabens erwies sich als unmöglich, wir mussten den Mitgliedstaaten in diesem Punkt entgegenkommen. Wir werden diesen Aspekt im nächsten Zyklus jedoch wieder aufgreifen. Am Weltpostkongress 2004 wurde festgelegt, dass bis 1. Januar 2014

sämtliche Länder auf das neue System umgestellt haben werden. Mittlerweile haben wir erkennen müssen, dass wir langsamer vorangekommen sind, als erhofft. Daher wurde diese Frist für bestimmte Entwicklungsländer verlängert. Des Weiteren ist die Kostenrechnung ein wichtiger Aspekt des Endvergütungssystems, an dem noch gefeilt werden muss. In einigen Ländern wurde sie bereits eingeführt. Viele andere sind aber noch nicht so weit. Doch ein zuverlässiges Kostenrechnungssystem ist Voraussetzung für einen kostenbasierten Ansatz. Die Arbeit geht auch hier weiter, zumal es noch verschiedene Teilnehmer zu überzeugen gilt. Daher werden wir auch diesen Punkt erst später umsetzen können.

Wie können neue Länder dem Zielsystem beitreten?

Der Übergang erfolgt laufend, Schritt für Schritt sozusagen. Länder, die das Zielsystem übernehmen, werden nicht gleich denselben Regeln unterworfen, wie sie für die Industriestaaten bereits gelten. Sie werden die Schwellenwerte – beispielsweise für die Dienstqualität – erst nach einer Übergangsphase erreichen müssen.

Geht das Endvergütungssystem weit genug? Und spiegelt es die heutigen Marktverhältnisse korrekt wider?

Uns wurde schon öfters der Vorwurf gemacht, wie Buchhalter zu agieren (lacht). Endvergütungen

müssen im Kontext des Marketings, das Briefpostsegment über den finanziellen Aspekt hinaus als Markt gesehen werden. Ich bin der Meinung, dass wertschöpfende Dienstleistungen im Briefversand wie «Track & Trace» oder versicherter bzw. eingeschriebener Versand in die Debatte über die Höhe der Endvergütungen miteinbezogen werden sollten. Des Weiteren teile ich die Ansicht der Projektgruppe Endvergütungen und von Ländern wie China und Australien, dass das Endvergütungssystem in einen weiteren Kontext zu stellen ist.

Die Endvergütungen könnten also zur Entwicklung der Postmärkte beitragen?

Bestimmt, und zwar zur Marktentwicklung als auch zur Förderung von bedarfsgerechten Lösungen für die Kunden. Manche Kunden würden für niedrigere Brieftaxen längere Auslieferungszeiten in Kauf nehmen. In diesem Zusammenhang haben wir eine Studie durchgeführt, doch fehlte uns bisher die Zeit, um die Ergebnisse detailliert auszuwerten. Es handelt sich um ein komplexes Thema, das wir während des nächsten Zyklus weiter analysieren werden.

Wie bewerten Sie die vorgeschlagenen Massnahmen für die Messung der Dienstleistungsqualität als Grundlage für die Endvergütungen? Wir stecken schon mitten drin. Es nehmen bereits 29 Länder am Dienstleistungsqualitäts-bezogenen

Endvergütungsprogramm teil, etwa Brasilien, Ukraine, Malta, Litauen und Jamaika. Dank des QSF planen weitere Staaten den Beitritt, indem sie Qualitätskontrollsysteme einführen. Das ist die Richtung, in die der WPV gehen sollte, und das Internationale Büro kann hierbei eine wichtige Funktion erfüllen. Das System zur Evaluierung der Dienstqualität, an dem der WPV zurzeit arbeitet, wird sich in dieser Hinsicht als wertvoll erweisen. Es klassifiziert die Länder nach fünf Kategorien, so dass genügend Flexibilität besteht, damit auch Länder mit geringerem Postvolumen teilnehmen können.

Einige Länder äussern Bedenken hinsichtlich der für die Endvergütungen relevanten Qualitätsziele.

Was sagen Sie dazu?

Diese Länder verfügen über nationale Standards und Vorgaben ihrer Regulierungsbehörden, daher stossen die Qualitätsvorgaben für die Dienstleistungen, welche den Bezug zu den zustehenden Endvergütungen herstellen, manchmal auf Akzeptanzschwierigkeiten. Ihre eigenen Zielvorgaben sind nicht mit den für die Endvergütungen relevanten Vorgaben kompatibel. Die Länder sträuben sich nicht gegen höhere Standards, aber sie haben gewisse

Vorbehalte. Es ist wichtig, dass wir hier die richtige Balance finden.

Wie zuversichtlich sind Sie, dass der eingereichte Vorschlag vom Weltpostkongress genehmigt wird?

Es könnte sein, dass einige Länder ihre eigenen Vorschläge vorlegen, ohne den unsrigen völlig umzukrempeln. In der Regel werden Vorschläge, die vom RPB und CA angenommen wurden, auch vom Kongress genehmigt.

Unser Briefkasten

“Lernen ohne Hindernisse”

› 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.

Bei Correos hat sich der Fernunterricht (vgl. *Union Postale* 4/2007 «Fernunterricht: ein Lernmedium mit Mehrwert») als bewährte Lernmethode fest etabliert, die von den Mitarbeitenden und verschiedenen Abteilungen rege genutzt wird. Dank des Fernkursesangebots haben unsere über 67 000 Mitarbeitenden ungeachtet ihres geografischen Standorts die Chance, sich beruflich weiterzubilden und weiterzuentwickeln.

Aus- und Weiterbildung, insbesondere über die Plattform des Fernunterrichts, sind Schlüsselkomponenten unserer Unternehmensstrategie. Besonders im Hinblick auf die Einführung neuer Technologien und die Geschwindigkeit, mit der Veränderungen intern im Unternehmen umgesetzt werden müssen, hat der Fernunterricht mittlerweile zentrale Bedeutung erlangt, vor allem auch weil mit dieser Lernmethode mehr Menschen in kürzerer Zeit erreicht werden können.

Im Jahr 2002 nahmen gerade einmal 1150 Teilnehmer an den Fernunterrichtsprogrammen teil, wobei

das Angebot grösstenteils auf Software-Applikationen beschränkt war. Doch die Mitarbeitenden reagierten positiv auf das neue Lerngefäss, so dass die Anzahl Teilnehmer stetig zunahm – von 19 000 im Jahr 2005 auf über 50 000 im letzten Jahr (d.h. 51% aller Mitarbeitenden, die eine Ausbildung absolvierten).

Die wachsende Beliebtheit des Fernunterrichts hat zu einer markanten Erweiterung des Unterrichtsangebots über die Erlernung von Software-Applikationen hinaus geführt. Seien es nun geschäftsrelevante Tools, Prozesse und Produkte, Sprachen oder Methoden der innerbetrieblichen Risikoprävention, mittlerweile gibt es bei Correos Fernkurse zu den unterschiedlichsten Themen.

Und dank der Kooperation mit verschiedenen Institutionen haben auch unsere Mitarbeitenden in abgelegenen Standorten und ärmeren Stadtvierteln Zugang zu Computer und Internet.

Concepción Lagüela Carballosa

Leiterin Rekrutierung und Ausbildung

Correos de España

Ende des Monopols

Am 1. Januar 2008 verlor die Deutsche Post mit dem Exklusivrecht zur Beförderung von Briefen mit einem Gewicht von weniger als 50 Gramm ihr letztes Monopol. Die anderen EU-Staaten werden dieses Monopol erst 2011 oder 2013 aufgeben. Für Briefe über 50 Gramm wurde der Postmarkt bereits seit 1997 schrittweise dem Wettbewerb geöffnet. In Deutschland beharrten die Linkspar-

teien erfolgreich auf die Einführung eines Mindestlohns für den Postsektor, um zu verhindern, dass der Markt durch Billiganbieter und Lohndumping erodiert wird. Diese Entwicklung veranlasste die Niederlande, ihre vollständige Liberalisierung des Postmarkts vorläufig bis Juli 2008 aufzuschieben.

Quelle: le Figaro, Reuters

Namibia: Neues hybrides Postzentrum

Im Februar eröffnete die namibische Postbehörde, NamPost, ihr neues hybrides Postzentrum, ausgerüstet mit modernster Technologie für das Management von Geschäftssendungen. Das 2004 als Pilotprojekt eingeführte hybride Postsystem kommt bereits bei rund einem Dutzend wichtiger Kunden zum Einsatz. Das vollständig automatisierte Zentrum übernimmt sämtliche Postverarbeitungsprozesse, sodass die Kunden weniger Zeit für die Verwaltung ihrer Geschäftspost aufwenden müssen. Dazu liefern sie dem Zen-

trum einfach die benötigten Daten in elektronischer Form. NamPost druckt anschliessend die Briefe oder Auszüge aus, steckt sie in Briefumschläge, frankiert die Sendungen und sortiert die Post nach Empfänger. In diese Technologie zu investieren, bedeutet einen wichtigen Schritt zur Schaffung einer vollständig digitalisierten und automatisierten Post und eröffnet ausländischen Investoren Möglichkeiten zur Investition in den Postsektor und somit auch in die namibische Wirtschaft.

Quelle: All Africa

Gemeinsam helfen

Am World Economic Forum in Davos haben die drei Logistik- und Transportunternehmen Agility, TNT und UPS gemeinsam mit den Vereinten Nationen zwei Initiativen zur Unterstützung humanitärer Hilfsprojekte durch den privaten Sektor lanciert. Im Rahmen der ersten Initiative sollen zehn Leitprinzipien erarbeitet werden, welche die Zusammenarbeit zwischen der Privatindustrie und den Hilfsorganisationen fördern sollen. Die zweite Initiative ist ein hervorragendes Beispiel für die Kooperation zwischen privatwirtschaftlichen Unternehmen und Wohltätigkeitsorganisationen. Es geht um die Schaffung von Logistikteams, die im Katastrophenfall die Koordination am Flughafen vor Ort, die Lagerung von Hilfsgütern, die Bereitstellung von Lastwagen und Gabelstapler sowie den Transport der Güter übernehmen. Diese Teams kommen in den ersten drei bis sechs Wochen nach einer Naturkatastrophe wie Erdbeben, Überschwemmung oder Sturm zum Einsatz. Wie wertvoll die Arbeit solcher Teams sein kann, zeigte sich erstmals im August 2007, als Agility, TNT und UPS solche Notfall-Logistikteams während einer im Rahmen des Welternährungsprogramms in Indonesien durchgeführten Übung entsandte.

Quelle: UPS-Medienmitteilung

Umschau

Postdienste per Telefon: Italiens Post als Vorreiter

Mit ihrem PosteMobile-Service setzt die italienische Post auf die Mobilfunktechnologie und erfüllt damit eine Pionierrolle. PosteMobile ist einzigartig, indem es verschiedene Produkte bündelt, auf die der Kunde via Mobiltelefon zugreifen kann. Dieser Service macht das Mobiltelefon zur bequemen und absolut sicheren «elektronischen Brieftasche». Ohne zum Postschalter

gehen zu müssen, kann der Kunde über eine Gratisnummer Geldüberweisungen von oder auf sein Banco-Posta-Konto vornehmen, Rechnungen zahlen, Kontostände ablesen, Postepay-Dienste beanspruchen oder Telegramme senden und andere Mehrwertdienste abrufen.

Quelle: Poste Italiane

Allgegenwärtige Post

Die koreanische Post plant dieses Jahr Investitionen in Höhe von 180 Mio. USD zur Modernisierung ihrer betrieblichen Abläufe und Aufrüstung der IT-Infrastruktur. Ziel ist die Schaffung eines «allgegenwärtigen» Postnetzes.

Die Mittel werden für den Kauf von Soft- und Hardware, die Finanzierung von Forschungs- und Entwicklungsprojekten sowie für die Schaffung einer modernen Systemarchitektur und den Unterhalt der bestehenden Systeme aufgewendet. Dank 600 RFID-Lesegeräten und 40 000 RFID-Etiketten werden die Kunden ihre Sendungen während der Zustellung jederzeit lokalisieren können.

Quelle: The Korea Herald

Afrikanische Studie zu Überweisungen von Migranten

Eine Studie der Afrikanischen Entwicklungsbank hat die Auswirkungen der Geldrücksendungen von Wanderarbeitern auf die afrikanischen Volkswirtschaften untersucht. Nebst einer Analyse der Mittelflüsse von Wanderarbeitern weltweit, identifiziert die Studie die diesem Markt zugrunde liegenden Mechanismen und quantifiziert die Verteilung und Nutzung der Mittelflüsse und offiziellen und inoffiziellen Übermittlungskanäle. Am Beispiel Marokkos, des Senegals, Malis und der Komoren zeigt die

Studie auf, welche Strategien die involvierten Parteien – die Migranten, deren Familien sowie andere Finanzmarktteilnehmer – anwenden. In den untersuchten Ländern herrschen zwar sehr unterschiedliche sozio-ökonomische Verhältnisse, doch sie weisen auch eine Gemeinsamkeit auf: die Verbindung mit dem westlichen Industriestaat Frankreich. Nähere Einzelheiten zu dieser Studie finden sich auf der Website www.afdb.org/diaspora.

Quelle: African Development Bank

Schliessung der Poststellen in den Niederlanden

Im März 2008 kündigte der niederländische Postbetreiber TNT Post eine Restrukturierung an, welche eine «Auslagerung» aller Poststellen vorsieht. Die verbleibenden 250 Postämter werden geschlossen. Ihre Aufgaben werden von landesweit 750 neuen TNT-eigenen Agenturen übernommen, die innerhalb bestehender Einzelhandelsgeschäfte eingerichtet werden. TNT Post führt bereits 1850 solcher Postagenturen.

Quelle: TNT, La tribune.fr

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*

