

UNION POSTALE

Dezember 2008

Der Postsektor im Vormarsch



WPV, eine Sonderorganisation
der Vereinten Nationen

4

Finanzkrise

Die Auswirkungen auf den Postsektor





Learn new management skills. Develop your understanding. Further your career. World-class education for a globalizing postal sector.

Executive Master in POSTAL LEADERSHIP

Embark with us on a unique global learning journey spanning fifteen months and four continents, in search of best practice. Learn from top academics, industry experts and practitioners in the world's first and only truly global executive university degree program for the postal sector.

<http://postal-leadership.epfl.ch>

Stratégie, transformation, technologie, innovation

Visit our website:

<http://postal-leadership.epfl.ch>

or call us on +41 21 693 00 07

Email to postal-leadership@epfl.ch

Inhaltsverzeichnis



Auch der Postsektor ist nicht gegen die Auswirkungen der gegenwärtigen Finanzkrise gefeit. Gewisse Experten sind jedoch der Meinung, dass Postbetreiber daraus ihren Nutzen ziehen könnten, wenn sie rasch reagieren und auf Vertrauen setzen.

In aller Kürze

Nachrichten aus dem WPV

4

Leitartikel

Auf Vertrauen setzen

5

Titelgeschichte

Finanzkrise: die Auswirkungen auf den Postsektor

Vertrauen in die Post

Dank des guten Rufs der Post bieten sich dem Sektor trotz schwerer Finanzkrise neue Geschäftsmöglichkeiten

8

Postsparkassen in Krisenzeiten hoch gelobt

Weshalb zwei renommierte Zeitungen für die Postsparkassen eine Lanze brechen

12

Durchbruch für die Frauen?

Haben berufstätige Frauen die viel zitierte «gläserne Decke» durchbrochen? *Union Postale* beleuchtet die Karrierechancen von Frauen im Postsektor

14

Das Interview

Zeit für Veränderung

Marta Amado erklärt, wie der Postsektor Panamas sich für den bevorstehenden Wandel rüstet

20

Ein Plädoyer für Toleranz

Ein Junge aus der Zentralafrikanischen Republik gewinnt mit seinem Brief den UNESCO/WPV-Schreibwettbewerb 2008

26

Umschau

Das Neueste von der Post aus aller Welt

29

134. Jahr
Dezember 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: Rosa Cifuentes, Faryal Mirza

Übersetzung: Michael Visser

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

Fotos: Daniel Rihs, Ana Lucia Pita, Alexandre Plattet

Druck: Weber Benteli AG, Biel (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

Fliegender Start für RPB und VR



Botschafter Bishar Hussein leitet seine erste Versammlung als Vorsitzender des Rates für Postbetrieb.

Foto: Alexandre Plattet

Der neue Rat für Postbetrieb (RPB) und der neue Verwaltungsrat (VR) hielten ihre ersten Versammlungen vom 29. Oktober bis 14. November am WPV-Hauptsitz ab, wo sie einen soliden Grundstein für die kommenden vier Jahre legten.

Der RPB bestätigte die verschiedenen Arbeitsgruppen und deren Vorsitze. Diesen Gruppen bleibt nun bis zur nächsten Versammlung im April 2009 Zeit, ihre Arbeitsprogramme zu planen. Die Komitees, die für die Briefpost, Paketpost und

Postfinanzdienste zuständig sind, änderten verschiedene Richtlinien des WPV für diese Dienste. Die neuen Richtlinien werden am 1. Januar 2010 international in Kraft treten.

Ein weiterer wichtiger Entscheid war die Annahme des ehrgeizigen WPV-Projekts durch den RPB, ein globales Überwachungssystem für die Briefpost zu entwickeln. Wenn es 2010 erst einmal im Einsatz ist, wird der WPV in der Lage sein, vorgesehene Betreiber mit genauen Informationen über die Qualität ihrer Dienste für eingehende Auslandspost zu versehen sowie die Beträge festzulegen, die andere Länder im Rahmen des Endvergütungssystems erhalten.

Was die Paketpost betrifft, haben die Mitgliederstaaten beschlossen, 2010 höhere Ziele für die Verbesserung der Dienstqualität zu setzen. Um für die an den Paketdienst geknüpften Bonuszahlungen infrage zu kommen, werden die verschiedenen Länder untereinander einen gewissen Prozentsatz an elektronischen Nachrichten austauschen

und bestimmte Ziele in Bezug auf Kundenanfragen und -beschwerden erreichen müssen.

Budget wurde erhöht

Der VR genehmigte das neue Programm und Budget des WPV und beschloss, die Politik des nominalen Nullwachstums aufzugeben, die das reguläre Budget des Vereins die letzten elf Jahre bestimmte. Das neue Budget für die nächsten zwei Jahre beläuft sich insgesamt auf 73,2 Millionen Schweizer Franken – eine Erhöhung um 2,56% im Vergleich zum vorhergehenden Budget. Es berücksichtigt die Inflation und die steigenden operationellen Kosten des Internationalen Büros, des Sekretariats des WPV in Bern. Zudem wurde zum ersten Mal 1% des Budgets für Mitarbeiterweiterbildung eingeplant, um zu gewährleisten, dass der WPV auch in Zukunft mit den sich stetig ändernden Anforderungen Schritt halten kann.

Zudem verabschiedete der VR eine Resolution, die Palästina zu Endvergütungen und dem QSF-Fonds berechtigt (siehe Seite 7). **RL**

Die Zahl

54

Ist der Prozentanteil der von der Post beförderten direkt adressierten Werbesendungen, die von den Empfängern in Grossbritannien tatsächlich gelesen werden. Elektronische Werbe-Mails kommen hingegen nur auf einen Beachtungsgrad von 27%. Laut einer Studie von International Post Corporation wird durch die Post versendete Direktwerbung in allen Ländern häufiger gelesen als

ihr elektronisches Pendant. In den USA lesen die Adressaten 54% der Direktmailings gegenüber 31% der Werbe-E-Mails. In Schweden lautet das Verhältnis 47% zu 30% zugunsten der Direktwerbung. In Frankreich ist der Beachtungsgrad von elektronischen Werbesendungen mit 13% am geringsten, während Direktmailings dort einen Anteil von 46% erreichen.

Leitartikel

Auf Vertrauen setzen

Die Finanzkrise wirkt sich auf alle Wirtschaftszweige aus, auch auf den Postsektor. Während es Monate dauern kann, bevor wir das volle Ausmass zu spüren bekommen, wirft unsere Titelseite einen Blick darauf, wie Experten die Situation sehen und wie ihre Einschätzungen und Prognosen lauten. Einige Betreiber passen ihre Strategien an, denn im Allgemeinen ist man der Meinung, dass die Krise neue Möglichkeiten für Postbetreiber bieten könnte, insbesondere im Bereich der Finanzdienste. Mit ein wenig Innovation, Risikobereitschaft und Vertrauen – dem grössten Trumpf der Post – könnten die Betreiber in den Augen vieler einige der negativen Auswirkungen der Finanzkrise durch Gewinne in anderen Bereichen wieder ausgleichen.

Ein chinesisches Sprichwort lautet: «Wenn der Wind der Verände-

rung weht, bauen die einen Windmühlen und die anderen Mauern.» Die Zukunft wird uns zeigen, wer die Chancen genutzt hat, die sich ergeben haben.

Apropos Vertrauen: es ist ermutigend festzustellen, dass immer mehr Arbeitgeber ihr Vertrauen in Frauen setzen. Wir können beobachten, wie Frauen immer mehr verantwortungsvolle Positionen im Postsektor einnehmen.

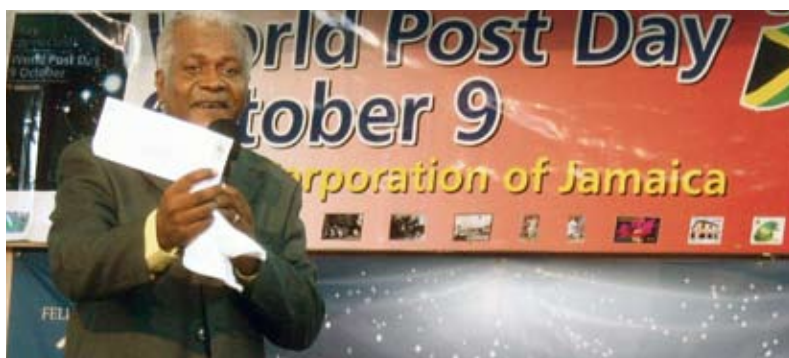
Es mag wie ein Klischee klingen, aber die Zeiten scheinen sich zu ändern. Das Bild auf Seite 15, auf dem Frauen verschiedener Herkunft zu sehen sind, die die Regierung, die Regulierungsbehörden oder den vorgesehenen Betreiber ihrer Länder an den letzten WPV-Sitzungen in Bern vertraten oder im Internationalen Büro tätig sind, hätte ganz anders ausgesehen, wäre es vor

10 Jahren aufgenommen worden. Auch wenn sie die gläserne Decke noch nicht ganz durchbrochen haben, um an die Spitzenpositionen in ihrem Unternehmen gelangen zu können, so verzeichnen viele Frauen bereits Fortschritte und besetzen Schlüsselpositionen in operativen und logistischen Bereichen, die bisher als traditionelle Männerbastionen galten.

Die nachhaltige Entwicklung im Postsektor in den kommenden Jahren wird teilweise von der vermehrten Gleichstellung der Geschlechter abhängen. Lernen Sie in der vorliegenden Ausgabe einige der Frauen kennen, die einige der anspruchsvollsten Positionen im Postsektor ausfüllen und damit den Weg für andere ebnen.

Rhéal LeBlanc, Chefredakteur

Gratulation aus Bagdad... und anderen Teilen der Welt



Rund fünfzig Länder weltweit feierten am 9. Oktober den Weltposttag mit einer Vielzahl von Aktionen. Es ist bereits Tradition, dass zur Feier dieses Tages Besucher hinter die Kulissen eines Postbetriebs blicken dürfen, spezielle Briefmarken ausgegeben, Ausstellungen organisiert, öffentliche Festakte veranstaltet, Sportanlässe für Mitarbeiter durchgeführt werden und dergleichen mehr. Doch die Ideen der Verant-

wortlichen werden von Jahr zu Jahr ausgefallener. So erstreckten sich die Feierlichkeiten der Post in Jamaika dieses Jahr über eine ganze Woche!

Wer nimmt überhaupt Notiz vom Weltposttag, mögen Sie sich fragen. Nun, da wäre zum Beispiel Jamal Nasser Hussein, Chief Controller des Flughafens von Bagdad. Er grüsste den WPV mit einer handgeschriebenen Glückwunschkarte, in der zu lesen war: «Ich haben keinen

Einen Brief hochhaltend lancierte Pastor Al Miller aus Kingston die jamaikanische «Weltpostwoche» bereits am 5. Oktober. In seiner eindrucksvollen Sonntagsmesse erinnert er an das Weltposttag-Motto «Stay connected».

Internetanschluss und kommuniziere hauptsächlich per Briefpost. Pro Jahr schreibe ich rund 300 Briefe.» Da können wir nur sagen: «Danke für die Blumen...»

Der Weltposttag wird von WPV-Mitgliedstaaten seit 1969 gefeiert.

› Eine Übersicht der diesjährigen Weltposttag-Aktivitäten in verschiedenen Ländern findet sich unter www.upu.int/world_post_day/en/.

In aller Kürze

Beratende Kommission nimmt das Heft in die Hand



Charles Prescott wurde als Vorsitzender der beratenden Kommission wiedergewählt. In Zukunft wird er jedoch nicht mehr als Mitglied der Direct Marketing Association, sondern der Global Envelope Alliance fungieren.

Die Themen Adressierung, Sicherheit und Betrugsschutz sowie nachhaltige Entwicklung werden in der nächsten Vierjahresperiode ganz oben auf der Prioritätenliste der beratenden Kommission stehen, weil sie für die Entwicklung des Postsektors zentral sind.

Diesen Beschluss fasste die beratende Kommission – ein Gremium, dessen Mitglieder jene Anspruchsgruppen des Postsektors repräsentieren, die weder vorgesehene Postbetreiber noch staatliche Behörden sind – bei ihrer Zusammenkunft im Vorfeld der ersten Sitzung des neuen WPV-Verwaltungsrats.

In Bezug auf die Adressierung von Postsendungen will die beratende Kommission die Entwicklung und Umsetzung von Standards vorantreiben, welche die Adressierungsqualität verbessern, wovon letztlich auch die postversendete Direktwerbung profitieren dürfte. Zudem sollen die WPV-Mitgliedstaaten aufgefordert werden, das Problem von Adressänderungen und unzustellbaren Postsendungen anzu-

gehen. Die beratende Kommission wird ebenfalls nach Wegen suchen, die durch falsche Frankierung oder Betrug entstandenen Einnahmeausfälle zu verringern. Die in dieser Hinsicht momentan unbefriedigende Situation erschwert insbesondere in den Entwicklungsländern die Weiterentwicklung der Postdienstleistungen. Zwar gibt es technische Lösungen und Prozesse für die sichere Frankierung und den Versand von Postsendungen sowie für die entsprechende Buchführung und Gebührenerhebung, doch deren Komplexität und hohen Kosten schrecken viele Postbetreiber von einer Umsetzung ab. Die beratende Kommission wird den Postbetreibern zur Seite stehen, wenn es darum geht, effiziente und kostengünstige Lösungen zu evaluieren, die dazu beitragen, die Umsätze zu schützen und branchenführende Vorgehensweisen (Best Practices) international zu verbreiten. Und drittens wird die beratende Kommission auch die Massnahmen des WPV zur nachhaltigen Entwicklung unterstützen. **RL**

Konferenz evaluiert neue Geschäftsmodelle der Post



ÉCOLE POLYTECHNIQUE
FÉDÉRALE DE LAUSANNE

Die Eidgenössische Technische Hochschule Lausanne (EPFL), eine der renommiertesten Hochschulen der Schweiz, wird im dritten Jahr in Folge eine Konferenz im Rahmen des vom WPV 2006 initiierten Global Research and Education Network durchführen.

Das Thema der Konferenz, die am 27. April 2009 stattfinden wird, lautet: Neue Geschäftsmodelle für den Postsektor im Wandel. Interessierte können sich bis zum 18. April 2009 online auf <http://postal-leadership.epfl.ch> zur Teilnahme an der Konferenz anmelden.

Die Konferenz wird zudem an den Beginn des zweiten EPFL-Lehr-

gangs «Executive Master in Postal Leadership» im August 2009 erinnern. Das Programm ist der weltweit einzige Weiterbildungsstudiengang, der sich speziell an Postmanager, Mitarbeitende von Postregulierungsbehörden sowie Fachleute aus verwandten Berufen richtet. Im Rahmen dieser anspruchsvollen Ausbildung besuchen die Teilnehmer Kursmodule an Partneruniversitäten in Singapur, Australien und den USA. Zwischen den einzelnen Modulen haben sie die Gelegenheit, das Gelernte im eigenen Berufsalltag praktisch anzuwenden.

Schreiben Sie uns!

Möchten Sie sich zu einem Artikel äussern, den Sie in *Union Postale* gelesen haben? Möchten Sie Ihre Ansicht oder Erfahrungen mit unseren Lesern teilen? Gerne hören wir von Ihnen! Wir freuen uns über Leserbriefe und möchten aus *Union Postale* eine Plattform für den gegenseitigen Austausch machen. Schicken Sie uns Ihren Brief per Post oder per E-Mail (rheal.leblanc@upu.int), versehen mit Namen, Adresse, Telefonnummer und E-Mail-Adresse. Die Redaktion behält sich das Recht vor, zur Veröffentlichung ausgewählte Beiträge allenfalls zu kürzen. Also: je kürzer desto besser!



Palästina zahlt und erhält Endvergütungen

Der Verwaltungsrat des WPV verabschiedete am 14. November eine Resolution, die Palästina zu Endvergütungen und dem «Quality of Service Fund» (QSF) berechtigt. Dies ist eine Grundvoraussetzung für die Eingliederung des Postdienstes Palästinas in die weltweite Postgemeinschaft.

Die israelische und palästinensische Post erklärten am 24. Weltpostkongress im August, dass sie beide daran arbeiten würden, dieses Ziel zu erreichen.

Gemäss der jüngsten Resolution wird Palästina nun Zahlungen für verarbeitete Postsendungen von und nach anderen Ländern (sogenannte Endvergütungen) erhalten und wird wiederum solche Abgaben an Länder leisten, die Postsendungen aus Palästina verarbeiten.

Palästina wird zudem die Möglichkeit haben, mittels des QSF Projekte zu finanzieren, die die Qualität seiner Postdienstleistungen verbessern sollen.

Alle Länder, ausser die am wenigsten entwickelten, steuern mit den Endvergütungen, die sie entrichten, zu diesem Fonds bei.

«Diese Resolution ist nur ein erster, wichtiger Schritt für die Umsetzung des Rechts auf Postdienstleistungen», sagte der Delegierte der Vereinigten Arabischen Emirate im Namen aller arabischen Länder. «Wir müssen sicherstellen, dass diese Entwicklung nachhaltig ist und dass weitere Schritte folgen werden, damit das palästinensische Volk mit allen Mitgliedstaaten Postsendungen austauschen kann.»

Die israelische Delegierte verwies ihrerseits noch einmal «im Sinne der Zusammenarbeit» auf die Bestrebungen Israels, die gemeinsame Arbeit zwischen den beiden Staaten fortzusetzen, mit der die palästinensischen Postdienste in die weltweite Postgemeinschaft eingegliedert und technische und operative Lösungen zur Verbesserung dieser Dienste gefunden werden sollen.

Ein Berater des WPV besuchte im November Palästina, um die allgemeine Lage der Postdienste zu prüfen und die Prioritäten für einen Entwicklungsplan festzulegen, mit dem diese Dienste modernisiert werden sollen. **RL**

Ausgezeichnete Umsetzung

Jan Bojnansky, Direktor für Internationale Angelegenheiten bei der slowakischen Post (links), nimmt von WPV-Generaldirektor Edouard Dayan und Sommanogo Koutou, dem Vorsitzenden des Quality of Service Fund (QSF) Board of Trustees, die Auszeichnung für hervorragende Leistungen entgegen. Neben der Slowakei wurden acht weitere Länder für die vorbildliche Umsetzung ihrer QSF-Projekte ausgezeichnet. Die QSF-Projekte werden jeweils zwei Jahre nach Abschluss evaluiert. Dabei wird ge-

prüft, ob die Projektziele erreicht wurden und ob eine Verbesserung der Dienstqualität feststellbar ist. Im Jahr 2008 wurde die Auszeichnung Argentinien, Chile, Indonesien, den Niederländischen Antillen, Russland, Saint Christopher and Nevis, der Slowakei, Ungarn und Weissrussland verliehen. Seit 2001 erhielten nahezu 500 Projekte QSF-Unterstützung, mit dem Ziel, die Qualität im Hinblick auf die Auslieferung, Sicherheit und den Zugang zu Postdienstleistungen in Entwicklungsländern zu verbessern. **RL**



Foto: Alexandre Plattet

Vertrauen in die Post

.....

Die Weltwirtschaft befindet sich im Würgegriff einer schweren Finanzkrise – doch inwiefern wirkt sie sich auf den Postsektor aus? Während die Postbetriebe die Folgen der Finanzmarktkrise für die Branche evaluieren, richtet *Union Postale* den Blick auf das Gesamtbild ... und kommt zum Schluss, dass es durchaus einige Lichtblicke gibt.

.....
Von
Faryal Mirza

Es herrscht Krise: Banken melden Insolvenz an, die Aktienkurse fallen ins Bodenlose, Hausbesitzer können ihre Hypothekenzahlungen nicht mehr leisten – kurz: die Wirtschaft steuert auf eine Rezession zu. Wie viele Branchen leidet auch der Postsektor unter der Kreditkrise.

So macht die United States Postal Service (USPS), der weltweit grösste Postdienstleister, harte Zeiten durch. Ihr wirtschaftlich darbender Heimmarkt ist Ausgangspunkt der sich ausbreitenden Subprime-Krise. USPS verzeichnete für das am 30. September abgeschlossene Geschäftsjahr einen Nettoverlust von 2,8 Mrd. USD. Das Volumen der Postsendungen war in dieser Periode ebenfalls stark rückläufig und nahm um 9,5 Mrd. Stück auf 202,7 Mrd. Sendungen ab.



USPS verweist derweil explizit auf die Finanzkrise: «Das rückläufige Postvolumen ist einerseits Symptom der sich verschlechternden nationalen Wirtschaftslage und hier insbesondere der Finanz- und Hypothekenkrise, andererseits eine Folge der zunehmenden Nutzung elektronischer Post.

Gewinnwarnungen werden auch von zahlreichen anderen Postbetreibern in der ganzen Welt veröffentlicht. Die britische Royal Mail meldet, dass ihrem Geschäft «angesichts der Wirtschaftskrise und dem daraus resultierenden Zwang zu Kosteneinsparungen bei Geschäfts- und Privatkunden zusätzliche Risiken erwachsen.» Des Weiteren ortet sie im rückläufigen Werbemarkt «besondere Gefahr, da Reklamesendungen einen gewichtigen Anteil der Postsendungen verkörpern», führt Royal Mail weiter aus.

Zwar bekennt die Deutsche Post, ebenfalls unter der Finanzkrise zu leiden, doch vermag der Anbieter einen Silberstreif am Horizont zu erkennen. Der Postanbieter aus Deutschland berichtet von einem rückläufigen Postvolumen in bestimmten Marktsegmenten und wappnet sich für eine weitere Abnahme in nächster Zukunft. Er bleibt indes positiv und rechnet mit einem Geschäftswachstum in anderen Bereichen, wie zum Beispiel in der Vertragslogistik.

«In wirtschaftlich schlechten Zeiten lagern Unternehmen viele Dienstleistungsbereiche aus. Dies eröffnet uns Chancen, beispielsweise für unsere Division Vertragslogistik», sagt Dirk Klasen, Sprecher von Deutsche Post.

Für Postbetriebe hingegen, die Ausschau nach kapitalkräftigen Investoren halten, weil sie grössere Liquiditäts-

spritzen benötigen, um ihre Infrastruktur zu unterhalten oder Reserven zu stärken, haben es im gegenwärtigen Umfeld schwierig. Bisherige Investoren wie Private-Equity-Unternehmen leiden selber unter der Finanzkrise, welche die Aktienkurse tauchen lässt. So berichtete die Presse in den letzten Wochen davon, dass die dänische Regierung erwägt, ihre 22%ige Beteiligung an Post Danmark, welche sie 2005 an die Private-Equity-Firma CVC verkauft hatte, zurückzukaufen. Auch wenn keine der Beteiligten die Gerüchte kommentieren möchte, blühen Spekulationen, dass erneut ein Private-Equity-Unternehmen Beteiligungen abstösst, um seine an den Aktienmärkten erlittenen Wunden zu lecken. Man kann diese Abkehr vom Privatisierungstrend indes kaum als gute Nachricht für diejenigen Postbetreiber werten, die bereits teilweise privatisiert sind oder eine vollständige Privatisierung in Betracht ziehen. Aufgrund des widrigen Umfelds legte die französische Regierung vor kurzem ihre Pläne zur Privatisierung von La Poste auf Eis, wobei man aber betonte, dass das Vorhaben damit noch lange nicht vom Tisch sei.

Direktwerbung im Blickfeld

Die Direktwerbung gehört zu den ersten Branchen, die es trifft, wenn es am Wirtschaftshimmel dunkel wird. Jüngste Daten belegen, dass die Finanzdienstleistungsunternehmen ihren Kunden zurzeit weniger Werbesendungen zukommen lassen. So berichtet Mintel Comperemedia, ein Anbieter von Kunden-, Produkt- und Medien-Reports, dass US-amerikanische Kreditkarten-Unternehmen im dritten Quartal 2008 schätzungsweise 1,34 Mrd. Direct Mailings aufgaben. Dies entspricht einem Rückgang um 13% gegenüber dem Vorquartal bzw. um 28% gegenüber der Vorjahresperiode.

«Sobald ein Unternehmen in Schwierigkeiten gerät, wird erst einmal das Budget für Direktmarketing gekürzt. Es ist nun mal so, dass Direktmarketing in der Regel nicht als strategische Investition für das Geschäftswachstum betrachtet, sondern irgendwie nebenbei betrieben wird», sagt Charles Prescott, Vorsitzender der beratenden Kommission des WPV und ehemaliger Vizepräsident der US Direct Marketing Association.

Prescott hofft indes, dass die Direktmarketing-Aktivitäten durch die aktuelle Finanzkrise nicht übermässig in Mitleidenschaft gezogen werden.

«Für viele Direct-Mail-Unternehmen wird die Krise einen herben Rückschlag bringen, und für einige wird sie wohl gar das Aus bedeuten. Auch wenn manche Unternehmen ihr Direktwerbebudget erhöhen können, dürften die meisten einen Rückgang verzeichnen», prognostiziert Prescott.

«Die Postbetreiber müssen erkennen, dass sie kein Versorgungsunternehmen mehr sind, sondern in ständigem Wettbewerb mit anderen Medien stehen, die als Wer-

beträger jedoch preislich günstiger sind», fügt er hinzu.

Doch Prescott betont, dass die Tage des Direktwerbeversands noch lange nicht gezählt sind. In den USA etwa kehren die Marketingverantwortlichen wieder zum Direktversand zurück. «Sie haben gemerkt, dass dieses Medium bei der Gewinnung und Bindung von Kunden eine wichtige Rolle spielt, insbesondere im Business-to-Business- und im Business-to-Customer-Bereich.»

Ralf Schlözer vom Marktforschungsunternehmen InfoTrends glaubt, dass in den kommenden Monaten sicherlich Abstriche an den Werbebudgets gemacht werden. Doch dürfte es schwierig sein, genau zu beziffern, wie sich die Krise auf den Werbedirektversand auswirken wird im Vergleich zu anderen Werbemedien. Untersuchungen haben gezeigt, dass die Printmedien immer noch bevorzugter und meist vertrauter Werbeträger für Marketingbotschaften sind. Er rät den Postunternehmen, die Werber dabei zu unterstützen, den Empfängern inhaltlich relevante Werbemails zu versenden und die Nutzung dieses Mediums durch Bereitstellung wirksamer Instrumente und aussagekräftiger Daten zu fördern. Schlözer weist darauf hin, dass es besonders wichtig ist, «über korrekte und komplette Adressenbestände» zu verfügen, einerseits damit die Direkt-Mail-Unternehmen die Vorzüge der Printform erkennen, andererseits damit die Umwelt so gering wie möglich belastet wird. Eine besondere Herausforderung liegt seiner Meinung nach darin, den kleinen und mittelgrossen Unternehmen den Eintritt in den Direktwerbemarkt überhaupt zu ermöglichen. Die Postunternehmer sollten diesen Marktneulingen mit guten Konditionen für niedrige Volumen und einfachen Zugang zum Postfluss unter die Arme greifen. «In Krisenzeiten ist der Markt empfänglicher für eine aggressive Preispolitik und die Auslagerung von Dienstleistungen sowie Managed-Services-Modelle», sagt er.

Vertrauen als Trumpfkarte

Für gewisse Postbetreiber birgt die globale Wirtschaftskrise indes auch Geschäftspotenzial. Sie setzen insbesondere auf den Umstand, dass die Post bei den Verbrauchern weiterhin Vertrauen genießt, erklärt José Ansón vom WPV.

«Die Post ist vertrauenswürdig. Und dies, obwohl Vertrauen von den Postunternehmen selbst in letzter Zeit nicht unbedingt als zentrales Asset wahrgenommen wurde. Für sie stand vielmehr Geschwindigkeit und Zuverlässigkeit im Vordergrund. In der aktuellen Krise könnten die Postanbieter jedoch die Vertrauenskarte spielen, um von den Banken enttäuschte Kunden für sich zu gewinnen», meint Ansón.

Für jene Postunternehmen, die Spar- und Einlageprodukte anbieten, könnten schon bald die Kassen klingeln.



.....
Die Österreichische Post machte ein turbulentes Jahr durch. Die Finanzmarktkrise brachte ein wechselndes Auf und Ab des Aktienkurses. Den ebenfalls an der Börse kotierten Deutschen Post, PosMalaysia, Singapore Post und TNT aus den Niederlanden erging es nicht besser.

Tatsächlich macht PostFinance, der Finanzarm der Schweizer Post, bereits gute Geschäfte. In den ersten neun Monaten 2008 gewann PostFinance bereits 62 000 neue Kunden hinzu, welche insgesamt 220 000 Konten eröffneten, auf denen sie Neugelder in Höhe von 4,8 Mrd. CHF einzahlten. Gegenüber der Vorjahresperiode stieg die Anzahl neu eröffneter Konten damit um 55% auf 3,56 Mio. Konten an. Als bekannt wurde, welche hohen Verluste die beiden Schweizer Grossbanken UBS und Credit Suisse wegen der Subprime-Krise erlitten, verloren sie in der Öffentlichkeit massiv an Glaubwürdigkeit. In einer jüngst von Young & Rubicam durchgeführten Umfrage meinten 80% der Befragten, dass die grösste Schweizer Bank, UBS, weniger vertrauenswürdig sei als noch vor einem Jahr. Der Vertrauensschwund gegenüber den Banken sowie die Tatsache, dass die Einlagen bei der PostFinance vom Staat garantiert werden, sind wichtige Gründe, weshalb so viele Sparer in der Schweiz ihr Geld nun zur Post tragen.

Dieses Konsumentenvertrauen kommt der Post möglicherweise auch im E-Commerce-Geschäft entgegen, glaubt James Roper, Vorsitzender des Beratungsunternehmens IMR World.

«Geschäftsbeziehungen und -transaktionen über das Internet, bei denen es keinen direkten Kontakt mit dem Geschäftspartner oder der Ware gibt, basieren im We-

sentlichen auf Vertrauen. Und es gibt nur zwei Institutionen, die von sich behaupten können, diese Eigenschaft wahrhaftig und universell zu verkörpern: die Banken und die Post», weiss Roper. Doch er schränkt sogleich ein: «Mit den Geschehnissen vom letzten Jahr haben sich die Banken vorerst wohl selbst aus dem Spiel genommen.»

Roper findet indes auch, dass der Postsektor bisher nur sehr zögerlich auf den E-Commerce-Zug aufgesprungen ist, zum eigenen Nachteil.

«Sie müssen diese Riesenchance allerdings ergreifen, bevor es zu spät ist. Internet-Shopping ist ein universales Phänomen – und wer, wenn nicht die Post als Universaldienstleister, ist besser dazu in der Lage, eine Lösung anzubieten, die sämtliche Aspekte umfasst: Lieferung, Identifizierung sowie Vertrauen und Bezahlung.»

Roper warnt nochmals davor, diese goldene Chance zu verpassen, denn andere Carrier werden sie zu nutzen wissen.

«Dann dürfte Fragmentierung das Resultat sein – denn einzelne private Unternehmen werden sich ein Stück vom Kuchen abschneiden. Diese Unternehmen mögen wohl in einem Kontinent oder in einem Land dominierend sein, doch keines von ihnen verfügt nur annähernd

Postsparkassen in Krisenzeiten hoch gelobt

.....

Während Staatschefs und ihre Finanzminister weltweit nach Lösungen für das grösste Wirtschaftstief seit der Weltwirtschaftskrise von 1929 suchen und versuchen, die Bevölkerung vor zukünftigen Finanzkatastrophen zu beschützen, warteten zwei einflussreiche Zeitungen auf beiden Seiten des Atlantiks anfangs Oktober mit Leitartikeln auf, die unser Interesse weckten. Weshalb? Weil in einer Zeit, in der alle überall nach dem sichersten Aufbewahrungsort für ihr Geld suchen, diese beiden Artikel die Post als einen solchen Ort betrachten und ihre Fähigkeit erkennen, die finanzielle Einbeziehung aller zu ermöglichen – viele Jahre lang ein Hauptziel des WPV.

Zunächst veröffentlichte die britische Zeitung *The Guardian* einen Leitartikel mit dem Titel «Banking: The case for postal delivery». Der Anfang des Artikels würdigt die Entwicklung, die das Subprime-Kredit-Modell in Gang brachte – nämlich die Demokratisierung des Finanzwesens. Trotz der wohlbekannten Konsequenzen dieses Systems stimmt der Artikel dem Grundsatz zu, dass das Ziel, den Zugang zum Finanzwesen zu erweitern, nicht aufgegeben werden dürfe, und legt dar, wie British Post Office hierbei eine einzigartige Rolle spielen könnte.

Wenn dies auch nicht weithin bekannt sei, so verfüge die Post doch über eines der umfassendsten Netzwerke in Grossbritannien, schreibt *The Guardian*. Bei der letzten Zählung seien es 14 500 Filialen im Vergleich zu 10 423 Bankfilialen gewesen. Das Netzwerk verfüge über 28 Millionen Kunden, trotz aller Schliessungen und Sparmassnahmen. Während einst starke Finanzinstitutionen kollabieren, wäre eine durch die Post angebotene Nationalbank für die Kunden, die unsicher sind, wo sie ihr Ersparnis hinbringen sollen, eine passende Lösung. Sie müsste nicht die höchsten Zinssätze anbieten, sondern Stabilität. Anstatt mit Call-Center im Ausland würde eine Postbank vor Ort zur Verfügung stehen. Und anstatt auf die Finanzdienstleistungen anderer Unternehmen zurückzugreifen (wie Alliance & Leicester), hätte die Post eigene Dienste im Angebot. Solch ein Modell würde auch jenen den Weg ins Bank-

.....

wesen öffnen, die bisher den Zugang dorthin nicht hatten.

Diese interessante Auffassung wurde schon einige Tage später von der renommierten *New York Times* geteilt, die einen Kommentar von Michael Lind von der Denkfabrik New America Foundation veröffentlichte. Auch Lind vertritt die These, dass die Post mehr Menschen den Zugang zu Sparplänen ermöglichen und ihnen die benötigte Sicherheit bieten könnte.

Lind beschreibt vier Probleme, von denen er behauptet, die Struktur des öffentlichen und privaten Finanzwesens in seiner Heimat habe sie nicht lösen können: rund 10% der Amerikaner haben kein Bankkonto; die Bürger machen sich Sorgen um die Sicherheit ihrer Ersparnisse; die Schulden des Landes bei fremden Regierungen und Finanzinstituten steigen stetig an; die öffentliche Infrastruktur ist ungenügend finanziert.

Eine Postsparkasse könne dazu beitragen, diese Probleme zu lösen, argumentiert Lind. Er nennt die lange Tradition der Postdienste, Spargelder zu verwalten, und verweist auf Länder wie Indien und Japan, die mit Hilfe ihrer Postsparkassen mit Erfolg unabhängiger von ausländischen Investoren geworden sind. Weiter prangert der Autor einen Beschluss des US-Senats aus dem Jahre 1966 an, mit dem das damals bestehende Postsparkassensystem abgeschafft wurde, und fordert die Regierung dazu auf, die Wiedereinführung eines neuen solchen Systems zu prüfen.

Lind schreibt, ein neues Postsparkassensystem sollte Bestandteil der Finanzarchitektur Amerikas nach dem Zusammenbruch sein. Als der Kongress vor über einem Jahrhundert das Postsparkassensystem einführte, war eines der Ziele, die grosse Zahl der Immigranten mit geringem Einkommen zum Sparen zu ermutigen. Ein neues System würde den heutigen Immigranten genau so nützen wie den einheimischen Armen. Die Banken sind an Kunden mit derart wenig Geld nicht interessiert; viele von ihnen geraten ins Visier von Geldverleihern, so genannten «Payday lenders», und Kreditkartenunternehmen.

Eine Postsparkasse könnte auch Wohlhabenden und Amerikanern der

.....

Mittelklasse zusätzliche finanzielle Sicherheit bieten. Die Konten würden auf kleine Beträge pro Person beschränkt. Sie würden eine von der Regierung garantierte, risikoarme Investierung mit geringer Rendite ermöglichen, auch für jene, die ihr Vermögen in gewöhnlichen Bankkonten und an der Börse anlegen.

Lind kommt zum Schluss, dass eine neu organisierte Postsparkasse eine rein nationale Quelle für Rücklagen wäre, die durch eine heimische Infrastrukturbank genutzt werden könnte; zudem könnte sie einen Grossteil der Staatsschulden tragen. Die Unterstützung für eine solche von der Regierung anerkannte Institution, die Geld für die Erneuerung von Strassen, Elektrizitätsnetzen und Kanalisationen zur Verfügung stellen könnte, wächst. Gemäss einer Schätzung würden in den nächsten fünf Jahren 1,6 Billionen US-Dollar benötigt. Eine Summe, die der Kongress wohl kaum bereitstellen dürfte . . .

Wenn die Finanzkrise einmal vorüber sei, würden die Amerikaner das Finanzsystem neu aufbauen müssen. Ein neues Postsparkassensystem sollte dabei eingeplant werden.

In einer Zeit, in der die Postdienste neben Internet und neuen Technologien zuweilen Mühe haben, ihre Bedeutung beizubehalten, sprechen beide Leitartikel ihr höchstes Lob für Postsparkassen aus und entwerfen ein klares Zukunftsbild für einen Bereich des Postsektors, den viele Länder bereits entwickeln und der in vielen weiteren entwickelt werden könnte.

Es wird interessant sein zu sehen, ob die Regierungen diesem Rat folgen oder nicht; die Entwicklung von Postfinanzdiensten bleibt aber ein bedeutender Aspekt der Tätigkeiten des WPV, besonders jenes Komitees des Rats für Postbetrieb, das zuständig ist für die Überwachung der Postfinanzdienste im nächsten Zyklus bis zum Kongress in Doha 2012.

.....

Die vollständigen Artikel sind mit den Suchbegriffen «Mailing our way to solvency» auf www.nyt.com und «Banking: the case for postal delivery» auf www.guardian.co.uk abrufbar.

.....

über die gleiche universelle Kapazität wie ein Postanbieter.»

Wenn man weiss, dass der Online-Kauf im Jahr 2008 erwartungsgemäss einen Umsatz von 400 Mrd. EUR generieren wird, wovon die Hälfte für Postbetreiber relevant ist, dann weiss man auch, wie viel auf dem Spiel steht. Nach Ropers Dafürhalten könnte einer gewissen UNO-Sonderorganisation in diesem Prozess eine wichtige Rolle zufallen ...

«Der WPV ist geradezu prädestiniert, diese Entwicklung als überkuppelndes Organ zu steuern», gibt er sich überzeugt.

Entschlossener Eintritt in den Geldüberweisungsmarkt

Die elektronische Geldüberweisung ist ein weiterer Bereich, in dem der Postsektor eine Führungsrolle einnehmen könnte, obwohl auch dieses Geschäft die globale Wirtschaftskrise zu spüren bekommen dürfte.

«Mittlerweile erreicht das Überweisungsvolumen einen Betrag von über 300 Mrd. USD – ein vielversprechendes Potenzial, besonders die Transfers von den USA nach Mexiko. Der Druck auf die Wanderarbeiter, ihre Arbeit und damit ihr Einkommen nicht zu verlieren, wird steigen», sagt P.T.S. Kumar, Vorsitzender der WPV-Kommission für finanzielle Postdienstleistungen.

Kumar, der gleichzeitig stellvertretender Direktor für das globale Geschäft bei India Post ist, erklärt, weshalb das Geschäft mit Geldüberweisungen gerade in diesen schweren Zeiten Wachstumspotenzial aufweist: «Die Zuhausegebliebenen üben Druck auf die Migranten aus, damit diese keine Abstriche bei den zu überweisenden Beträgen machen. Aus diesem Grunde werden sich die Migranten denjenigen Anbieter aussuchen, der nebst Zuverlässigkeit und Sicherheit auch die kostengünstigsten Tarife anbietet.»

Allesamt Kriterien, welche auf die Postdienstleister zutreffen. Kumar ist denn auch der Überzeugung, dass der Postsektor diese Gelegenheit beim Schopf packen müsse.

«Das Postbüro kann sich die heutige Situation zu Nutze machen, indem es vernünftige Tarife offeriert, welche die Konkurrenz nicht bieten kann. Das gilt speziell für die privaten Geldüberweisungsfirmen, zumal diese ihre Tarife aus verschiedenen Gründen eher erhöhen müssen. Es liegt an uns, diesen Markt aggressiv zu bearbeiten und Kunden zu gewinnen, indem wir Mehrwertdienste

anbieten, beispielsweise einen Cash-to-Account-Service, Benachrichtigung bei Eintreffen einer Überweisung oder vorteilhaftere Devisenkurse.»

Eine Frage der Strategie

Edouard Dayan sagte den WPV-Mitgliedstaaten kürzlich, dass der Postsektor den gegenwärtig widrigen Umständen zum Trotz gut positioniert sei, kleine und mittelgrosse Unternehmen in ihrem nationalen und internationalen Geschäftswachstum zu unterstützen. «Zudem bietet sich den Postunternehmen jetzt die Gelegenheit, ihre Aktivitäten zu diversifizieren», so der WPV-Generaldirektor weiter.

Andreas Taprantzis, Vorsitzender des Rates für Postbetrieb und CEO von Hellenic Post, weiss, dass die Postunternehmen turbulenten Zeiten entgegengehen:

«Angesichts der vollen Agenda wäre die Implementierung der neuen weltweiten Poststrategie (so oder so) eine Herausforderung gewesen, doch die Finanzkrise hat diese Aufgabe nun noch dringlicher gemacht und sollte (die Umsetzung) beschleunigen», sagte er.

Die Poststrategie von Nairobi – welche die Leitplanken für die Entwicklung der globalen Postdienstleistungen in den kommenden vier Jahren festlegt – wurde 2008 vom Weltpostkongress in Genf (siehe Union Postale, September 2008) einstimmig verabschiedet.

Gerade weil er selbst ein Postunternehmen leitet, weiss Taprantzis, dass die staatlichen Betreiber sich für weitgehende Kostensenkungen in sämtlichen Bereichen wappnen müssen. Zu prognostizieren wie rasch der Postsektor sich auf das neue, rauere Wirtschaftsklima einzustellen vermag, ist jedoch schwierig.

«Die staatlichen Postbetreiber unterscheiden sich stark. Manche sind wie Raubtiere, agil und aggressiv, und greifen die Konkurrenz sofort an. Andere wiederum agieren bedächtiger und brauchen länger, bis sie zu einer Entscheidung kommen», erklärt er.

Zweifellos wird auch der Postsektor von den Turbulenzen an den Finanzmärkten erfasst werden, doch genau so sicher ist, dass sich ihm dabei auch neue Geschäftsmöglichkeiten auftun könnten. Es ist an den Postunternehmen selber, ob sie diese Chancen nutzen oder verstreichen lassen.

.....
Faryal Mirzal arbeitet als freiberufliche Journalistin in Bern.

Durchbruch für die Frauen?

Haben die Frauen
die ominöse gläserne Decke
endlich durchbrochen?

.....

Weltweit werden in den Postunternehmen mehr und mehr Frauen in höchste Führungspositionen berufen. Heisst dies, dass die Frauen den Kampf für die berufliche Gleichstellung im Postsektor endlich gewonnen haben?

.....

Von
Faryal Mirza

.....

Aus allen Herren Länder – an den jüngsten WPV-Veranstaltungen in Bern wurden viele Postbetriebe von weiblichen Delegierten repräsentiert.

Foto: Daniel Rihs



Delegierte, die an den jüngsten WPV-Treffen anwesend waren, würden wohl bestätigen, dass Frauen im Postsektor vermehrt leitende Positionen innehaben – eine Entwicklung, die sich vor allem in den vergangenen zehn Jahren beschleunigt hat. Lässt sich daraus auch schliessen, dass die oft zitierte «gläserne Decke» durchbrochen ist? Es wäre an der Zeit, insbesondere wenn man bedenkt, dass durchschnittlich rund die Hälfte der Beschäftigten in unserer Branche Frauen sind. Im vorliegenden Beitrag soll deshalb der Frage nachgegangen werden, wie es bei den Postbetrieben nun wirklich um die Gleichstellung von Mann und Frau steht.

Dieses Jahr verliehen zwei wegweisende Ereignisse dem lange währenden Streben nach Gleichberechtigung für die Frauen einen entscheidenden Impuls: Die Ernennung von Ildikó Szűts zur CEO von Magyar Posta in Ungarn und die Wahl von Rodah Masaviru zur Generalsekretärin des Panafrikanischen Postvereins (UPAP). Diese, aber auch weitere prominente Beförderungen der letzten Jahre zeigen, dass bei der Gleichberechtigung der Frauen im Postsektor erhebliche Fortschritte erzielt wurden.

Der Karriereschritt von Ildikó Szűts mag als Beispiel dienen. Als CEO steht sie seit April 2008 einem Betrieb vor, dessen Belegschaft zu nahezu zwei Dritteln aus Frauen besteht, die zudem 90 Prozent der unteren Managementpositionen – meist in Funktion einer Poststellenleiterin – bekleiden.

«Im oberen Management beträgt der Frauenanteil hingegen nur noch rund 25 Prozent», weiss Ildikó Szűts.

Im Gegensatz zu vielen Arbeitgebern in anderen Branchen, so Ildikó Szűts, gibt es bei Magyar Posta keine Lohndifferenz zwischen Frauen und Männern. Die Entlohnung erfolgt vielmehr nach dem Grundsatz «gleicher Lohn für gleiche Arbeit». Ferner kennt die Post auch keine diskriminierenden Bestimmungen, wie sie etwa in anderen Sektoren üblich sind, beispielsweise, dass Frauen in den ersten zwei Beschäftigungsjahren keine Kinder kriegen dürfen. Magyar Posta gibt sich als familienfreundlicher Arbeitgeber mit flexiblen Arbeitszeitmodellen für Mütter mit Kindern.

Ob sich Ildikó Szűts als Frau in ihrer Karriere jemals benachteiligt fühlte? Offensichtlich nicht.

«Die Tatsache, dass ich eine Frau bin, habe ich im Berufsleben persönlich nie als hinderlich erfahren. Ich bin davon überzeugt, dass Frauen, die Herausforderungen entschlossen angehen, ihre Leistung erbringen und Qualität liefern, sich auch in der von Männern dominierten Geschäftswelt durchsetzen werden», antwortet sie.

Rodah Masaviru, die auf eine lange Karriere bei der kenianischen Post zurückblicken kann, ist da etwas weniger optimistisch. Ihre Wahl an die Spitze der UPAP verlief denn auch keineswegs reibungslos. Sie trat in der Wahl gegen drei männliche Mitbewerber an, nachdem sie sich Druckversuchen widersetzt hatte, mit denen sie dazu gebracht werden sollte, ihre Kandidatur aufzugeben und dafür weiter ihre Funktion als beigeordnete Generalsekretärin der UPAP auszuüben. Zwei der Mitbewerber zogen sich jedoch zurück und unterstützten sie in ihrem Wahlkampf gegen den verbleibenden Kandidaten. Dies hinderte Rodah Masaviru indes nicht daran, sich um die Unterstützung der UPAP-Mitgliedstaaten zu bemühen.

Sie weiss, dass es für afrikanische Frauen nicht einfach ist, die Karriereleiter zu erklimmen, selbst wenn genügend Positionen offen stehen. Hinzu kommt, dass kulturelle Aspekte es den Frauen erschweren, im Berufsleben an die Spitze zu gelangen. «Zwar weiss man, dass Frauen den Job genauso gut erledigen können wie die Männer, doch wenn sich einmal eine Chance auftut, zögern sie noch viel zu oft, die Position tatsächlich anzunehmen. Und dies obwohl Frauen besser fokussieren können und ihre Arbeit genauso gut tun wie Männer – wenn nicht sogar besser», bemerkt Masaviru.

Im Laufe ihrer eigenen Karriere wurden ihr denn auch schon des Öfteren Steine in den Weg gelegt.

«Es war sehr schwer für mich. Als junge Frau muss man eine Kämpfernatur sein, sich behaupten und sich für seine Rechte einsetzen. Es wird einem nichts geschenkt. Ausserdem muss man sehr, sehr gut sein in dem, was man tut.»

Ihres Erachtens geben Frauen die ehrlicheren und offeneren Manager ab als die Männer, die letztlich oftmals genau das sagen, was der Vorgesetzte vermutlich hören will. Sie hat aus eigener Management-Erfahrung gelernt, dass es einer Organisation nicht weiterhilft, wenn die Untergebenen dem Vorgesetzten immer zustimmen und nie Paroli bieten.

Richtige Balance zwischen Männern und Frauen

Von den 220 Mitarbeitenden des Internationalen Büros des WPV in Bern sind 42 Prozent Frauen. Bei den oberen Managementfunktionen sinkt dieser Anteil auf 21 Prozent. Zu ihnen gehören Juliana Nel, Direktorin des Executive Office und der Kommunikationsabteilung, und Odile Meylan, Legal Counsel des WPV. Beide sind darüber hinaus Mitglied des Management Committee.

Zwar ist die Anzahl zu besetzender Führungspositionen beim Internationalen Büro beschränkt, doch stammen

lediglich 20 Prozent der Bewerbungen von Frauen. Aus diesem Grund fordert der WPV von den Mitgliedstaaten, dass sie vermehrt Frauen dazu ermutigen, sich für diese Funktionen zu bewerben. In einem kürzlich veröffentlichten Bericht empfiehlt auch die Joint Inspection Unit der Vereinten Nationen, dieses Ungleichgewicht – insbesondere bei den höheren Kaderpositionen – mittels frauenfördernder Massnahmen zu verringern.

Auf die Frage, weshalb Frauen gute Managerinnen seien, meint Juliana Nel, dass Frauen im Allgemeinen sehr gut motiviert sind und eine hohe Einsatzbereitschaft zeigen. Überdies verfügten sie im Vergleich zu den Männern über mehr organisatorische Fähigkeiten, seien sie oftmals praktischer veranlagt und hätten sie ein besseres Auge fürs Detail. «Aber», fügt sie an, «ich würde es als persönliche Beleidigung empfinden, wenn ich eine Stelle nicht aufgrund meiner Qualifikationen erhielte, sondern weil ich eine Frau bin.»

Eine Frage der Kultur

Nguyen Thi Boi Lan ist Generaldirektorin des vietnamesischen Postministeriums, derjenigen Behörde also, die den Postbetrieb des Landes reguliert. Sie anerkennt, dass Frauen durchaus Karrieremöglichkeiten hätten, räumt aber im gleichen Atemzug ein, dass sie auch viele Hindernisse zu überwinden hätten.

«In allem, was ich tat, musste ich die Beste sein. Nur so konnte ich es so weit bringen. Die grösste Herausforderung für Frauen in Asien besteht darin, ihre Zeit einzuteilen. Denn sie wollen zugleich beste Ehefrau, beste Mutter und beste Mitarbeiterin sein», sagt sie.

Nguyen Thi Boi Lan ist verheiratet und Mutter eines Kindes. Zudem sorgt sie für ihre Eltern. Sie weiss also, was es heisst, an mehreren Fronten gleichzeitig zu kämpfen.

«Für asiatische Frauen ist die Belastung besonders gross, weil die Lebensumstände vielfach schwierig sind.»

Dies äussert sich etwa in zusätzlichen Elternaufgaben, wie das Begleiten der Kinder, wenn diese mit den öffentlichen Verkehrsmitteln reisen müssen. Denn in Vietnam ist deren Benützung für Kinder ohne Begleitung schlicht zu gefährlich.

Auch Dorcas Scantlebury, Deputy Post Master auf Barbados, sieht Karrierechancen für Frauen. Doch fügt sie gleich relativierend an, dass in den hundertfünfzig Jahren seit Gründung der Post auf Barbados noch nie eine Frau zum Post Master General ernannt wurde.

«Ich glaube, den wirklichen Durchbruch haben wir Frauen noch nicht geschafft.

.....
In Kasachstan sind die Postangestellten zu 75% Frauen.



.....
Frauen – im Bild ukrainische Briefsortiererinnen (oben) und belgische Briefträgerinnen (unten) – machen einen Grossteil der Post-Mitarbeitenden aus. Gemäss Daten des WPV weisen die osteuropäischen Postbetriebe den grössten Frauenanteil auf. In Bulgarien, Estland, Lettland, Russland und der Ukraine beträgt ihr Anteil 80 bis 90%.



Zwar besetzen Frauen mittlerweile einen respektablen Anteil von Führungspositionen, doch in den obersten Chefetagen und höchsten politischen Ämtern sind wir trotz aller Fortschritte noch massiv untervertreten.»

Auf die Frage weshalb die Gleichstellung von Mann und Frau in Barbados so langsam vorangehe, meint Dorcas Scantlebury: «Das Problem wurzelt in unserer Gesellschaftskultur und hat weniger mit fehlender Gleichberechtigung zu tun. Frauen werden bei uns immer noch in erster Linie mit der Rolle der Behüterin assoziiert. Daher sind Frauen vor allem im Personalsektor, in der Buchhaltung oder im Finanzbereich stark vertreten. In Bereichen also, in denen sorgfältige und gewissenhafte Arbeit gefragt ist.

Aus eigener Erfahrung weiss sie, dass die Menschen davon ausgehen, dass «einer Frau die nötige Härte fehlt, wenn es darum geht, eine grosse Anzahl Mitarbeiter zu führen.» Ein Vorurteil, dessen Widerlegung ihr selbst harte Arbeit abverlangte.

«Das ganze ist auch eine Frage der Traditionen und kulturellen Gegebenheiten eines Landes, und diesen Rucksack wirft man so rasch halt nicht ab. Dennoch: Frauen leisten ausgezeichnete Arbeit, und nur schon deswegen werden sie sich letztlich ohne politische Unterstützung auch im Berufsleben durchsetzen. Vielleicht ist es manchmal einfach besser, den natürlichen Lauf der Dinge abzuwarten», meint sie abschliessend.

Auch Catina Aghayan kennt die kulturell bedingten Schwierigkeiten, mit denen berufstätige Frauen zu kämpfen haben. Sie arbeitet als Beraterin für Qualität und Entwicklung für Q-Post, den nationalen Postbetreiber von Katar.

«Erwerbstätige Frauen haben es in der arabischen Welt nicht leicht. Es ist eine ganz andere Kultur, und man muss konsequent seinen eigenen Weg gehen. Mit Konfrontation erreicht man nichts. Wir Frauen müssen unsere Botschaft auf kreative Weise an den Mann bringen», weiss sie.

Denn es ist inzwischen unverkennbar, dass mehr und mehr Frauen bemüht sind, in der Arbeitswelt Fuss zu fassen.

«Heute werden Frauen geradezu ermutigt, Management-Positionen auszufüllen. Ich bin davon überzeugt, dass bereits in fünf Jahren deutlich mehr Führungspositionen im Postsektor von Frauen besetzt sein werden. Viele Frauen verfügen über eine hervorragende Ausbildung und arbeiten unglaublich hart, um Karriere zu machen.»

Frauenförderung bei der Post

Manche Postunternehmen bemühen sich, Frauen bei der Erreichung ihrer beruflichen Ziele zu unterstützen. So lancierte New Zealand Post 2007 die Initiative «Women in Leadership». Die neuseeländische Post beschäftigt über 10 000 Angestellte, davon 61 Prozent Frauen. Im leitenden Kader beträgt die Quote noch gerade 20 Prozent. Im Vorfeld der Initiative führte die Post eine Umfrage durch, in der Frauen zu ihrer Einschätzung des Arbeitsumfelds befragt wurden. Auf die Frage, wie die Post mehr Frauen dazu ermutigen könne, Führungspositionen einzunehmen oder ihre Karriere weiter voranzutreiben, meinten 33 Prozent der Befragten, dass das Unternehmen «grössere Unterstützung und mehr Anreize» für Frauen schaffen müsse. Rund 15 Prozent antworteten, es bedürfe einer Entmaskulinisierung der fast ausschliesslich auf Männer zentrierten Geschäftskultur».

Unterstützung und Förderung halfen auch Clare Kernot, General Manager des Internationalen Geschäfts, auf ihrem beruflichen Werdegang. Eine Familie zu haben, hatte keinerlei negativen Effekte für ihre Karriere bei der New Zealand Post. Als sie nach ihrem zweiten Mutterschaftsurlaub zur Arbeit zurückkehrte, wurde sie sogar zum Senior Manager befördert.

«Dass mir so kurz nach meiner Rückkehr zusätzliche Verantwortung übertragen wurde, habe ich als sehr positiv erfahren. Ich habe nie im Traum daran gedacht, dass mein grösster Karrieresprung während der Babypause erfolgen würde», meinte sie.

Natürlich gab es auch einige Schwierigkeiten zu überwinden.

«Zeitweise habe ich es durchaus auch als belastend empfunden, eine Senior-Aufgabe zu erfüllen, während meine beiden Kleinen vor Sehnsucht nach ihrer Mami kaum einschlafen konnten. Doch zu guter Letzt haben wir es geschafft», sagt sie zurückblickend.

Zwar wird berufstätigen Frauen vielerorts der Aufstieg in die Chefetage noch verwehrt oder zumindest erschwert, doch sie sind auf gutem Wege zur absoluten Chancengleichheit. Davon zeugen auch die Erfahrungen vieler Frauen weltweit, die eine Führungsposition innehaben. Während Frauen in manchen Ländern zeigen können, dass sie die am besten geeignete Person für eine Position sind, müssen in vielen Ländern die Vorurteile gegenüber berufstätigen Frauen erst noch abgebaut werden. In bestimmten Kulturen ist dieses Bewusstsein erst im Entstehen begriffen, Frauen wurden dort bisher am Arbeitsplatz nicht ganz ernst genommen.

› Weitere Beiträge von Frauen zu diesem Thema
finden sich unter www.upu.int/union_postale/en/index.shtml.

Die Karriereleiter erklimmen

.....

Wenn man die weiblichen Überflieger, die überall auf der Welt in ihren Unternehmen Spitzenpositionen einnehmen, kurz Revue passieren lässt, wird erkennbar, dass sich viele innerhalb des Unternehmens hochgearbeitet haben, insbesondere in Süd- und Zentralamerika sowie in der Karibik. Nur schon in diesen Regionen werden nahezu zwanzig Postunternehmen von Frauen geführt. Prominente Vorbilder sind Cristina Gonzalez, Präsidentin der Administracion Nacional de Correos in Uruguay, Eva Marisol Escalona Flores, Präsidentin von IPOSTEL in Venezuela, und Marta Amado von der Post in Panama (lesen Sie dazu das Interview ab Seite 20). In Afrika führt Phuti Tsukudu den Vorsitz des South African Post Office und fungiert Motshoanetsi Lefoka als CEO. Südafrika gebührt die Ehre, sämtliche leitenden Führungspositionen mit Frauen besetzt zu haben, so steht eine Frau an der Spitze des Kommunikationsministeriums, das als Branchenaufsicht fungiert. Kanada ist der einzige bedeutende Industriestaat, in dem mit Moya Green eine Frau die Geschicke der Post lenkt.



Zeit für Veränderung

Von
**Rosa Cifuentes
und
Rhéal LeBlanc**

Fotos:
Ana Lucia Pita

Wie in weiten Teilen Lateinamerikas erhalten auch die Postdienste in Panama heute die Aufmerksamkeit, die ihnen gebührt. Marta Amado treibt die Bemühungen, die Postdienste in ihrer Heimat zu modernisieren, voran.

In Lateinamerika sind viele Führungskräfte der nationalen Postdienste Frauen. Marta Amado, seit 2004 Generaldirektorin der panamaischen Post- und Telegrafendienste (OTEL), die zum Innen- und Justizministerium gehören, ist eine der vielen Frauen in ihrem Land, die eine Führungsposition in einem staatlichen Unternehmen bekleidet: 70% der hochrangigen Regierungsbeamten Panamas sind Frauen.

Marta Amado ist für die Arbeit bei der Post geboren: ihr Vater war seinerzeit Direktor der Post und weitere Familienmitglieder waren ebenfalls in diesem Bereich tätig. Ihr Engagement und ihr familiärer Hintergrund trugen dazu bei, dass ihre Tätigkeit zu einer Herausforderung und «grossen Leidenschaft» wurde.

Amado sprach mit uns über ihre Erfahrungen als Frau an der Spitze eines Postbetreibers und über ihre Bestrebungen, die Post zu einem standhaften, modernen Unternehmen zu machen, das den Herausforderungen des harten Wettbewerbs gewachsen ist und gleichzeitig den Universaldienst erbringt. Der Gesamtplan für Postreform und -entwicklung des WPV (Integrated Postal Reform and Development Plan, IPDP), der derzeit in Panama implementiert wird, ist eines der Instrumente, das ihr den Weg bei ihrer Arbeit zeigt.

Mit welchen Herausforderungen sehen Sie sich als Frau an der Spitze eines Unternehmens konfrontiert? Was sind ihre persönlichen Erfahrungen?

Marta Amado Ich kann mit gutem Gewissen behaupten, dass die Frauen in meinem Land in der Arbeitswelt gleichgestellt sind. Wir haben bei der Bekämpfung von Diskriminierung viel erreicht. Tatsächlich sind die meisten Studenten an der Universität von Panama Frauen. Geschlechterfragen gehören somit der Vergangenheit an – sie betrafen frühere Generationen. Andererseits wird teilweise immer noch mit Ablehnung auf Frauen reagiert, die Verantwortung tragen und Entscheidungen treffen. Trotzdem hat die Tatsache, dass wir gezeigt haben, wie wir arbeiten, Entscheidungen treffen und vollen Einsatz leisten, gewisse Auffassungen ein für alle Mal beseitigt.

Beruflich gesehen ist die Post das Beste, was mir passieren konnte, nämlich eine komplexe Erfahrung

sowohl hier in meiner Heimat als auch im Ausland. Jeder Tag bietet eine neue Herausforderung. Jeden Tag müssen wir alles in der Welt im Auge behalten, das die Kommunikation stören könnte. Jeden Tag müssen wir uns mit etwas Neuem befassen. Im Rahmen der Modernisierung der Postdienste müssen komplexe Entscheidungen gefällt, Reformen durchgeführt und alte Gewohnheiten abgelegt werden. Uns wird es nie langweilig.

In welchem Zustand befindet sich der Postsektor Panamas heute? Laut der IPDP-Studie stellen sich verschiedene Herausforderungen. Was ist Ihre Einschätzung?

Der IPDP ist ein ausgezeichnetes Instrument und bietet dem Sektor eine Strategie. Er vereinfacht unsere Arbeit und hat aufgezeigt, dass es noch viele Möglichkeiten zur Verbesserung gibt. Momentan sind wir mit einem nationalen Programm namens «Compite Panamá» auf der Suche nach finanziellen Mitteln, um die vom IPDP begon-

.....

...müssen wir das wertvoller machen, was wir bereits haben. Der Status quo und dieselben Postdienste, die vor 30 oder 40 Jahren angeboten wurden, genügen heute nicht mehr

nenen Studien fortzusetzen. Dies zeigt, dass nicht nur unsere Institution, sondern auch der Sektor als Ganzes modernisiert werden muss, um auf dem heutigen Markt bestehen zu können. Die Gesetze müssen angepasst und neue Technologien eingeführt werden.

Panama hat 2005 den IPDP angenommen. Wo stehen Sie bezüglich der Schaffung der für die Organisation des Postsektors nötigen gesetzlichen Rahmenbedingungen? Haben Sie in allen Bereichen des IPDP Fortschritte gemacht?

Die Regierung von Panama ist fest entschlossen, den IPDP vollständig umzusetzen. Ende 2007 haben wir den Präsidenten darüber informiert, wie der Postsektor entwickelt werden muss, um den grossen Schritt machen zu können, der längst fällig war. Nach der Genehmigung durch das Kabinett, dem der Präsident vorsteht, wird der Gesetzesentwurf, die Grundlage des öffentlichen Betreibers «Correos de Panamá», die den Universaldienst definiert und die Postreformen zusammenfasst, derzeit von der Abgeordnetenversammlung geprüft, wo er im Oktober vom Transportkomitee genehmigt wurde. Wir hoffen nun, dass das Gesetz 2009 grünes Licht

erhält. Der Prozess wird sich zuspitzen sobald die Finanzierung geregelt ist. Die Geschäftsleitung hat bereits das Wirtschafts- und Finanzministerium, welches internationale Darlehen gewährt, gebeten, den Postdienst zur nationalen Priorität zu ernennen: dies wird uns mehr Möglichkeiten eröffnen, wenn es um die Finanzierung geht.

Bis wann könnte Correos de Panamá eine eigenständigere Institution werden?

Wir hoffen, dass unsere Organisation bis 2009 stärker geworden ist und dass der einzig verbleibende Schritt die Finanzierung sein wird. Das Gesetz wird uns die derzeit fehlende Unabhängigkeit gewähren – derzeit sind wir vom Innen- und Justizministerium abhängig. Panama setzt sich für den Universalpostdienst ein und wird ihn deshalb als eine staatliche Verpflichtung behandeln. Wir arbeiten daran, die geeignetste Form für die Finanzierung zu finden. Am sichersten wäre es, wenn der Staat die Post für die Erbringung des Universaldienstes entschädigen würde. Aber wir werden auch versuchen, den Mittelweg zwischen den Dienstleistungen, die am gewinnbringendsten sind, und unserem Sozialprogramm zu finden. Anders

ausgedrückt: wir hätten gerne eine Institution, die ihrer Verpflichtung, den Universaldienst zu leisten, nachkommen kann und im privaten Sektor wettbewerbsfähig ist. Natürlich muss zuerst die Finanzierung gewährleistet sein und wie unsere Investment-Studie zeigt, geht es um 10 bis 12 Millionen US-Dollar, um die Kosten decken und alle Dienste einer zeitgemässen Post bieten zu können. Wir werden uns nicht nur auf die Verarbeitung von Briefpost beschränken, sondern auch Schalter für verschiedene Dienstleistungen einführen und Hybridpost-Angebote entwickeln.

Wird die Finanzierung nur für Correos y Telégrafos de Panamá (COTEL) oder für den Markt als Ganzes bestimmt sein?
Nur für den öffentlichen Betreiber.

Wo kann der IPDP weiter angesetzt werden? Was sind Ihre Ideen und Vorhaben?

Wenn das Gesetz einmal verabschiedet worden ist und die Finanzierung steht, hoffe ich, dass wir bereits in wenigen Jahren gleich weit sind wie einige andere latein-amerikanische Länder. Leider haben wir (d.h. diese Regierung) zu spät damit begonnen, wir müssen

gleicherweise überwacht. Der öffentliche Sektor wird sich natürlich verpflichten müssen, den Universaldienst zu erbringen, wie er im Weltpostvertrag des WPV festgelegt ist.

Weil zurzeit etwa noch keine Ausgeglichenheit herrscht?

Richtig, es braucht eine gemeinsame Ebene. Unsere umfassenden Anstrengungen, auf dem neuesten Stand zu sein, beweisen, dass wir unter gleichen Bedingungen mitstreiten wollen. Ich glaube nicht, dass wir mehr tun können, um dies zu zeigen.

noch einiges nachholen. Das erklärt auch, weshalb wir so viel Energie und Engagement in dieses Projekt stecken.

Studien zeigen, dass COTEL 2005 rund 20% des Postmarktes in Panama beherrschte. Hat sich dieser Anteil seither geändert? Was sind Ihre Ziele diesbezüglich?
Trotz aller Schwierigkeiten und der Tatsache, dass wir immer noch vom Ministerium abhängig sind, haben wir unseren Marktanteil erhöht. Unser Hauptziel ist es, den gesamten Postsektor – den privaten und öffentlichen – auf dasselbe Niveau zu bringen. Wir brauchen einen freien Wettbewerb und klar definierte Richtlinien, damit wir alle auf derselben Ebene innerhalb der Regeln der freien Marktwirtschaft miteinander konkurrieren können. Aus diesem Grund wird das Unternehmen Correos, das auch als regulierende Instanz auftritt, modernisiert – was zum Teil dazu führen wird, dass Funktionen voneinander getrennt werden.

Wie der IPDP zeigte, benötigen wir klare und transparente Richtlinien. Wiederum brauchen wir eine Regulierungsbehörde, die die Regeln für alle festlegt und sowohl die staatlichen als auch privaten Sektoren

Gemäss den vorher erwähnten IPDP-Studien scheint eines der Hauptprobleme von COTEL die mangelnde Glaubwürdigkeit des Postmarktes zu sein. Wie beabsichtigen Sie, das Vertrauen der Kunden zu stärken?

Die Tatsache, dass wir derartig überholt waren und uns die passende Technologie fehlte, bedeutete, dass wir die Aufsichtsführung vernachlässigten. Wir mussten Leute entlassen und sogar rechtlich belangen, weil sie sich Fehlverhalten schuldig gemacht hatten. Das zeigte der Öffentlichkeit, dass wir es ernst meinen mit dem Versuch, unsere Dienstleistungen und unser Image zu verbessern. Wenn wir einmal eine unabhängige staatliche Organisation sind, werden wir unser Image ändern müssen. Wir werden ein neues Logo erhalten und um unser Image aufzupolieren, werden wir eine neue Geschäftsvision definieren und ein neues Leitbild formulieren müssen. Wir beabsichtigen, unser Unternehmen mit allen verfügbaren technologischen Mitteln zu modernisieren. Unser Vorhaben sollte in spätestens drei Jahren realisiert sein. Bis dahin wird die Öffentlichkeit Zeuge vieler Veränderungen werden. Die Technologie wird dabei eine grosse Rolle spielen: alles, was

wir unternehmen, wird überwacht und kontrolliert werden und gut sichtbar sein.

In welchen Bereichen des Postmarktes wird COTEL aktiver und dynamischer auftreten müssen?

Ich denke, wir müssen uns auf die Paketpost konzentrieren und diesen Dienst bedeutend verbessern. Dieser Bereich wächst in Panama schnell und wir lagen weit zurück. Eine Heimzustellung ist so gut wie nicht vorhanden. Strassenbezeichnungen fehlen meist oder das System ist sonst wie sehr schlecht organisiert – an einigen Orten gibt es Strassenbezeichnungen, an anderen nicht, und anderswo wiederum benutzen verschiedene Institutionen unterschiedliche Adressen. Die Strassenbeschilderung ist eine der Hauptaufgaben der Behörden. Wenn einmal eine Ordnung geschaffen wurde, können wir beginnen, Pakete zuzustellen. Gegenwärtig gibt es mehrere private Unternehmen, die diese Dienstleistung anbieten und dabei ziemlich gute Arbeit leisten. Sie benutzen jedoch ihre eigenen Datenbanken. Ich denke, es ist die Aufgabe des Staates, zu gewährleisten, dass Strassen gemäss klaren und verbindlichen Richtlinien benannt und beschildert sind, damit nicht nur der Postsektor, sondern auch kleinere Lieferunternehmen sowie Sanitäts- und Branddienste sich im ganzen Land auf genauere Adressen verlassen können. Mit diesem Ziel im Hinterkopf sollten wir uns auf Folgendes konzentrieren: den Paketmarkt und die Heimzustellung.

Wo steht COTEL in Bezug auf Postfinanzdienste?

Wir richten unser Augenmerk nun auf den Finanzsektor und dies nicht nur auf einheimischer Ebene. Nehmen wir beispielsweise Unterhaltszahlungen und Giroüberweisungen – schliesslich müssen die Menschen

oftmals aus der Region, in der sie leben, Geld an ihre Verwandten in einem anderen Teil des Landes überweisen. Unser Dienst ist hochentwickelt, aber das Aufsichtssystem bedarf gewisser Verbesserungen. Wir haben noch nicht einmal den Schritt in den internationalen Markt gewagt. Wenn wir erst einmal unabhängig sind, können wir überflüssige Bürokratie abschaffen und die richtigen Methoden wählen. Dann können wir bilaterale Abkommen schliessen, als Erstes mit den Ländern, aus denen viele Migranten nach Panama kommen. Panamaer wandern tendenziell weniger aus, aber es gibt bei uns viele Immigranten aus andern Ländern. Die meisten stammen aus der Dominikanischen Republik und aus Kolumbien, aber es sind auch immer mehr Europäer darunter.

Könnte ein Geldüberweisungsdienst, wie ihn Spanien, Chile und Uruguay gemeinsam lancierten, für ihr Land nützlich sein?

Davon bin ich überzeugt – ich sehe dies nicht nur als Geschäft, son-

dern auch als Möglichkeit, den Universalpostdienst zu unterstützen. Über ein umfassendes Postnetzwerk zu verfügen bedeutet, dieses den Menschen zugänglicher zu machen und näher zu bringen. Mit diesem Ansatz ist es einer Person möglich, Geld zu überweisen, und einer anderen Person, Geld in einem anderen Land zu empfangen, egal ob sie nun nah beieinander oder weit entfernt leben. Unser Ziel ist es, den Universalpostdienst mit unseren sozialen Zielsetzungen zu verbinden. Wir im Postsektor als Ganzes gesehen tun unser Bestes, die Millenniumsentwicklungsziele zu erreichen. In Panama unterstützen wir beispielsweise ein nationales Programm namens «La Red de oportunidades» (Netzwerk der Möglichkeiten). Dieses Netzwerk macht Familien, die in extremer Armut leben, ausfindig und wir, Correos de Panamá, geben ihnen Geld – früher waren es 35 US-Dollar pro Monat, heute 50. Die Familien müssen mittels einer Erhebung zuerst offiziell als sehr arm eingestuft werden. Das Geld ist aber

kein Geschenk – auf beiden Seiten bestehen Pflichten und die Familien müssen nachweisen, dass die Kinder zur Schule gehen und medizinische Versorgung erhalten. Und hier setzt der Postsektor an: Wir bieten unsere Unterstützung an, weil wir es können und weil wir näher an den Menschen dran sind. So nehmen uns die Menschen wahr, denn sie müssen zum Beispiel nicht zu einer Bank gehen.

Wie funktioniert das Programm genau?

An den festgelegten Zahlungstagen reist ein Postangestellter in bestimmte Gebiete und übergibt den dort lebenden Familien das Geld. Der Postmitarbeiter wird von hochrangigen Beamten des Ministeriums für Soziale Entwicklung begleitet, das die Erhebungen durchführt. Falls eine Familie an jenem Tag aus irgend einem Grund nicht am festgelegten Ort erscheinen kann, beispielsweise wegen schlechter Wetterbedingungen, wird das Geld für eine bestimmte Zeit beim nächstgelegenen Post-



amt hinterlegt, bis es abgeholt wird; falls die Familie das Geld nicht abholt, geht das Geld zurück an das Programm. Wichtig bei dieser Sache ist, dass wir dabei Menschen in extremer Armut erreichen, Menschen, die oftmals gänzlich vergessen worden sind. Dank dieses Regierungsprojekts erfahren wir, wer wo ist und welche Familien unsere Hilfe brauchen. Unsere Unterstützung ist alles, was sie bekommen, und es geschieht alles über die Post.

Seit wann gibt es dieses Programm schon?

Es wurde erst vor zwei Jahren lanciert. Die Schwierigkeit bestand darin, die Leute zu erreichen, und da kam die Post ins Spiel: die staatlichen Angestellten, die am nächsten an der Bevölkerung dran sind, sind Postangestellte. Sie leben unter den Leuten, sie kennen jeden und sie erbringen oftmals grosse Opfer, um ihnen das Geld zu überbringen. Es kann sein, dass sie zwölf Stunden oder mehr zu Fuss gehen oder sogar einen Hub-

schrauber bis zu einem bestimmten Ort nehmen müssen, nur um dann zu Fuss oder mit dem Pferd weiterzugehen, um einen vollkommen abgelegenen Ort zu erreichen. Es ist harte Arbeit, aber es macht uns glücklich, da wir spüren, dass wir jenen helfen, die es am nötigsten brauchen.

Wie sehen Sie im Allgemeinen die Rolle der Postdienste in Panama und in Lateinamerika als Ganzes?

Welche Rolle spielt die Post im alltäglichen Leben der Menschen? Einige Länder in Lateinamerika haben sich bereits daran gemacht, Änderungen vorzunehmen. Im Bewusstsein, dass die Welt sich verändert hat, müssen wir das wertvoller machen, was wir bereits haben. Der Status quo und dieselben Postdienste, die vor 30 oder 40 Jahren angeboten wurden, genügen heute nicht mehr. Ich glaube, die Region erwacht. In einigen Ländern haben enorme Veränderungen stattgefunden; Länder, dessen Postdienste sich von anderen abheben, weil sie diese Verän-

derungen rechtzeitig vorgenommen haben, weil sie diese Vision hatten. Einige von uns hinkten nach, doch nun teilen wir alle dieselbe Vision und möchten mit denen gleichziehen, die uns überholt haben.

Würden Sie zustimmen, dass der Postsektor in Lateinamerika boomt?

Ja, ich denke das ist deutlich spürbar. Von aussen her gesehen mag dies nicht so deutlich erkennbar sein, aber an der Versammlung unseres engeren Vereins, des Amerikanisch-Spanisch-Portugiesischen Postvereins (PUASP) war es offensichtlich, wie entschlossen wir alle sind, nicht nur unsere Dienstleistungen, sondern auch das Angebot und die Qualität unserer Operationen zu verbessern und gleichzeitig die Millenniumsziele zu erreichen. Unsere Postdienste sind in der Tat sehr aktiv. Wahrscheinlich weil wir wissen, dass wir noch eine Menge Arbeit vor uns haben.

Ein Plädoyer für Toleranz



1. Preis – Moïse Luther Hoza
(Zentralafrikanische Republik)



Von
**Jérôme
Deutschmann**

«Toleranz wird gemeinhin als Tugend erachtet, weil sie hilft, Konflikte zu vermeiden», so die Worte von Moïse Luther Hoza, dem Gewinner des Internationalen UNESCO/WPV-Schreibwettbewerbs für Jugendliche 2008.

Der Junge aus der Zentralafrikanischen Republik, der eines Tages Arzt werden möchte, war einer von über drei Millionen Jugendlichen unter 15 Jahren aus 67 Ländern, die am Wettbewerb teilgenommen haben.

Moïse rät in seinem Brief einem Freund, der die Schrecken des Krieges erlebt hat und nun in den Vereinigten Staaten lebt, seinen Feinden eine zweite Chance zu geben, damit sie ihre Taten wiedergutmachen können. So werde er sehen, was Toleranz bewirkt: «Sie wer-

den dir dankbar sein und du wirst innere Ruhe finden, denn du wirst einen Konflikt vermieden haben... und du wirst sie als deine Freunde betrachten und mit ihnen deine Kultur, deine Traditionen und Werte und deine Sprache teilen.» Die im Brief formulierte Gedanken sind logisch strukturiert und die Begründungen klar ausgedrückt. Die UNESCO-Jury bezeichnete den Brief als «eine wertvolle Lektion in Toleranz».

Die Jury war der Meinung, dass Roman Chikhline, der Gewinner des zweiten Preises aus Weissrussland, einen Brief verfasst hat, dessen Struktur wie auch Inhalt durch ihre Dynamik bestechen. Mit kunstvollen Metaphern, die beim Leser Geduld, Mitgefühl und Liebe hervorrufen, erklärt der junge Autor, weshalb die Welt Toleranz braucht.

37. Schreibwettbewerb des WPV

Siegerbrief

An: Raphaël Dufan
Postfach
WASHINGTON
USA

Lieber Freund

Ich bin froh über die Gelegenheit, dir diesen Brief schreiben zu können. Ich weiss, es geht dir gut und ich bin mir sicher, dass du den Brief lesen wirst. Gerne biete ich dir moralische Unterstützung an, denn du kennst keinen Frieden. Geliebt ist dir angesichts der Kriege, der Trauer und des Hasses nur der innige Wunsch nach Frieden. Auch weiss ich, dass jeder Tag deinem Land neue Qualen und Kämpfe bringt. Im Laufe der Zeit haben Entwicklung und Fortschritt, Stolz, sowie Hass und Krieg immer wieder neue Wunden geschlagen, Gräben geöffnet, Konfrontationen genährt und die Widersprüche zwischen den Menschen, Völkern, Ländern und Kontinenten vertieft.

Hast du dich nie gefragt, weshalb es so viele Veränderungen und Unterschiede, so viele Entscheidungen und Gründe für den gegenseitigen Hass gibt?

Die Antwort ist einfach: Die Menschen sind es sich nicht gewohnt, Dinge, die verboten, abgelehnt oder einfach akzeptiert werden könnten, zu tolerieren oder zumindest zu dulden. Schlimmer noch, der Wille dazu fehlt. Wären wir Menschen in der Lage, andere Meinungen zu achten, zu analysieren und zu akzeptieren, dann wäre unsere Gesellschaft stärker und unser Verhältnis zueinander enger. Wir würden Schulter an Schulter «einträchtig zusammenstehen», wie es heisst. Stabile, dem Prinzip der Toleranz verpflichtete Länder erzielen rascheren Fortschritt als Länder, welche die Meinungen und Werte anderer grundsätzlich verachten. Tolerieren die Menschen in deiner neuen Heimat ihre gegenseitigen Unterschiede? Sind sie vereint? Stimmen sie über wichtige Entscheidungen gemeinsam ab?

Ja! Die Welt braucht mehr Toleranz. Denn Toleranz hat Nationen seit jeher befähigt, zueinanderzufinden, eine kulturell vielfältigere Gesellschaft aufzubauen, welche Unterschiede und gemeinsame Wertvorstellungen gleichermaßen integriert. Toleranz wird gemeinhin als Tugend erachtet, weil sie hilft, Konflikte zu vermeiden. Sie hat es ausserdem vielen Menschen ermöglicht, der Wut und Rache anderer zu entfliehen und ihnen so eine zweite Chance gegeben. Eine Chance, Rassen- und Nationalitätenunterschiede zu überwinden, die verbindende Kraft der Sprache zu fördern, das Überleben von Traditionen sicherzustellen und die Annäherung zwischen den Ländern zu ermöglichen. Gerade heute sollte Toleranz für jeden Menschen ein Lebensziel sein. Aber davon sind wir noch weit entfernt, was vielleicht auf fehlende Informationen und fehlendes Bewusstsein zurückzuführen ist. Diese Tugend des Duldens und des Tolerierens, des Akzeptierens und des Vergebens muss sich viel tiefer in unserer Gesellschaft verweben. Es braucht diese Tugenden, wenn wir den kommenden Generationen Frieden und Stabilität vermachen wollen, wenn wir fremde Kulturen, Traditionen und Wertssysteme auch in Zukunft fördern und erhalten wollen. Wir sind auf das gegenseitige Vertrauen angewiesen, welches aus dem Zusammenfinden verschiedener Völker erwächst. Nur dann kann die Welt ihr höchstes Potenzial verwirklichen.

Mein lieber Freund, ich weiss, dass du, wie viele andere auch, unter diesem Krieg unsäglich gelitten hast. Du hast einige deiner Lieben verloren – eine der schlimmsten Auswüchse der Intoleranz. Ich spüre, dass du dich vor Hass verzehrst. Doch ich sage dir, finde Ruhe, finde zu dir und vergib diesen Menschen. Zeige ihnen gegenüber Toleranz und gib ihnen eine zweite Chance, damit sie ihre Taten wiedergutmachen können. Dann wirst du sehen, was Toleranz bewirken kann! Sie werden dir dankbar sein, und du wirst innere Ruhe finden. Denn nicht nur wirst du einen Konflikt vermieden haben, sondern es wird auch kein Blut an deinen Händen kleben. Überdies bleibt eine gute Tat nicht unbelohnt. Du wirst sie als deine Freunde betrachten und mit ihnen deine Kultur, deine Traditionen und Werte und deine Sprache teilen. Ihr werdet sehen, welche mächtige Waffe der Frieden sein kann.

Ich sende dir meine allerbesten Wünsche. Verbreite die Botschaft der Toleranz, wo du nur kannst. Informiere die Menschen, versorge sie mit Schriften, sprich darüber mit Familienmitgliedern, Freunden und Nachbarn. Ich hoffe, du wirst diesen Brief beantworten und im nächsten Sommer deine Ferien mit mir verbringen können.

Dein Freund

Hoga Moïse Luther



.....
2. Preis – Romane Chikline
(Weissrussland)



.....
3. Preis – Mónica Albino (Portugal)

Die drittplatzierte Mónica Albino aus Portugal stellte sich vor, sie sei ein Marsmensch, der die Erde durch ein Teleskop mit Hilfe eines «Toleranzmessers» beobachtet, ein Gerät, dass die Toleranz misst. Ihre einfühlsame Beschreibung, die von Reife und Kreativität zeugt, führt dem Leser vor Augen, wie ein 12-jähriges Mädchen Toleranz in der Welt wahrnimmt.

Menschenwürdige Arbeit: Thema des Schreibwettbewerbs 2009

Das Thema für den Wettbewerb im Jahr 2009 lautet «Schreibe jemandem einen Brief und erkläre, wie menschenwürdige Arbeitsbedingungen zu einem besseren Leben führen können.»

Menschenwürdige Arbeit, das Thema, das zusammen mit der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) ge-

wählt wurde, ist ein grundlegender Bestandteil der Millenniumsentwicklungsziele der Vereinten Nationen.

Der WPV fordert Länder auf, an diesem Wettbewerb teilzunehmen und mit ihren Bildungsbehörden zusammenzuarbeiten. Das Thema «Menschenwürdige Arbeit» sollte Schüler und Studenten dazu anspornen, über Wege nachzudenken, wie Kinder- und Zwangsarbeit bekämpft, Ungleichheit abgeschafft und Gefahren am Arbeitsplatz vermieden werden können. Einen einprägsamen Film über menschenwürdige Arbeit findet man auf der Webseite der ILO: www.ilo.org/public/english/dw/index.html.

Jedes Jahr nehmen rund 60 Länder an dem Schreibwettbewerb der UNESCO und des WPV teil, der 1972 zum ersten Mal durchgeführt wurde.

Vollständige Liberalisierung auf Eis gelegt

Die niederländische Regierung, die den Markt am 1. Januar 2009 vollständig für den Wettbewerb hätte freigeben sollen, hat dieses Vorhaben vorerst aufgeschoben. Die Mitstreiter von TNT Post, Sandd und Selekt Mail, haben mit den Gewerkschaften ein gemeinsames Abkommen unterzeichnet, das die schrittweise Verbesserung der Arbeitsbedingungen für die zustellenden Mitarbeiter der beiden Unternehmen, die derzeit auf einer Pro-Stück-Basis entlohnt werden, gewährleisten soll. Die niederländische Regierung hat vor, diesen Prozess beschleunigen zu lassen. In

den Niederlanden sind Minister ermächtigt, sich in Arbeitsverhandlungen einzuschalten, wenn es um die Verbesserung der Arbeitsumstände geht. Der holländische Postmarkt sollte bis 1. Januar 2011 vollständig liberalisiert sein. Derzeit hat TNT Post das Monopol auf Briefe bis 50 Gramm. Wenn dieses Monopol fällt, wird es einen Ansturm geben von Unternehmen, die sich darum reissen, solche Sendungen, wie beispielsweise Kontoauszüge im Auftrag von grossen Unternehmen und Finanzinstituten, zuzustellen.

Quelle: ANP

Neue Identität

Anfangs September änderte der mexikanische Postbetreiber seinen Namen Sepomex in Correos de México. Hierbei handelte es sich nicht nur um eine äusserliche Veränderung: dazu kommen 2 500 neu eingestellte Mitarbeiter, eine um 40% vergrösserte Fahrzeugflotte, neue Zustellrouten, ein neues Firmenimage, neue, im Internet verfügbare Dienstleistungen und die Computerisierung vieler Post- und Verkaufsstellen. In jedem Postamt im Land wird auch Zugang zu neuen Technologien geboten. Als weitere Neuerung werden in den 23 000 Diconsa-Läden in ganz Mexiko Postdienste angeboten und nebst Telefonie- und Internetdiensten werden in Postämtern nichtverderbliche Lebensmittel verkauft werden.

Quelle: www.eluniversal.com.mx

Benzin tanken und Briefe aufgeben

Im Oktober führten das Treibstoffunternehmen Petrol und der Postbetreiber Posta Slovenije einen «Petrol Letter»-Dienst ein, der es den Slowenen ermöglicht, an Tankstellen ihre Post aufzugeben. Seit letzten Februar gibt es an 131 Tankstellen bereits einen Abgabeservice für Pakete. Posta Slovenija stellte seit Anfang Jahr 8,5 Millionen Pakete und über 300 Millionen Briefe zu.

Quelle: Slovenska Tiskovna Agencija

Neue Strategie für Bermuda

Der WPV wird Bermuda bei der Restrukturierung seines Postdienstes unterstützen. Terry Lister, Minister für Energie, Telekommunikation und E-Commerce kündigte an, dass das Land von einem Gesamtplan für Postreform und -entwicklung profitieren würde (IPDP), der vom WPV entwickelt wurde. Der Plan wird die kommenden fünf Jahre als Strategie für die Reform des Postdienstes dienen. Der regionale Berater des WPV für die Karibik und ein Experte für Postreform arbeiteten eng mit Ver-

tretern des Postbetreibers, den Finanz- und Justizministerien und den Gewerkschaften zusammen. Der Plan wird eine Beschreibung des Universalpostdienstes, der Schaffung von Richtlinien und Finanzierungsmechanismen und der Diversifizierung von Postdienstleistungen umfassen. Bermuda ist das 62. Land oder Gebiet, das von einem IPDP profitieren wird.

Quelle: The Royal Gazette, Bermuda

Umschau

Wiederaufleben der Postsparkassen

Jahrzehntelang haben Regierungen in Afrika ihre umfassenden Postnetzwerke dazu verwendet, sowohl in ländlichen als auch städtischen Gebieten den Zugang zu Dienstleistungen für Kleinsparer und zu grundlegenden Finanzdienstleistungen zu gewährleisten. Kürzlich erfolgte Reformen im Finanzsektor in verschiedenen Ländern Afrikas führten zu einer Zunahme des Produktangebots der Postbanken. Letztes Jahr gingen bei der Postsparkasse Kenias, Postbank, Spargelder in Höhe von 12 Milliarden kenianischen Schilling ein und sie

verzeichnete einen Gewinn von 174 Millionen Schilling, hauptsächlich indem sie diese Spargelder investierte. Die Führungsspitze der Postbank glaubt, dass sich dieser Gewinn noch steigern lässt, indem die Bank expandiert und ihr Angebot an Produkten und Diensten weiter diversifiziert. Die Bank drängt auf eine Gesetzesänderung bezüglich Postsparkassen, damit sie Wenigverdienenden und Kleinunternehmen Darlehen und Dispositionskredite anbieten kann.

Quelle: All Africa.com

Postanweisung per Handy

Der pakistanische Postminister hat die Einführung von neuen Dienstleistungen auf der Grundlage neuester Kommunikationstechnologien angekündigt. Darunter die Postanweisung per Mobiltelefon, das Ergebnis eines Abkommens zwischen Pakistan Post und den Unternehmen Mobilink und Customer Internet System. Mobilfunkkunden werden mittels einer SMS Geld überweisen können. Registrierte Kunden erhalten von Mobilink einen PIN-Code, mit dem sie online Zahlungen auslösen können; der Empfänger kann den überwiesenen Betrag in ausgewählten Postämtern abholen. Dieser Dienst ist der erste in einer Reihe von Innovationen, mit denen Pakistan Post zu einem modernen Dienstleistungsunternehmen werden soll.

Quelle: Business Recorder

Rekordergebnisse

Australia Post kündigte für das Finanzjahr 2007 Rekordergebnisse an. Laut dem Jahresbericht verzeichnete das staatliche Unternehmen einen bisher unerreichten Gewinn vor Steuern von 592,2 Millionen australischen Dollar, 5,4% mehr als im Vorjahr. In allen drei Hauptgeschäftsreichen – Briefe, Pakete und Einzelhandel – legten die Einnahmen zu. Australia Post hat ihre Zielsetzungen im Hinblick auf den Universalpostdienst entweder erreicht oder gar überschritten und stellte 95,9% aller Briefe im Inland rechtzeitig zu im Vergleich zu den angestrebten 94%. Aus dem Jahresbericht geht weiter hervor, dass Briefsendungen weiterhin ein bedeutendes Kommunikationsmittel sind: das Briefpostvolumen im Inland nahm um 2% zu – der stärkste Anstieg seit 1999.

Quelle: Pressemitteilung Australia Post

Rückzug aus den USA

Deutsche Post stellt am 30. Januar ihren Express-Service in den Vereinigten Staaten ein. Internationale Zustellungen werden jedoch weiterhin angeboten. Zusätzlich zu den 5400 Stellen, die bereits Anfang 2008 gestrichen wurden, werden 9500 weitere dadurch verloren gehen. Der Vorstoss der Deutschen Post in den amerikanischen Markt begann 2002, als sie die Expressgesellschaft DHL übernahm und kurz darauf Airborne Express. Das Unternehmen verzeichnete

schon bald Verluste, da es sich nur schwer im heimischen Markt behaupten konnte, der von UPS (51% Marktanteil), FedEx (31%) und US Postal Service (13%) beherrscht wird. Der durch die Finanzkrise verursachte wirtschaftliche Rückgang brachte schliesslich das Fass zum überlaufen. Das Abenteurer in Amerika kostete die Deutsche Post schlapp 7,5 Milliarden Euro.

Quelle: Trends/Tendances



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

Optimize your performance.



Photo Graphic Obsession

SOLYSTIC, A 60 YEAR PARTNER OF THE POSTAL SERVICES.

To create customers' loyalty, parties involved in the postal business are to be twice as attentive to reach their performance goals.

By allocating 10 % of its turnover to R&D, SOLYSTIC is able to understand the needs of postal operators and to offer future solutions.

Selecting the SOLYSTIC products is to bet on innovation in order to optimize your performance.

www.solystic.com



SOLYSTIC
a **NORTHROP GRUMMAN** company

Future postal solutions

bb&b



Das Postnetz

*für erschwingliche
Geldüberweisungen
ins Ausland*

