

Der Postsektor im Vormarsch seit 1875

Dezember 2012

Nr. 4

UNION POSTALE



UPU, eine Sonderorganisation
der Vereinten Nationen

.....
Interview
mit dem neuen
Generalsekretär

Beschleunigte
Paketnachforschung

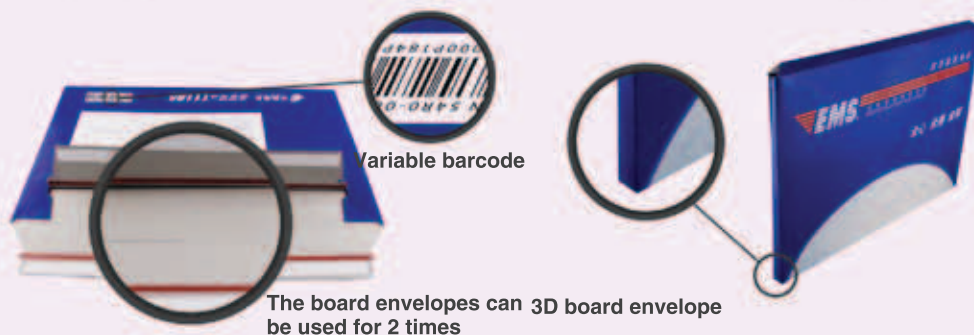


ISSN 0041-7009

MIT DOHA-STRATEGIE-POSTER

Bereit für die Zukunft

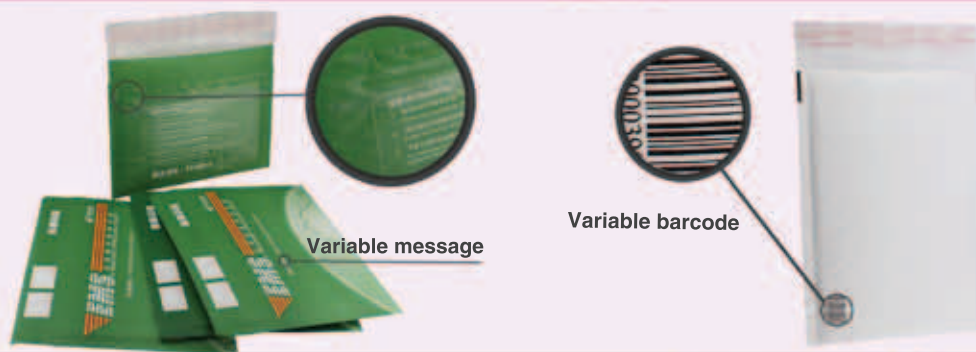
Board Envelope Series



Poly Mailer Series



Bubble Mailer Series



Plastic Seal Series



Packing List Envelope Series



Our other products: Waybill with barcode , Adhesive stickers , Packing tapes , Packaging belts , Bills and so on

Inhaltsverzeichnis

Titelgeschichte

Takt für neuen Arbeitszyklus vorgegeben

Eine Zusammenfassung der wichtigsten Entscheidungen, die am Kongress 2012 in Doha getroffen wurden

8

Feature

UPU-Körperschaften in neuem Gewand

Der Rat für Postbetrieb und der Verwaltungsrat wurden neu strukturiert

14

Minister brechen eine Lanze für die Post

Das Postnetz findet Unterstützung auf höchster Ministerebene

16

Länder bekräftigen ihre guten Absichten

Eine Erklärung zeigt, dass das Thema Adressierung immer noch aktuell ist

19

Das Geheimnis der Blauen Mauritius

Was die Blaue Mauritius zur wertvollsten Briefmarke der Welt macht

26

IBIS beschleunigt Paketschnellforschungen

Das Online-System erleichtert das Auffinden verloren gegangener Paketsendungen

29

Interview

In guten Händen

Bishar Hussein, der neugewählte UPU-Generaldirektor, spricht über seine Führungsstrategie

20

Fünf Minuten

Bekanntes Gesicht, neues Büro

Pascal Clivaz über seine neue Funktion als Stellvertretender Generaldirektor der UPU

24

Rubriken

In Kürze

4

Leitartikel

5

Umschau

30



Titelbild:

gettyimages.com

(Tsim Sha Tsui, Hongkong)

Dezember 2012

Union Postale ist die renommierte Publikation des Weltpostvereins. Das seit 1875 in sieben Sprachen erscheinende Magazin berichtet über die Aktivitäten des Weltpostvereins sowie über Geschehnisse und Entwicklungen im weltweiten Postsektor. *Union Postale* enthält sorgfältig recherchierte Berichte über wichtige und aktuelle Themen, die den Postsektor betreffen, sowie Interviews mit führenden Persönlichkeiten aus der Welt der Post. Die in Farbe erscheinende Publikation wird an die Postbetreiber in den 192 Mitgliedsländern verteilt und dient einflussreichen Entscheidungsträgern als wichtige Informationsquelle.

Union Postale erscheint auch in englischer, französischer, arabischer, chinesischer, russischer und spanischer Sprache.

Leiter Communication Programme: Rhéal LeBlanc (RL)

Chefredakteurin: Faryal Mirza (FM)

Beiträge: Jérôme Deutschmann (JD), Jenifer Fenton (JF), Christina Maria Paschyn (CMP), Ruby Pratkan (RP), Kayla Redstone (KR), Julian Ryall (JR)

Übersetzung: Michael und Bastiaan Visser, Winterthur, Schweiz

Fotografie: Nawras Alfawal

Grafische Gestaltung: Die Gestalter, St. Gallen, Schweiz

Druck: Weltpostverein, Bern, Schweiz

Redaktionssekretärin: Gisèle Coron

Abonnements: publications@upu.int

Anzeigen: faryal.mirza@upu.int

Die UPU empfiehlt weder Produkte oder Dienstleistungen von Drittanbietern noch gewährleistet sie die Richtigkeit von Aussagen derselben.

Diese Publikation wurde auf FSC-zertifiziertem Papier und mit nachhaltig hergestellter Farbe gedruckt.

Die in den einzelnen Artikeln zum Ausdruck gebrachten Meinungen entsprechen nicht unbedingt jenen der UPU.

Union Postale
Internationales Büro
Weltpostverein
Postfach
3000 BERN 15
SCHWEIZ

Telefon:

+41 31 350 35 95

Fax:

+41 31 350 37 11

E-Mail:

faryal.mirza@upu.int

Webseite:

www.upu.int

In Kürze



Szenen vom Weltpostkongress
in Doha (Fotos: Nawras Alfawal).

Kongress Videoarchiv



UN Web TV hat sämtliche Kongressdebatten vom 7. bis 11. Oktober 2012 aufgezeichnet

Das Archiv ist unter folgendem Link zugänglich: <http://webtv.un.org/meetings-events/conferencessummits/25th-universal-postal-congress-7-11-october-2012-doha-qatar/>

Frankierung

Neue Regelungen für Postsendungen für Blinde

Für blinde und sehbehinderte Menschen weltweit gelten nun zeitgemässe Regelungen für den Versand und Empfang von internationalen Postsendungen, nachdem der Weltpostkongress in Doha die Bandbreite von «Gegenstände für Blinde», die von der Frankierungspflicht befreit ist, erweitert hat. Auch der Kreis von Personen und Organisationen, die Waren für Blinde unter diesen Regeln international versenden dürfen, wurde ausgeweitet. Sendungen mit Gegenständen für Blinde, die von oder an eine Blindenorganisation bzw. von oder an eine blinde Person versandt werden, sind künftig von der Frankierungspflicht befreit.

Unter die Ausnahmeregelung fallen in Zukunft Korrespondenz und

Lesematerialien in verschiedenen Formaten, einschliesslich Tonaufnahmen und den Bedürfnissen von Blinden angepasste Geräte oder Materialien jeglicher Art. «Die Abänderung des Wortlauts der Regelung der Universal Postal Convention zu «Gegenstände für Blinde», wird sich sehr positiv auf die digitale Eingliederung blinder Menschen in unserer Gesellschaft auswirken», sagt Dan Pescod, Vize-Vorsitzender der Weltblindunion.

Heute gibt es schätzungsweise 285 Millionen blinde und sehbehinderte Menschen auf der Welt. Sie nutzen die neuen Medien und modernste Kommunikations-Tools, um sich zu informieren.

Schwere, unförmige Bücher in Blindenschrift gehören der Vergan-

genheit an; sie werden zunehmend durch speziell für Blinde formatierte CDs ersetzt.

Da es in der Nähe des Wohnorts in der Regel keine Geschäfte, Buchhändler und Bibliotheken gibt, die speziell auf die Bedürfnisse der Blinden ausgerichtet sind, werden entsprechende Waren bestellt und von der Post nach Hause geliefert. «Dass eine solch grosse Anzahl Länder am Kongress in Doha für diese Änderungen gestimmt hat, zeugt davon, dass es ihnen mit ihrem Engagement zur Umsetzung der UN-Konvention über die Rechte von Menschen mit Behinderung ernst ist», stellte Pescod zufrieden fest. **JD**

Leitartikel

Wenn ich an meine ersten Eindrücke am Kongress zurückdenke, dann stehen mir verschiedene Bilder vor Augen. Im Hintergrund die kräftig-blauen und geometrischen Logos der Veranstaltung, davor Vertreter des Postsektors in den riesigen Sälen und Marmorkorridoren, vertieft in angeregte Gespräche über den zukünftigen Kurs der UPU. Alle sind unter demselben Kongressmotto zusammengekommen: «New world, new strategy».

Während dieser drei Wochen wurde in Doha eine neue Strategie entworfen, wie man einer Geschäftswelt begegnet, die ständig in Bewegung ist. Ich kehrte von Doha zurück und hatte ein genaues Bild davon, was unseren Sektor beschäftigt, was unsere Kollegen in den 192 Mitgliedstaaten schlaflose Nächte bereitet und was sie an den Tätigkeiten der UPU fasziniert.

Die vorliegende Ausgabe von *Union Postale* ist an jene unter Ihnen gerichtet, die nicht am Kongress teilnehmen

konnten. Dies ist unsere Ansichtskarte aus Doha für Sie mit den Höhepunkten des Kongresses. Es war kein Leichtes, eine Auswahl zu treffen. Aber ich hoffe, dass sie Ihnen dennoch einen Eindruck der wichtigsten Entwicklungen vermittelt, und jenen, die da waren, manches in Erinnerung ruft.

Union Postale blickt nicht nur zurück, sondern auch nach vorne auf eine neue Ära. Ab 2013 wird die UPU nicht nur über eine neue Strategie, sondern auch über eine neue Führungsspitze verfügen. Damit sich unsere Leser mit den neuen, aber nicht unbekannten Gesichtern vertraut machen können, haben wir ein Interview mit dem neu gewählten Generaldirektor Bishar Hussein und seinem Stellvertreter Pascal Clivaz geführt, um die Personen hinter den Amtstiteln besser kennen lernen zu können.

FARYAL MIRZA, CHEFREDAKTEURIN

Finanzielle Eingliederung

Post muss potenzielle Nutzer abholen

Der 25. UPU-Kongress hat eine Resolution angenommen, welche die Mitgliedsstaaten dazu verpflichtet, die Postfinanzdienste konsequent weiter zu entwickeln und bestätigt somit deren Bedeutung für die Millenniumsziele, insbesondere für die Armutsbekämpfung.

Angesichts der stetig zurückgehenden Briefpostvolumen, bieten Postfinanzdienstleistungen den Postanbietern neues Wachstumspotenzial. Diese holen denn auch immer mehr auf, besonders jetzt, da die Post eine Strategie der Geschäftsdiversifikation eingeschlagen hat. Auf Postfinanzdienste entfallen rund 12% der 2011 geschätzten globalen Posteinkünfte von 304 Milliarden USD. In Ländern wie China, Indien, Gabun, Tunesien, Bangladesch, Italien, Aserbeidschan, Weissrussland und Burundi entfallen auf diese Services mehr als 50% der Posteinnahmen.

nutzt, auch wenn sie laut eines am Kongress vorgestellten UPU-Berichts über die meisten Kontaktpunkte weltweit verfügt. Mit über 660 000 Kontaktpunkten überall auf der Welt werden die Postanbieter und ihre Finanztöchter in Bezug auf ihr Potenzial in Sachen finanzielle Eingliederung nur von den Banken übertroffen.

Dem Internationalen Geldfonds zufolge gibt es weltweit 523 000 Bankfilialen und Geldautomaten. Schätzungsweise eine Milliarde Menschen nutzt das Postnetzwerk. Einundfünfzig Postanbieter verwalteten 2010 1,6 Milliarden Spar- und Einlagenkonten. «Das Postnetz bietet fantastisches Potenzial für die finanzielle Eingliederung», sagt Alexandre Berthaud, einer der Verfasser der Studien. «Wenn lediglich 51 Poststellen mit ihren Sparkonten eine Milliarde

Sparer bedienen können, dann sollten die anderen 192 UPU-Mitgliedsstaaten ohne Schwierigkeiten für die finanzielle Eingliederung der mindestens 500 Millionen Menschen ohne Bankverbindung sorgen können, entweder direkt oder mittels einer Bank-Partnerschaft.»

Die Studie zeichnet ein globales Panorama der vom Postsektor geförderten finanziellen Eingliederung und identifiziert fünf Hauptgeschäftsmodele, mit denen die Post die finanzielle Eingliederung vorantreibt. Daneben werden wichtige Themen beleuchtet, die es beim Anbieten dieser Dienste oder im Hinblick auf die Aufnahme komplexerer Services zu beachten gilt. Und schliesslich gibt die Studie Empfehlungen ab, wie der Postsektor diese Finanzdienstleistungen progressiv vorantreiben kann. **RL**

Neue Studie

In Sachen finanzielle Eingliederung wird die Post noch viel zu wenig ge-



Finanzielle Eingliederung bei der UPU.

<http://www.upu.int/en/activities/financial-inclusion/about-financial-inclusion.html>

In Kürze

Who's who bei der UPU

Der Blick fürs Detail

Name: Alexandre Plattet

Division: Logistik

Funktion: Datatypist für Französisch

Nationalität: Schweiz



Alexandre Plattet steht nicht oft im Rampenlicht. Er zieht es vor, hinter der Kamera zu stehen, denn zusätzlich zu seiner Funktion als Datatypist im französischen Schreibpool bannt er als Fotograf die Ereignisse des Internationalen Büros (IP) aufs Bild. «Ich mache Porträtaufnahmen von Mitarbeitern des IB, fotografiere an besonderen Anlässen wie der Verleihung von Auszeichnungen oder der Unterschrift von Verträgen und ähnliche Ereignisse», sagt der Hobbyfotograf mit sanfter Stimme. Plattet, der über ein

Handelsdiplom verfügt, stiess 1999 auf ein Stelleninserat hin zum Schreibpool des IB. Dort beinhaltet sein Pflichtenheft in erster Linie das Tippen und Formatieren französischer Texte, aber auch das Aufsetzen von Dokumentvorlagen und das Erfassen von Dokumenten in einer multilingualen Datenbank. «Ich verwalte die Datenbank, die es uns erlaubt, UPU-Dokumente in allen Sprachen aufs Netz zu schalten», berichtet er.

Plattet beherrscht auch die englische Sprache gut: «Mein Schwager ist Kanadier und ein Teil meiner Familie mütterlicherseits kommt aus Schweden. Daher habe ich immer wieder Gelegenheit, mein Englisch in der Praxis anzuwenden», sagt er.

Seine Leidenschaft ist indes die Naturfotografie. «Ich liebe es, draussen in der Natur zu sein», sagt er, «und deren Schönheit zu betrachten. In jungen Jahren habe ich viel gemalt, doch das Malen beansprucht viel Zeit. Wenn du ein Foto machst, siehst du das Ergebnis sofort. Du lässt einen Zeitpunkt im Bild erstarren, den es an diesem Ort und mit diesem Licht nie mehr geben wird.»

Die Naturfotografien von Plattet wurden bereits im IB-Hauptsitz in

Bern, aber auch in Montreux, in Freiburg und in Genf und sogar in der Agora Gallery in New York ausgestellt.

Plattet hat Griechenland, Algerien, Island und die kanadischen Rocky Mountains auf der Suche nach Fotomotiven bereist. «Ich war von den Wüsten Algeriens, aber auch den Gletschern Islands tief beeindruckt. Als nächstes steht Chile auf dem Plan. Im Norden die Wüste von Atacama, im Süden die Gletscher. Wüste und Eis . . . die beiden Extreme bilden einen faszinierenden Spannungsbogen.»

Bevor er sich auf die Fotografie verlegte, sang Plattet in einem Chor und produzierte einige Kurzfilme. 1995, im Alter von 23 Jahren, wurde sein erster Kurzfilm als Beitrag für ein internationales Festival in Deutschland gezeigt. Heute schreibt er Gedichte, unternimmt lange Spaziergänge im Wald – natürlich immer mit der Kamera im Anschlag – und arbeitet am Computer. «Ich war schon immer von Computern und ihren Einsatzmöglichkeiten in der digitalen Fotografie fasziniert. Es ist eine technische Kunstform.» **RP**

Notfall- und Solidaritätsfonds

Finanzierung mittelfristig gesichert

Für den Notfall- und Solidaritätsfonds der UPU wurde für den Zyklus 2013–2016 eine Mindestfinanzierung garantiert. Der Kongress hat beschlossen, dem Fonds jährlich ein Prozent des regulären Budgets zuzuweisen. Diese Massnahme erlaubt es der UPU, bei künftigen Katastrophen rasch Hilfe zu leisten. Dank der unmittelbar verfügbaren Mittel wird es leichter sein, nach einer Katastro-

phe die grundlegende Postinfrastruktur für die Brief- und Paketzustellungen sowie für Geldüberweisungen an Poststellen wieder herzustellen.

Die Mitgliedsstaaten, Postbetreiber, engeren Postvereine und andere Partner wurden dazu aufgefordert, den Fonds mit freiwilligen Beiträgen aufzustocken oder zu diesem Zweck Sondermarken mit einem Aufschlag

zugunsten des Fonds herauszugeben. Andere Finanzierungsmöglichkeiten werden in Erwägung gezogen.

Der Fonds wurde vom UPU Verwaltungsrat 2010 ins Leben gerufen, um die zahlreichen Anfragen für Nothilfeleistungen nach Katastrophen abzudecken und eine rasche Ressourcenzuteilung und Soforthilfe gewähren zu können. **JF**

Paketzustellung beschleunigt Transformation

Um den Postsektor konkurrenzfähig zu machen, ist er auf Innovationen angewiesen. Dies schärfte UPU-Generaldirektor Edouard Dayan den Teilnehmern am World Postal Business Forum, das jeweils im Rahmen der Branchenmesse Post-Expo durchgeführt wird, ein. «Die Entwicklung der digitalen Wirtschaft hat dem Postsektor aufgezeigt, dass er sein Produkt- und Dienstleistungspektrum um digitale Postdienste erweitern muss», so Dayan weiter.

Während mancher Postanbieter seine Produkt- und Service-Palette diversifiziert, mahnte Dayan auch zu Vorsicht: «Die UPU weiss genau, dass das Internet nicht alle Kundenbedürfnisse abzudecken vermag. Brief- und Paketsendungen bilden nach wie vor das Kerngeschäft der meisten Postunternehmen», sagte der UPU-Generalsekretär.

Johnny Thijs, CEO vom vorgesehenen belgischen Postbetreiber bpost, kann dem nur zustimmen: «Unsere

Ambitionen sind auf das Kerngeschäft beschränkt, in dem wir unsere Stärken ausspielen müssen.» Der weltweit wohl dienstälteste CEO eines Postunternehmens erklärt, dass es die Strategie von bpost war, sich von einem Brief- zu einem Paketdienstleister zu wandeln.

Kundenorientiert

Khalil Daoud, Geschäftsführer von Liban Post, dem vorgesehenen Anbieter im Libanon, sagte, dass die Entscheidung fiel, als sein Unternehmen den langfristigen Wandel einleitete. «Alle Postbetreiber erfinden ihr Geschäft neu. Und allen gemeinsam sind die hohen Festkosten; der Aufwand entsteht, egal ob ein Brief oder eine Million Briefe bearbeitet werden», weiss Khalil.

Und Dato' Khalid bin Abdol Rahman, der CEO von Pos Malaysia Berhad, verriet, dass sein Unternehmen von einer produktzentrierten zu einer lösungs- und kundenorientier-

ten Strategie übergeht. Die Ertragsdiversifikation ist in vollem Gange, seit der Postanbieter 2011 vom DRB-HICOM-Konglomerat übernommen wurde. «Wir können auf unsere Kernkompetenzen aufbauen, zumal wir Zugang zu 80% der Unternehmen, ob mit oder ohne Adresse, haben. Zudem haben wir einen Kontaktpunkt auf 5000 Einwohner in Malaysia», sagt Khalid.

Am dreitägigen Forum in Brüssel debattierten zahlreiche CEOs und Postbetriebsexperten, wie der Sektor durch diese schwierigen Zeiten zu lotsen ist. Zwar gibt es keine Zauberformel, doch die Teilnehmer waren bestrebt, der Postindustrie Wege aufzuzeigen, auf denen sie in die Zukunft schreiten können.

Das World Postal Forum wird von der UPU jeweils als Bestandteil der Post-Expo durchgeführt, an der jedes Jahr durchschnittlich 3000 Vertreter des Postsektors teilnehmen. **FM**

Internationaler Antwortschein

Neues Design aus Tschechien

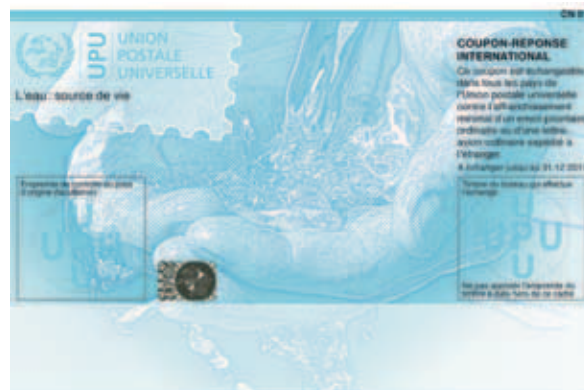
Die tschechische Republik ist die Gewinnerin des UPU-Wettbewerbs für die Gestaltung eines neuen Internationalen Antwortscheins (IAS). Der Entwurf des tschechischen Künstlers und Grafikers Michal Sindelar widerspiegelt das Thema «Water for Life», das im Rahmen des Internationalen Jahres der Wasserk Kooperation 2013 der UNO gewählt wurde.

Der neue IAS wird ab 1. Juli 2013 erhältlich sein. Postkunden haben bis Ende 2017 die Gelegenheit, ihn einzulösen. Er wird den derzeitigen Schein ersetzen, der auch «Nairobi-Modell» genannt wird und am 1. Juli 2009 eingeführt wurde. Dieser behält bis zum 31. Dezember 2013 seine Gültigkeit.

Antwortscheine können in jedem Mitgliedstaat der UPU gegen Briefmarken im Wert einer herkömmlichen Priority- oder Luftpostsendung ins Ausland eingetauscht werden. Während nicht alle Postbetreiber Antwortscheine ausstellen, sind sie alle verpflichtet, diese anzunehmen.

Bis 31. Oktober 2012 haben 120 Postbetreiber weltweit über 4 Millionen Exemplare des Nairobi-Modells im Gesamtwert von rund 5 Millionen USD ausgestellt.

Fast 105 Jahre nach ihrer Einführung sind Antwortscheine nach wie vor von Nutzen. Nebst ihrem herkömmlichen Verwendungszweck für Antwortsendungen verwenden Studierende in vielen Ländern Antwort-



scheine für ihre Korrespondenz mit Universitäten und anderen Bildungseinrichtungen, um sich beispielsweise über den Stand ihres Zulassungsantrags zu informieren. **JD**

**Ab Juli 2013
erhältlich.**



Takt für neuen Zyklus vorgegeben

Der Weltpostkongress in Doha, Katar, überzeugte mit zahlreichen Aktivitäten und war ein durschlagender Erfolg.

Von
Faryal Mirza

Rund 2200 Delegierte der UPU-Gemeinde gestalteten vom 24. September bis 15. Oktober 2012 die Zukunft der Union aktiv mit. Die Entscheide, die im Rahmen des Kongresses getroffen wurden, betreffen alle Bereiche, welche die UPU abdeckt, und bestimmen den Takt für den neuen Arbeitszyklus.

Angesichts abnehmender Postvolumen und steigender Kundenbedürfnisse erklärten sich die Mitgliedsstaaten bereit, die technologischen Möglichkeiten auszuschöpfen und Normen dazu auszuarbeiten, um das Kerngeschäft – die Paket- und Briefpost – zu stärken und gleichzeitig ihre Geschäftsbereiche zu diversifizieren.

Nachdem sich der Rummel um den Kongress gelegt hat, wirft *Union Postale* einen genaueren Blick auf einige der wichtigsten getroffenen Entscheidungen. An oberster Stelle stehen dabei unter anderem die Endvergütungen, das internationale Vergütungssystem für Briefpost sowie die Sicherheit der Lieferkette und E-Commerce.

Fortschritte bei den Endvergütungen

Das komplizierte und heikle Thema Endvergütungen sorgte erwartungsgemäss für hitzige Debatten, was die Mitgliedsstaaten jedoch nicht daran hindern sollte, wichtige Entscheidungen in dieser Angelegenheit zu treffen. Endvergütungen sind jene Vergütungen, die ein Land einem Bestimmungsland für die Verarbeitung und Zustellung einer Postsendung innerhalb dessen heimischen Zustellnetzwerks schuldet.

Mit den am Kongress getroffenen Entscheidungen wurden die Bemühungen zur Schaffung eines einheitlichen Vergütungssystems für alle Länder fortgesetzt. Mit diesen Entscheidungen wurde der Wunsch nach einem weltweit einheitlichen System erneut bestätigt. Zurzeit ist das Endvergütungssystem der UPU in zwei Sub-Systeme unterteilt: ein Ziel- und ein Übergangssystem. Je nach Klassifizierung wird ein Land dem Ziel- oder dem Übergangssystem zugeteilt, abhängig seines Entwicklungsstands. Länder werden einer von fünf Gruppen zugeteilt: Gruppe 1 umfasst die am meisten entwickelten Länder und Gruppe 5 die am wenigsten entwickelten. «Es handelt sich um einen kontinuierlichen Prozess. Ziel ist es, baldmöglichst ein Modell auf alle Länder anwenden zu können», erklärt Jan-Erik Leistedt, der schwedische Vorsitzende des Kongresskomitees, welches sich mit den Endvergütungen befasst.

Im Zielsystem hat jedes Land einen eigenen Endvergütungstarif, der anhand des Tarifs für eine Sendung und einen Tarif pro Kilo berechnet wird. Diese Tarife werden aufgrund der Inlandtarife des jeweiligen Zustelllandes berechnet. Beim Übergangssystem werden die Endvergütungstarife für ein Land durch den Kongress festgelegt und sind Bestandteil des Weltpostvertrags.

Ursprünglich sollten alle Länder bis spätestens 2017 Teil des Zielsystems sein; gemäss neuen Prognosen ist eine Umsetzung vor 2026 allerdings unwahrscheinlich.

Der 2014 beginnende Arbeitszyklus wird einige Änderungen für das Zielsystem bringen. Die Aufteilung von Briefpostsendungen verschiedener Formate wurde in die UPU-Gesetze aufgenommen. Dies bedeutet, dass die Trennung von Formaten für Länder, die dem Zielsystem angehören, obligatorisch wird. Dies wird damit begründet, dass das Format von Briefpostsendungen bei der

Preisberechnung für operative Verfahren und Buchhaltung einkalkuliert wird.

In Zukunft werden zwei Referenztarife für Inlanddienste verwendet, um die Endvergütungen für Länder des Zielsystems zu berechnen. Gegenwärtig wird ein Referenztarif angewendet, nämlich jener für einen Brief von 20 Gramm. Zusätzlich wird ein Referenztarif für flache Sendungen von 175 Gramm hantiert. «So wird sichergestellt, dass der Endvergütungstarif die Inlandtarife von Postbetreibern besser reflektiert», erklärt George Goumas, UPU-Koordinator für Wirtschaft.

Das Übergangssystem wird ab 2014 auch einige Veränderungen erfahren. Gute Neuigkeiten erwartet jene Länder in diesem System, die ihre Briefpost-Operationen modernisieren müssen, um schliesslich dem Zielsystem beitreten zu dürfen. Sie können auf vermehrte Unterstützung durch den Fonds zur Finanzierung der Verbesserung der Dienstqualität in den Entwicklungsländern (Quality of Service Fund, QSF) zählen. Der jährliche Mindestunterstützungsbeitrag aus dem QSF für alle Gruppen wird von gegenwärtig 12 565 SDR (8212 USD) auf 20 000 SDR erhöht. Der für alle Länder verfügbare Gesamtbetrag bleibt bei rund 10 Millionen SDR pro Jahr.

Ein weiterer Entscheid des Kongresses ermöglicht den Ländern der Gruppe 3, in der Hälfte des nächsten Arbeitszyklus, 2016, vom Übergangssystem zum Zielsystem zu wechseln. Zu ihnen zählen China, Russland, Südafrika, die Türkei, Malaysia, Gabun, Mauritius, Litauen und Costa Rica. Die neuen Länder des Zielsystems würden von einer langen Übergangszeit profitieren, weiss Goumas. «Wenn ein Land zum Zielsystem gewechselt hat, wird es während acht bis zwölf Jahre als neues «Land im Zielsystem» gelten. Dies bedeutet, dass es die Voraussetzungen des Zielsystems schrittweise umsetzen muss. Dadurch gewinnt es Zeit, um die notwendigen Veränderungen für eine umfassende Mitgliedschaft des Zielsystems zu vollziehen», erklärt er.

Leistedt kennt die Gründe, weshalb die Endvergütungen ein solch heikles Thema darstellen. «Es geht dabei um Geld; für einige Länder stehen grosse Summen auf dem Spiel. Wenn wir Änderungen am bestehenden System vornehmen, wird es immer Gewinner und Verlierer geben.» **FM**



.post auf dem Vormarsch

Die Mitgliedsstaaten verabschiedeten übereinstimmend eine allgemeine Resolution, die der Weiterentwicklung von .post grünes Licht gibt. Während die von der UPU mitfinanzierte Top-Level-Domain sich etabliert hat, wurden die Mitgliedsstaaten erneut aufgefordert, sich an dem Projekt zu beteiligen. Die .post-Plattform schlägt die Brücke zwischen dem physischen Postnetzwerk und dem World Wide Web, wodurch die Postgemeinde in der Lage ist, vertrauliche und sichere Post-E-Services anzubieten.

Im Laufe des Kongresses kündigte Malaysia an, dass seine Kommission für Kommunikation und Multimedia 100 000 USD zu Gunsten des Projekts spenden würde. Als international anerkannter Experte für Internet-Governance erklärte der Projektvorsitzende Dato' Mohamed Sharil Mohamed Tarmizi, dass Malaysia ein starker Befürworter der .post-Vision sei. «Wir glauben, dass der Postdienst mit den Entwicklungen des Postsektors der Zukunft Schritt halten muss, um seine Nachhaltigkeit und Bedeutung zu sichern. Als Mitglied der .post-Domäne haben wir die Möglichkeit, uns globale Innovationen im Postsektor zu Nutzen zu machen.»

Dato' Mohamed verriet, dass die .post-Domäne eine tragende Rolle bei einer Vielzahl Innovationen im malaysischen Postdienst wie beispielsweise grenzüberschreitenden digitalen Diensten oder einem elektronischen Zahlungssystem spielen könnte. «Dies sind nur einige der Initiativen, welche dazu beitragen werden, die Ziele unserer nationalen Poststrategie für die Periode 2010–2014 rascher zu erreichen», erklärte er.

«Zur Unterstützung dieser Ziele hat Malaysia ein neues Postgesetz verabschiedet, welches integrierte und moderne Dienste in drei strategisch wichtigen Bereichen fördert: physische, elektronische und finanzielle Dienstleistungen», fügt er hinzu.

Was die Zukunft angeht, erwartet das Land gespannt die nächste Generation von Postdienstleistungen. «In Anbetracht der künftigen Strategie für den malaysischen Postsektor glaube ich, dass Malaysia wie die übrigen UPU-Mitgliedsstaaten bald eine .post-Domäne beantragen wird», vermutet Dato' Mohamed. Ein anderes Land, welches bereits zu diesem Kreis gehört, ist Italien. Der vorgesehene Betreiber *Poste Italiane* lancierte am Kongress die erste .post-Webseite (<http://www.posteitaliane.post>) und plant bereits weitere Dienste, welche das Kürzel .post tragen werden. Der italienische Postbetreiber spannt mit der niederländischen PostNL zusammen und schmiedet Pläne für die Entwicklung eines grenzüberschreitenden E-Commerce-Dienstes über die .post-Plattform. *Poste Italiane* testet derzeit zudem gemein-

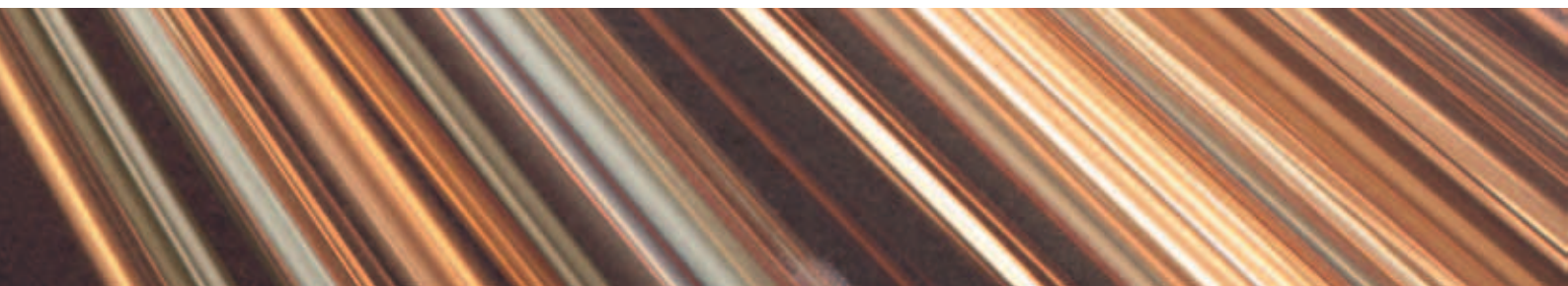
sam mit den Postbetreibern von China und Macau einen Dienst für eingeschriebene elektronische Post.

Giovanni Brardinoni, der italienische Vorsitzende der .post-Interimsgruppe, berichtet, dass sowohl Entwicklungs- wie auch Industrieländer während des Kongresses Interesse an .post gezeigt hätten. «Alle sind vollkommen davon überzeugt, dass .post den richtigen Rahmen für die Entwicklung von wirksamen, integrierten Dienstleistungen bildet, um den Bereich E-Commerce voranzutreiben. Denn wir, die Postbetreiber, verfügen über alle Einzelkomponenten, aus welchen die Versorgungskette für E-Commerce-Transaktionen besteht», erklärt Brardinoni. «Wir verfügen über die Logistik, die finanziellen und elektronischen Dienste – deshalb sind wir in der Lage, den Kunden einen einzigartigen Zugang zu E-Commerce zu ermöglichen.»

Um ein Beispiel für die Möglichkeiten von .post aufzuzeigen, hat das Posttechnologiezentrum, ein technischer Zweig der UPU, eine globale Track-und-Trace-Applikation entwickelt, die irgendwann den Kunden ermöglichen wird, ihre bestellten Waren bis zur endgültigen Zustellung zu verfolgen. Malaysia Post zählt zu jenen wenigen Betreibern, die an der Implementierung dieses Pilotprojekts teilnehmen. Mittels der Informationen, welche die weltweiten Postbetreiber über das Post*Net-Netzwerks der UPU und weiteren, miteinander verbundenen Netzwerken von externen Partnern austauschen, könnten alle Betreiber eines Tages von einem umfassenden und durchgehenden Track-und-Trace-System profitieren. Dies würde für Online-Händler und -Kunden einen riesigen Mehrwert bedeuten. Mitgliedsstaaten und ihre Betreiber, die Interesse an einer Teilnahme haben, können dieses unter <https://apply.info.post> bekunden.

Bis die .post-User-Gruppe offiziell eingerichtet ist, werden Anfragen zurzeit nur begrenzt bearbeitet. Dies sollte bei der nächsten Tagung des Rates für Postbetrieb im April 2013 der Fall sein. Die Gruppe wird nebst anderen Tätigkeiten die künftige Entwicklung und Verwaltung der Top-Level-Domain der Post beaufsichtigen.

Sobald die User-Gruppe eingerichtet ist, werden Mitgliedsstaaten (oder ihre designierten Postbetreiber) in der Lage sein, kostenlos beizutreten und die Zukunft von .post mitzugestalten. Dies wird die Finanzierung von .post auf dieselbe Stufe mit anderen nutzerfinanzierten Untergruppen stellen wie die EMS- und Telematik-Kooperativen. Der UPU wurde 2009 die Ehre zuteil, als erste UNO-Sonderorganisation durch die Internet Corporation for Assigned Names and Numbers eine Top-Level-Domain zugesprochen zu bekommen. **FM**



Sicherstellung der Lieferkette

Erneut wurde das Augenmerk auf Postbetreiber gerichtet, welche die weltweite Lieferkette sicherstellen. Aufgrund einer Entscheidung während des Kongresses hat die UPU zum ersten Mal seit ihrem Bestehen obligatorische Mindestanforderungen bezüglich der Sicherheit von Postsendungen festgelegt. Weitere Entscheidungen beziehen sich auf die zukünftige Entwicklung des elektronischen Datenaustauschs, um die Zoll- und Transportsicherheit zu verbessern.

Die neuen Lieferkettennormen S 58 und S 59 bilden eine Grundlage, auf die Postbetreiber aufbauen können (siehe *Union Postale*, Leitartikel, Juni 2012). Die Norm S 58 beschreibt allgemeine Sicherheitsmassnahmen. Sie bezieht sich unter anderem auf die Sicherheit von Einrichtungen, Bodentransport, Auditprogrammen, Notfallbereitschaft und die Planung der Betriebsaufrechterhaltung. Die Norm S 59 regelt die Sicherung der Verarbeitung und des internationalen Posttransports. Wichtiger Bestandteil der Entwicklung wird sein, Postbetreiber dahingehend zu schulen, die Post sicherer zu machen – eine wahrhaftige Herausforderung. Auch mit anderen Akteuren wie der Internationalen Zivilluftfahrt-Organisation, der Weltzollorganisation, der Europäischen Kommission und der amerikanischen Transportation Security Administration wird daran gearbeitet, weitere Fortschritte zu erzielen.

Gleichzeitig gaben die Mitgliedsstaaten grünes Licht, um Zollbehörden und dem Flugsektor weiterhin elektronische Daten zu Sicherheitszwecken zur Verfügung zu stellen. Dies verleiht dem Testbetrieb eines elektronischen Frühwarnsystems Auftrieb. Dieses Projekt wurde 2006 von fünf Postbetreibern ins Leben gerufen (Kanada, USA, Grossbritannien, Frankreich und Deutschland), erklärt Peter O'Neill von Canada Post. «Diese Postbetreiber hatten sich zusammengetan, um ein elektronisches Format für die Zollinhaltsklärungen CN 22 und CN 23 zu testen», erklärt er. Kurz darauf wurde die Arbeit am UPU-Zollerklärungssystem (Customs Declaration System, CDS) aufgenommen, finanziert von Kanada und der EMS-Kooperative.

Seither ist die Anzahl der sich beteiligenden Postbetreiber von 5 auf 13 angestiegen. Diese Länder haben sich an einer Vielzahl Pilotprojekte beteiligt, indem sie EDI-Mitteilungen mit Informationen über Postsendungen im so genannten ITMATT-Format versenden. Zwischen 2007 und 2011 haben diese Postbetreiber über 17 Millionen Nachrichten ausgetauscht. Es wird erwartet, dass die Gruppe allein im Jahr 2012 rund 11 Millionen Nachrichten ausgetauscht haben wird, so O'Neill.

Die WZO hat ihrerseits den Entschluss des Kongresses begrüsst, den Zollbehörden Lieferungen im Voraus elektronisch anzukündigen. «Diese zukunftsorientierte Entscheidung der UPU wird erheblich zur globalen Flugsicherheit beitragen», meint WZO-Generalsekretär Kunio Mikuriya in einer Pressemitteilung im November. «Dies zeugt klar von den Bemühungen der UPU, die Sicherheit im Handel mittels eines Ansatzes bezüglich Risikomanagement, wie er in den WZO-Richtlinien zur Sicherung und Erleichterung des Welthandels verankert ist, zu verstärken», fügt er hinzu.

Technische Tests des CDS werden weiterhin mit der Absicht fortgeführt, die Anzahl teilnehmender Zollbehörden zu erhöhen. Die WZO hat die ITMATT-Nachricht bereits gutgeheissen und in ihr eigenes Datenmodell übernommen. Man hofft, dass Zollbehörden schon bald in der Lage sein werden, ITMATT-Daten dazu zu verwenden, den Sicherheitsstatus einer Lieferung bereits vor der Ankunft der Ware zu untersuchen, und zu entscheiden, ob es weiterer Schritte bedarf, wenn die Lieferungen physisch im Bestimmungsland ankommen. «Es ist von grösster Bedeutung, die Hauptakteure der Lieferkette untereinander zu verbinden. Nicht nur für die Sicherheit, sondern auch für die Dienstqualität», erklärt O'Neill. Mikuriya von der WZO wünschte sich ebenso nachdrücklich, dass «Zollbehörden und Postbetreiber auf nationaler Ebene zusammenarbeiten, um die Integrität und Sicherheit der Post zu gewährleisten». **FM**

Zurück zum Absender

Während sich E-Commerce weiter entwickelt, schafft es gleichzeitig ungeahnte Möglichkeiten für Postbetreiber auf der ganzen Welt. Verschiedene Kongress-Resolutionen drängen die UPU dazu, grenzübergreifenden E-Commerce durch die Abschaffung von Wachstumsbarrieren, Anpassung bestehender Dienste und Erhöhung der Dienstqualität für Private und Unternehmen, insbesondere kleine und mittlere, weiterzuentwickeln. Damit sollen Postbetreiber dabei unterstützt werden, neue Kundenbedürfnisse abzudecken und bestehende und zukünftige E-Commerce-Gelegenheiten zu nutzen.

Eine der Prioritäten stellen die Rücksendedienstleistungen dar, die es Kunden ermöglichen würden, ungewünschte Waren an Online-Händler zurückzusenden. Der Kongress legte diesbezüglich der UPU ans Herz, weiter an der Entwicklung eines Warenrücksendedienstes für Paketpost zu arbeiten. Der Rat für Postbetrieb (POC) 2009–2012 legte bereits den Grundstein für die Schaffung einer solchen optionalen Dienstleistung und ordnete eine Interim-Arbeitsgruppe für Paketpost an, welche die Arbeit zwischen dem Kongress und der ersten POC-Tagung im April 2013 fortsetzen solle. Der Kongress verabschiedete die notwendigen Änderungen im UPU-Übereinkommen, damit sich der neue POC auf die Ausarbeitung der Einzelheiten für den Rücksendedienst und die Änderungen an den UPU-Paketpost-Richtlinien und verwandten Diensten konzentriert, um die betrieblichen Prozesse und Abläufe zu optimieren.

Joost Magielsens, Verantwortlicher des internationalen Postpaketnetzwerks bei PostNL, dem niederländischen Postbetreiber, leitet die Rücksendegruppe. Seiner Einschätzung zufolge wird der neue optionale Dienst kaum am 1. Januar 2014, wenn das aktualisierte UPU-Übereinkommen und entsprechende Richtlinien im Anschluss an den Kongress in Kraft treten, einsatzbereit sein. Er hofft, dass die UPU sich bereits bestehende Sys-

teme und Entwicklungen zu Nutze machen kann, um so effizient wie möglich voranzukommen. «Der neue Dienst muss auf internationaler Ebene verschiedene Herausforderungen wie Erschwinglichkeit, Nachverfolgbarkeit und vorrangige Behandlung meistern», erklärt er. Die UPU muss ein transparentes Verrechnungssystem entwickeln, das erschwingliche und wettbewerbsfähige regionale Lufttransportkosten garantiert, einen Auslandstarif schaffen, der die Kosten der Empfängerpost deckt, und die neue Dienstleistung mit den Zollbehörden koordinieren, damit eine reibungslose Abfertigung der retournierten Waren an der Grenze sichergestellt ist.

Um diesen Herausforderungen gerecht zu werden, wird die UPU eng mit Einrichtungen zusammenarbeiten wie der International Post Corporation, der EMS-Kooperative und der Kahala Post Group, die bereits Rücksendedienstleistungen betreiben oder testen. Eine Zusammenlegung dieser Aktivitäten werde Entwicklungs- und Wartungskosten sparen sowie die Dynamik schaffen, die Produkteinführungszeit für den neuen Service zu reduzieren und Fristen einzuhalten, fügt Magielsens hinzu. Der Briefpostbereich wird ebenfalls überprüft, da die UPU versucht, einen effizienten und wettbewerbsfähigen Warenrücksendedienst für leichte und schwerere Sendungen zu entwickeln.

Den Statistiken der UPU für das Jahr 2011 zufolge betrug die Anzahl international abgefertigter Pakete 58 Millionen Stück. Seit 2006 verzeichnete dieser Geschäftsbereich ein jährliches Wachstum von 5,3% und die Tendenz steigt. Die britische Interactive Media in Retail Group erwartet, dass der Gesamtumsatz des elektronischen Handels im Segment Business-to-Consumer, der im Jahr 2011 geschätzte 690 Milliarden EUR (887 Milliarden USD) betrug, 2013 die Billionen-Marke überschreiten wird. **RL**

Qualität im Mittelpunkt

Entscheidend für den Inhalt des Arbeitszyklus 2013–2016 war die Verabschiedung des neuen Vierjahresprogramms der UPU, der Doha-Poststrategie. Die Mitgliedsstaaten befürworteten den neuen Fahrplan, der im Wesentlichen auf seinem Vorgänger beruht. Angesichts der sich verändernden Marktbedingungen stellt die Strategie eine wichtige Leitlinie dar, welche die Postbetreiber bei der Modernisierung und Entwicklung des Postnetzwerkes unterstützen soll.

Die Tätigkeiten im neuen Zyklus werden an die vier Hauptziele der Strategie angelehnt sein: Verbesserung der Interoperabilität des internationalen Postnetzwerkes, Bereitstellung von technischem Know-how und Fachwissen über den Postsektor, Anbieten von innovativen Produkten und Dienstleistungen (Entwicklung der phy-

sischen, finanziellen und elektronischen Aspekte des Netzwerkes) und das Fördern einer nachhaltigen Entwicklung des Postsektors (einschliesslich Vergütungssysteme).

Die Universal Postal Service Mission wurde angesichts der sich verändernden Marktgegebenheiten und neuen Technologien mit breiter Zustimmung verabschiedet. Dem internationalen Handel verlieh man am Kongress mit der Annahme von Vorschlägen Auftrieb, mit denen der Postsektor Unternehmen beim einfachen grenzüberschreitenden Warentransport stärker unterstützen kann. Die Mitgliedsstaaten verpflichteten sich zudem, Möglichkeiten zu untersuchen, wie der Postsektor benachteiligte Menschen finanziell besser eingliedern könnte, denen bisher der Zugang zu herkömmli-

chen Finanzdienstleistungen wie dem Bankwesen verwehrt blieb.

An der ersten Minister-Konferenz der UPU am Kongress war die Botschaft deutlich: Viele Regierungen setzen sich für eine Zukunft der Postdienste ein und sind sich über die wichtige Rolle der Postbetreiber in der sozio-ökonomischen Entwicklung im Klaren. Über 60 Abgeordnete waren anwesend und verfolgten im vollen Plenarsaal gespannt die Forumsdiskussionen. Eine Erklärung über die Bedeutung wirkungsvoller Adressierungssysteme wurde von den Delegierten ebenfalls begrüsst.

Ehrgeizige Ziele

Die Mitgliedsstaaten bestätigten erneut ihren Einsatz für die Verbesserung der Dienstqualität, die in den Gesprächen rege diskutiert wurde. Es wurde entschieden, dass der Prozentsatz an internationaler Priority-Briefpost mit Zustellstandard J + 5 (am fünften Tag nach Aufgabe) bis 2016 die 85-Prozentmarke erreichen sollte. Dieses Ziel soll im Laufe des kommenden Arbeitszyklus mit jährlichen Steigerungen schrittweise erreicht werden. Heute liegt das Ziel bei 80%. Zudem wurde beschlossen, dass «der Standard und das Ziel für die internationale Priority-Briefpost für jene Regionen und/oder Städte gelten sollen, die für den internationalen Postaustausch im jeweiligen Mitgliedsstaat am wichtigsten sind».

Dem Fonds zur Verbesserung der Dienstqualität (Quality of Service Fund, QSF), mit dem Projekte zur Verbesserung der Briefpostqualität der begünstigten Betreiber finanziert werden, wurde eine Fristerstreckung gewährt. Die Mitglieder waren sich einig: Auch zehn Jahre nach seiner Gründung werde eine Fortführung des Fonds weiterhin Vorteile bringen. Die Frist zur Auflösung des Qualitätsfonds wurde vom 31. Dezember 2016 auf den 31. Dezember 2020 verlängert.

Die Kopplung des Fonds an die Endvergütungen – das Vergütungssystem für Postbetreiber – wurde erneut

bestätigt. Dies bedeutet, dass der Fonds mit einem Teil der Endvergütungen gespeist wird.

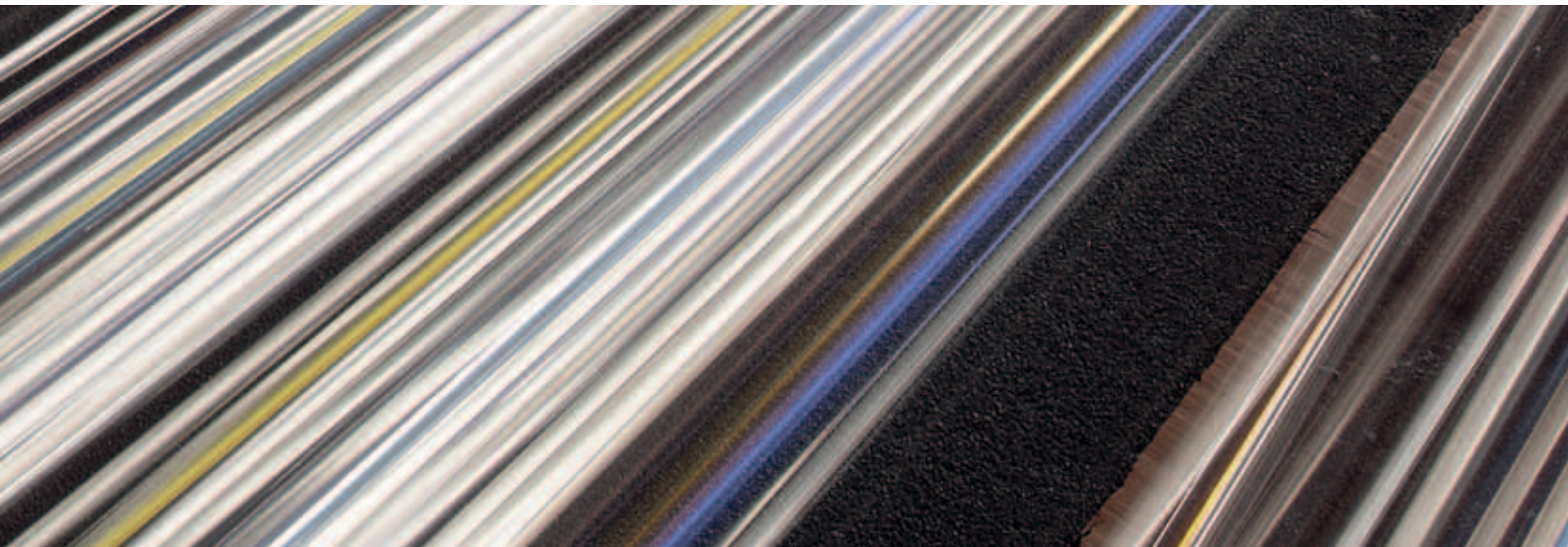
Das Global Monitoring System GMS erfuhr ebenfalls breite Unterstützung. Das System überwacht mittels RFID-Technologie die Servicequalität von Briefpostsendungen. Da GMS derzeit nur für die Qualitätsmessung für eingehende Sendungen verwendet wird, wurde beschlossen, GMS auf eine durchgehende Überwachung auszuweiten, um den Benutzerbedürfnissen besser zu entsprechen, und ein Gebührenmodell einzuführen.

Weiter wurden Beschlüsse verabschiedet zur Sicherung der Finanzierung des UPU Notfall- und Solidaritätsfonds und zur Erweiterung des Angebots an gebührenfreien Sendungen für Sehbehinderte.

Neue Führung

Ein weiterer Höhepunkt des Kongresses war die Wahl des neuen Generaldirektors und stellvertretenden Generaldirektors, die im Januar 2013 ihr Amt antreten werden. Das spannende Rennen um das Amt des Generaldirektors gewann schliesslich der Kenianer Bishar Hussein mit 87 Stimmen, sein Mitbewerber Serrana Bassini aus Uruguay erhielt 72 Stimmen. Der Schweizer Pascal Clivaz entschied das Duell gegen den US-Amerikaner Dennis Delahanty für sich und wurde zum Vize-Generaldirektor gewählt.

Kurz nachdem der Kongress seine Tore geschlossen hatte, fanden die beiden Körperschaften der UPU – der Rat für Postbetrieb und der Verwaltungsrat – zu ihren ersten Sitzungen zusammen. Eines der wichtigsten Ergebnisse war die Verabschiedung von neuen Strukturen für beide Organe. Die Veränderungen innerhalb des RPB sind tiefgreifender: Es wurden neue Komitees für die Bereiche Lieferkettenintegration und E-Services geschaffen. Ein neu eingerichtetes Komitee für physische Dienste beschäftigt sich mit Vergütungen und Dienstqualität in den Bereichen Paket- und Briefpost. **FM**



Feature

Vorsitzender des Rats für Postbetrieb 2013–2016



«Die UPU-Gemeinschaft bildet einen soliden Rahmen, in dem sich die Mitgliedsstaaten gegenseitig unterstützen können, um jene Herausforderungen zu meistern, die sie alleine nicht bewältigen können.

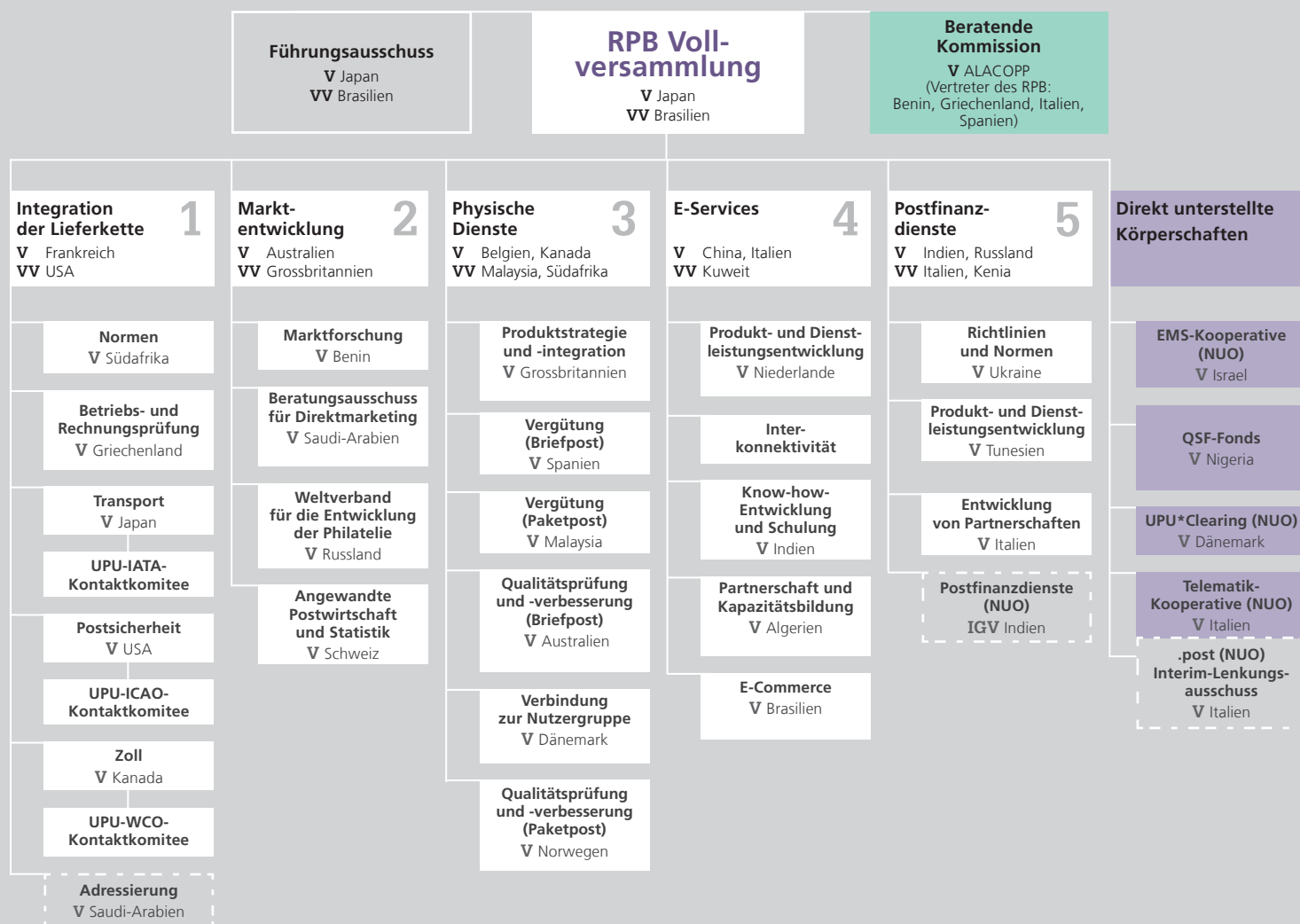
Ich bin der Ansicht, dass der Vorsitzende nicht versuchen sollte, Lösungen zu finden, sondern die Gespräche zwischen den Mitgliedsstaaten zu fördern, damit aus einer unabhängigen Ausgangslage heraus bessere Lösungen gefunden werden können.

An den Tagungen des RPB möchte ich rasche und transparente Entscheidungsprozesse fördern. Für schnelle Entscheidungen ist eine enge Zusammenarbeit unter

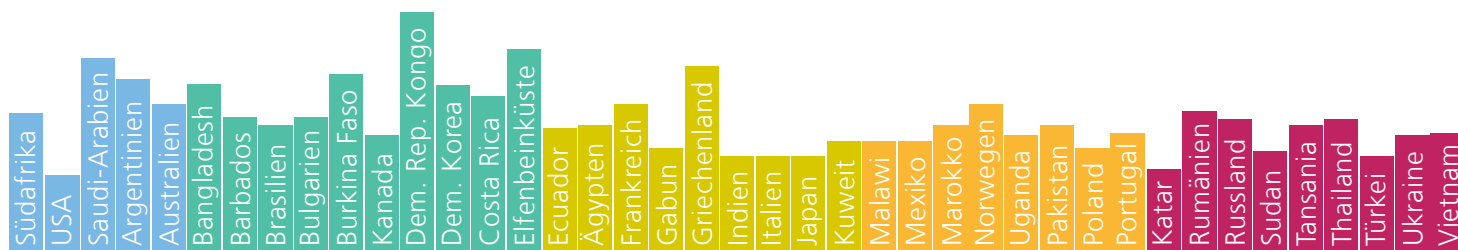
den Vorsitzenden der Ausschüsse und Arbeitsgruppen sowie mit dem Internationalen Büro eine Voraussetzung. Zudem bin ich der Meinung, dass eine grafische Darstellung von Gesprächsmaterialien wie beispielsweise Vorschlägen, Beschlüssen und Berichten viel zu verständlichen und entspannteren Diskussionen beitragen. Um die Entscheidungsprozesse transparenter zu gestalten, müssen die Meinungen von Nicht-RPB-Staaten unbedingt miteinbezogen werden.»

MASAHICO METOKI, JAPAN

VORSITZENDER DES RATS FÜR POSTBETRIEB, 2013–2016



Verwaltungsrat 2013–2016



«Die Umsetzung der Entscheide des Kongresses in Doha wird uns vor grosse Herausforderungen stellen. Die Ziele, die der Kongress gesetzt hat, sind angesichts der verfügbaren Ressourcen der UPU sehr ehrgeizig.

Der Verwaltungsratsvorsitzende wird daher eine wichtige Rolle spielen, da er über fundierte Kenntnisse der besprochen Materie verfügen und stets danach streben muss, die Aktivitäten des VR mit jenen der anderen UPU-Körperschaften wie dem POC und dem Internationalen Büro zu koordinieren.

Für ein effizientes Vorgehen muss der VR-Vorsitzende stets Lösungen finden, die für alle Parteien vertretbar

sind. Dies ist selbstverständlich keine leichte Aufgabe, da es schwer ist, ausgewogene Lösungen zu finden (die ich einseitigen Lösungsansätzen vorziehe), wenn die verschiedenen Ziele schwer vereinbar sind. Jeder Vorsitzende trägt seine persönliche Note dazu bei, wie mit Themen umgegangen wird, Verhandlungen geführt werden und in schwierigen Situationen nach Lösungen gesucht wird.»

ABDUL RAHMAN AL AQAILY, KATAR

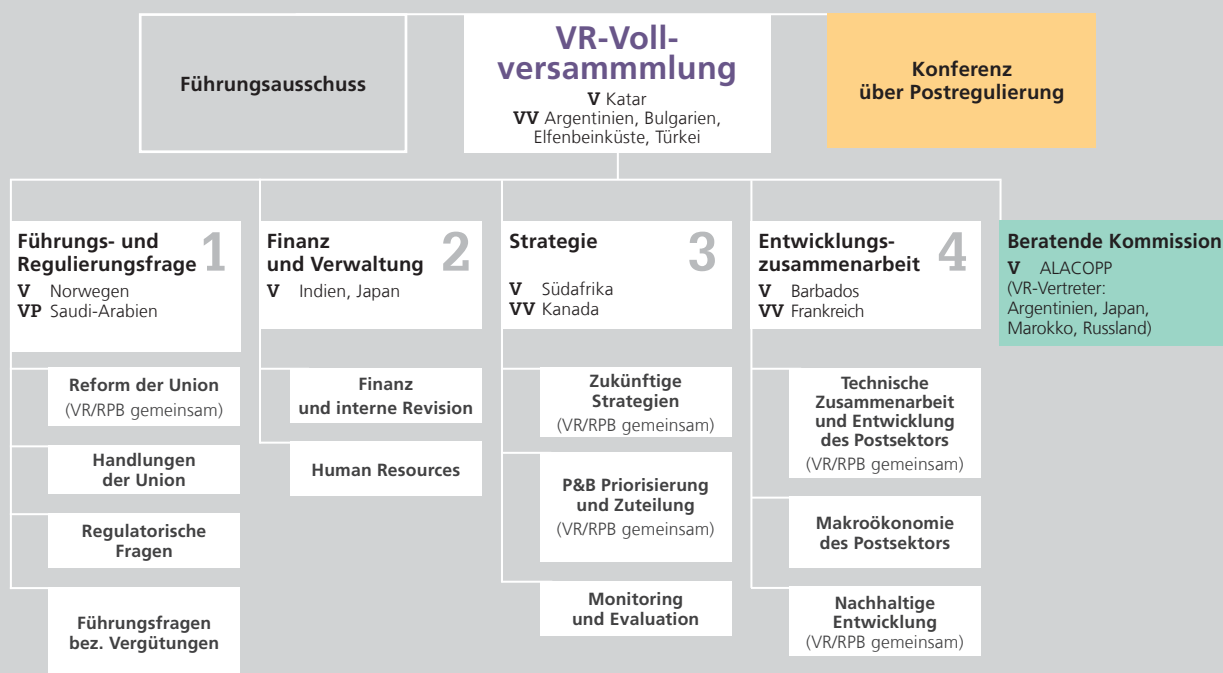
VORSITZENDER DES VERWALTUNGSRATS 2013–2016

«Die erste und grösste Herausforderung ist klar aufzuzeigen, was der Verwaltungsrat zum heutigen Zeitpunkt ist, und darauf beruhend die Aufgabe und Vision des Verwaltungsrats für die nächsten vier Jahre neu zu definieren. Dies Ziel erreichen wir sicherlich nicht kurzfristig,

aber es wird uns erlauben, den Weg zu bestimmen, den wir im kommenden Zyklus einschlagen werden.»

MARCELA MARÓN

VORSITZENDER DER BERATENDEN KOMMISSION 2013–2016



Minister brechen eine Lanze für die Post

Am Weltpostkongress in Doha tauschten die für Postbelange verantwortlichen Entscheidungsträger der Regierungen ihre Gedanken zur Bedeutung der Postdienstleistungen in unserer modernen Gesellschaft aus.

Von Jenifer Fenton

Das Treffen, an dem Dutzende Minister und Unternehmensführer aus dem Postsektor teilnahmen, stand im Zeichen der Herausforderungen, welche die Branche meistern muss, um seine Daseinsberechtigung in einer Gesellschaft zu beweisen, die immer komplexer wird und stetig neue Anforderungen stellt.

Informations- und Kommunikationstechnologien (ICT) haben zwar stark in die traditionellen Bereiche der Post eingegriffen, doch haben sie den Staaten auch Gelegenheit gegeben, ihre Postdienstleistungen an die gesellschaftlichen Entwicklungen anzupassen. Diese Meinung teilten mehrere Minister während der ersten Session, die sich vornehmlich mit der Zukunft des Postsektors im Hinblick auf die digitale Revolution befasste.

Neue Welt

«Die Rolle der Post wird sich künftig radikal ändern», sagte Omobola Johnson, Nigerias Ministerin für Kommunikationstechnologie. Aber die Post wird nach wie vor eine wichtige Stellung einnehmen. «Die Menschen brauchen Dienstleistungen . . . die mittels ICT über das Postnetz erbracht werden», fügte sie hinzu.

Russland berichtete vom optimalen Netzwerk, in dem jeder Kunde seine eigene offizielle elektronische Adresse hätte, «eine Art Fenster für sämtliche elektronischen Dienstleistungen», sagte Nikolay Nikiforov, russischer Minister für Telekommunikation und Massenkommunikation. Es würde auf einer Technologie aufbauen, die allen Zugang zu staatlichen Dienstleistungen bieten und die Entwicklung kleiner Unternehmen wie auch den Handel fördern würde. «ICT ist im konstanten Wandel begrif-

fen . . . jeder Tag bringt uns neue Herausforderungen», so Nikiforov weiter. Der Postsektor muss daher vorbereitet sein, um auf diese Herausforderungen zu antworten, betonte er.

Die Auswirkungen der Finanzkrise auf den Postsektor war ebenfalls Gegenstand der Gespräche. Um nachhaltig aus der Wirtschaftskrise hervorzugehen, braucht die Post einen Paradigmenwechsel, betonte Philip Jennings, Generalsekretär des Gewerkschaftsdachverbandes UNI Global Union. Nachhaltiges Wachstum bedinge eine nachhaltige Infrastruktur, eine, die alle Bürger, Verbraucher und Unternehmen verbindet, so führte er weiter aus.

Auch die Rolle, welche die Post bei der Förderung der finanziellen Eingliederung spielt, wurde eingehend besprochen. Ein Staat kann Dienstleistungen über die Postnetze anbieten – eine Möglichkeit, die vor zehn Jahren noch undenkbar gewesen wäre, berichtet Sachin Pilot, der indische Minister für Kommunikation und Informationstechnologie. Indien hat ein Projekt lanciert, dessen Ziel es ist, in fünf Jahren sämtliche 155 000 Poststellen des Landes – wovon sich 95% in entlegenen ländlichen Gebieten befinden – ICT-Dienste sowie die notwendigen Mitarbeiterschulungen anbieten werden. Für die Projektkosten werden eine Milliarde USD veranschlagt.

Die Postindustrie muss sich auf die lokalen Bedürfnisse und Verhältnisse ausrichten und dabei dem Umstand Rechnung tragen, dass unterschiedliche Produkte auch mit unterschiedlichen Risiken behaftet sind und daher über unterschiedliche Kanäle zu vertreiben sind. So die Worte der niederländischen Prinzessin



(Von l.n.r.) Andreas Taprantzis, Moderator, Hamadoun Touré, Generalsekretär der Internationalen Fernmeldeunion, Dina Pule, Ministerin aus Südafrika, Nikolay Nikiforov, russischer Minister, Mongi Marzouk, tunesischer Minister, David Forster, Al Jazeera English (Foto: Nawras Alfawal).

Máxima in ihrer Funktion als Sonderberaterin des UNO-Generalsekretärs für Finanzierungsfragen in den Entwicklungsländern. «Eine der wichtigsten Aufgaben jeder Regierung ist es, ein verbundenes Wirtschaftssystem zu schaffen, das einen lebhaften Markt mit verschiedenen Anbietern ermöglicht und auch fördert», sagt sie weiter. Dies erfordert jedoch Infrastruktur, Regulierung, Effizienz, Wettbewerb, Konsumentenproduktion und Koordination.

Die Sicht der Post

Aber auch die vorgesehenen Postbetreiber kamen während der Konferenz zu Wort. Patrick Donahoe, Postmaster General des United States Postal Service, gestand, dass dem US-Postanbieter aufgrund der anhaltenden Verlagerung der Kommunikation zu den digitalen Medien Einkünfte entgehen und er deshalb «schlanker, schneller und stärker» werden müsse.

Eines hat sich jedoch nicht geändert: Der US Postal Service ist dafür da, die Bedürfnisse seiner Kunden zu erfüllen. Donahoe fügte hinzu, dass der USPS in Zukunft wieder profitabel sein und expandieren werde, indem er einen umfassenden Plan umsetze, der «das Wachstum des Brief- und Paketversands steigern wird.» Für den Kundenservice und Postzugang sind ebenfalls Verbesserungen geplant.

Als der Generalsekretär der UPU, Edouard Dayan, das hochrangige Treffen zum Abschluss brachte, appellierte er an alle, durch Innovation und Diversifikation gemeinsam eine nachhaltige Zukunft für den Postsektor zu sichern. Um diese Funktion wahrnehmen zu können, braucht die Post einen eingreifenden Wandel; genau so wie die Branche und die UPU beide bestrebt sind, eine bedeutende Stellung im Hinblick auf die sozio-ökonomische Entwicklung einzunehmen . . . zum Wohle der Bevölkerungen und der Unternehmen. **JF**



Erfahren Sie, wie Minister über den Postsektor und seine Dienstleistungen denken:
<http://news.upu.int/multimedia/videos/postal-perceptions>

Jenifer Fenton arbeitet als freie Journalistin in Doha, Katar. Ausserdem ist sie Nachrichtenproduzentin beim Sender Al Jazeera English.



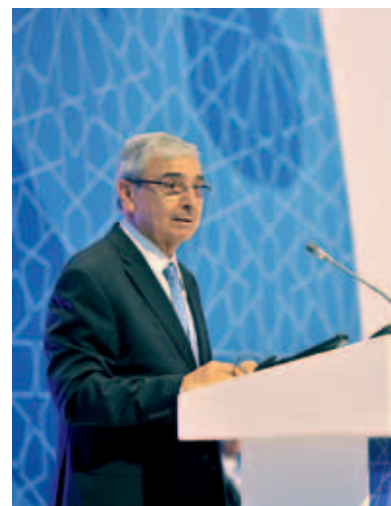
1



2



3



4



5

Fotos: Nawras Alfawal

1. Anna Tibaijuka spricht die einführenden Worte zur Adressierungs-Erklärung.
2. Die Delegierten im Qatar National Congress Centre von Doha.
3. Stellvertretender Direktor der UPU Guozhang Huang.
4. Generaldirektor der UPU Edouard Dayan.
5. Halle 1, Qatar National Congress Centre.



Fotos vom Weltpostkongress

http://www.flickr.com/universal_postal_union

Länder bekräftigen ihre guten Absichten

Wie eine Adressen-Infrastruktur zur sozialen und wirtschaftlichen Entwicklung beitragen und die Lebensqualität in den Entwicklungsländern verbessern kann, war eines der Gesprächsthemen am 25. Weltpostkongress in Doha, Katar.

Von Christina
Maria Paschyn

Die Mitgliedsstaaten der UPU haben eine Erklärung verabschiedet, in der sie ihr Engagement für die Verbesserung und Erweiterung von Adressensystemen in ihren Ländern und weltweit bekräftigen.

Anna Tibaijuka, Ministerin für Land und Wohnraum von Tansania, trug den Delegierten die Erklärung vor. «In einer Welt, die von fundamentalen Veränderungen geprägt ist, darunter – vor allem in den Entwicklungsländern – ein enormes Bevölkerungswachstum in den Städten, ist es unsere Aufgabe als lokale, regionale und nationale Entscheidungsträger, sicherzustellen, dass niemand vergessen wird», beschwor Tibaijuka die Zuhörer. «Ich selbst bin davon überzeugt, dass die Einführung von Adressensystemen zu einer Verbesserung der öffentlichen Dienste, beispielsweise der sanitären Einrichtungen, Hygiene und Wasserversorgung und vieler anderer grundlegenden Versorgungsleistungen führt», so Tibaijuka weiter.

Die Erklärung greift die wichtigsten Schlussfolgerungen auf, die auch schon in der kürzlich veröffentlichten UPU-Publikation im Rahmen der Initiative «Addressing the World – an Address for everyone» präsentiert worden sind. Zum einen, dass Adressierungssysteme an den Rand der Gesellschaft gedrückten Menschen (zum Beispiel in entlegenen Gebieten oder informellen Siedlungsformen) eine digitale Identität verschaffen.

Für die Kommission des Entwicklungsprogramms der Vereinten Nationen, die sich mit der rechtlichen Besserstellung der ärmsten Bevölkerungsschichten (Legal Empowerment of the Poor) befasst, ist dieses Problem von grosser Dringlichkeit, zumal weltweit rund 4 Milliarden Menschen keiner gesetzlichen Gewalt unterstehen und ihre Bürgerrechte ohne digitale Identität nicht wahrnehmen können. Ausserdem tragen Adressen zu einer besseren Verteilung kommerzieller und staatlicher Dienstleistungen und Ressourcen bei.

Alle erreichen

Die südafrikanische Ministerin für Kommunikation, Dina Pule, unterstützt die Erklärung: «Postdienste müssen für alle zugänglich sein. Das Recht eines jeden Einzelnen zu kommunizieren, ist in unserer modernen Welt ein unverzichtbares Gut.»

Anschliessend beschrieb Pule wie ihr Land sein Adressensystem erfolgreich erweiterte, indem zwischen 2005 und 2009 sechs Millionen weitere Haushalte mit einer Adresse erfasst wurden. Zudem wurde jede Adresse im Land mit einem Geo-Code gekennzeichnet. «Adressen tragen zu einer Verbesserung der Schutz- und Rettungsdienste in ländlichen Gebieten bei und bieten den dortigen Menschen Zugang zur

Bildung. Ohne Adresse sind die Menschen von diesen Dienstleistungen praktisch ausgeschlossen», sagte sie.

Während die Postvolumen weltweit zurückgehen, widersetzt sich Südafrika gemäss Pule diesem Trend. In den vergangenen fünf Jahren hat das Land eine vier- bis fünfprozentige Zunahme der Inlandpostsendungen verzeichnet. Hauptsächlich als Folge der zugenommenen geschäftlichen Kundenkorrespondenz.

Rechtliche Identität

Ein Vertreter der Beratenden Kommission erklärt, wie Adressen zum nationalen Wohlstand beitragen, indem sie privaten Haushalten und Unternehmen eine rechtliche Identität verleihen, mit der sie Zugang zu Bank- und Kreditleistungen erhalten: «Ich nenne es den virtuellen Wasserfall. Dank neuer Adressen können tausende Familien in den abgelegenen ländlichen Gebieten (Südafrikas) Möbel auf Kredit kaufen. Folglich benötigen die Möbelgeschäfte in den naheliegenden Städten mehr Mitarbeiter, Lieferanten, Möbelmacher und die Zulieferer brauchen Spezialisten, um neue Möbel herzustellen», erklärt er. «Neue Adressen können die Wirtschaft beleben.»

Aber auch in den entwickelten Ländern haben Adressen das Potenzial, Einkünfte zu generieren und zum Wohlstand des Landes beizutragen. So verzichtet Dänemark seit 2002 auf Gebühren für die Nutzung seiner Adressdatenbank, sofern die Unternehmen offenlegen, wie hoch die Einkünfte sind, die sie durch die Nutzung der Daten erzielen. Dänemark veranschlagt die Kosten für die Datenbankpflege auf 4 Millionen EUR (5 Millionen USD) für vier Jahre, doch der Nutzen für die Unternehmen übersteigt diesen Betrag: die 1200 grössten Datennutzer vermeldeten Direktumsätze von rund 72 Millionen EUR.

Andere Delegierte beschrieben, wie eine effizientere Adresseninfrastruktur ihrem Land zugute kam. So schilderte ein Vertreter aus Saudi-Arabien, dass technologische Innovationen wie GPS-Geräte und Smartphones der staatlichen Post des Golfstaates eine effizientere Identifizierung der Adressen und somit raschere Zustellung erlauben. Eine ecuadorianische Delegierte lobte die jüngsten Bemühungen zur Einführung einer sechsstelligen Postleitzahl für die 14 Millionen Einwohner des Landes. Das neue System, davon ist sie überzeugt, «wird die Reformation der Post in unserem Land konsolidieren.» **CMP**

Christina Maria Paschyn ist freie Journalistin in Doha, Katar, und arbeitet zudem als Dozentin an der lokalen Northwestern University.



In guten Händen

Nach der Wahl von Bishar Abdirahman Hussein zum neuen Generaldirektor der UPU hält beim Weltpostverein ab 2013 erstmals ein Vertreter aus einem Land südlich der Sahara die Fäden in der Hand.

Von
Faryal Mirza

Fotos:
Nawras Alfawal

Innerhalb der UPU ist Botschafter Bishar Hussein kein Unbekannter. Man darf ihn wohl zurecht als einen «Veteranen» des Postsektors bezeichnen.

Zu den beinahe zwanzig Jahren, die er bei der kenianischen Post verbrachte, gesellten sich fast nochmals so viele Jahre bei der UPU, wobei die Jahre 2009 bis 2012, während derer er den Vorsitz des Verwaltungsrats führte, als Höhepunkt seiner bisherigen Laufbahn bezeichnet werden dürfen.

Kurz nach seinem historischen Wahlsieg drückte der ehemalige Botschafter den Postvertretern seine «tief empfundene Dankbarkeit für ihr Vertrauen» aus, das sie während der ganzen Kampagne in ihn setzten.

Und den Ländern, die nicht für ihn gestimmt haben, versprach er in seiner Dankesrede «alle Anstrengungen zu unternehmen, um auch ihr Vertrauen zu gewinnen».

Union Postale traf den frischgebackenen Wahlsieger, um mehr über den ehemaligen CEO der Postal Corporation of Kenya zu erfahren, der die Geschicke der UPU in den kommenden vier Jahren leiten wird.

Union Postale: Nach welchen Grundsätzen werden Sie die UPU führen?

Bishar Hussein: Die Mitgliedsstaaten der UPU erwarten vom Internationalen Büro (IB) Ergebnisse. Meine Aufgabe als Generaldirektor wird es sein, dass wir diese Erwartungen in professioneller, effizienter und ethisch verantwortungsvoller Weise erfüllen.

Um dieses Ziel zu erreichen, werde ich vom gesamten IB-Kader weiterhin die strikte Einhaltung von Terminen und eine effiziente Kundenorientierung einfordern. Ich bin ein pragmatisch veranlagter Mensch und werde mich der Probleme annehmen, wenn sie auftauchen. Je nach Fähigkeiten, Kompetenz und Wissen sollen die Mitarbeiter des Internationalen Büros an der Entscheidungsfindung beteiligt werden.

Kreativität, Innovation und Ideen sind es, die grosse Organisationen vorantreiben, sodass sie ihren besonderen Stempel auf die Gesellschaft drücken können. Es sind aber auch die Qualitäten, nach denen ich bei unseren Mitarbeitern Ausschau halte. Ich will einen Teamgeist fördern, der auf Vertrauen und Respekt basiert und die einzelnen Mitarbeiter befähigt, ihre individuellen und «unternehmerischen» Ziele zu erreichen.

Andererseits fordere ich auch Disziplin, Respekt vor Autorität und Vorgesetzten und die Einhaltung geltender Regeln.

Worin unterscheiden Sie sich von Ihren Vorgängern? Jeder Generaldirektor hat seinen eigenen Führungsstil, seine eigene Perspektive und seine eigenen Prioritäten. Und dies gilt auch für mich. Doch Vertrauensbildung und Teamwork unter den IB-Mitarbeitern sind mir sehr wichtig, damit wir mit unseren begrenzten Ressourcen die bestmöglichen Ergebnisse herausholen.

«Meine entbehrungsreiche Kindheit... hat mich Bescheidenheit, Geduld, Beharrlichkeit, harte Arbeit, Selbstständigkeit, Zusammenarbeit und Respekt anderen gegenüber gelehrt.»

Ich beabsichtige überdies Regierungen, Aufsichtsbehörden, die engeren Postvereine, regionale Koordinatoren und andere Anspruchsgruppen in die Entwicklung des Postsektors einzubeziehen. Ferner ist mir die Verbesserung der Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Mitgliedsstaaten ebenfalls ein wichtiges Anliegen. Denn für den Erfolg unserer Organisation sind Konsensbildung und gegenseitiges Verständnis bei unterschiedlicher Meinung zu wichtigen Themen entscheidend.

Wir müssen uns auf den Einsatz von Technologie konzentrieren, um Innovationen zu ermöglichen und das Postgeschäft zu diversifizieren, aber auch unsere traditionellen Dienstleistungen zu optimieren.

Neue Quellen zur Finanzierung der Postentwicklung sollen evaluiert und – sofern sinnvoll – die Teilnahme des privatwirtschaftlichen Sektors gefördert werden.

Wie können Sie Ihre langjährige Erfahrung im operativen Bereich in die UPU einfließen lassen?

Ich bin sehr zuversichtlich, dass ich meine reichhaltige Erfahrung in die Entscheidungsfindung des Weltpostkongresses einbringen und helfen kann, Resolutionen in konkrete Taten, von denen die UPU-Mitglieder profitieren, umzusetzen.

Ich kann auf nahezu dreissig Jahre Erfahrung im Post- und diplomatischen Dienst zurückblicken, während derer ich für zahlreiche Institutionen und Ressourcen verantwortlich war. Den Postsektor kenne ich sowohl von der operativen Seite als auch aus Führungs- und Marktperspektive.

Als Vorsitzender des Verwaltungsrats im letzten Arbeitszyklus war ich an den Vorbereitungen für Doha beteiligt und kenne daher die Themen, mit denen sich die UPU und die Postbranche zu befassen haben.

Was ist Ihrer Meinung nach die grösste Herausforderung, welche die Post heute zu bewältigen hat?

Zu den dringendsten Aufgaben, die es anzugehen gilt, gehört sicher die Bereitstellung adäquater Finanzmittel für die Entwicklung der Post, ein Problem von dem viele Postorganisationen betroffen sind. Der technische Fortschritt, die sich immer rascher verändernden Kommunikationsmärkte und die Globalisierung stellen enorme Herausforderungen für den Postsektor dar.

Damit die UPU-Mitgliedstaaten von dieser Entwicklung nicht abgehängt werden, braucht es substanzielle Investitionen zur Modernisierung der Postinfrastruktur.

Die meisten Postbetriebe bekunden zunehmend mehr Mühe, das für die Investition in ihre Netzwerke notwendige Kapital aufzubringen – eine Situation, die sich angesichts der jüngsten Weltwirtschaftskrise noch verschlechtert hat.

Erzählen Sie uns von Ihrer Kindheit

Geboren und aufgewachsen bin ich im dünnen Hinterland Nordost-Kenias. In dieser Region regnet es nur selten, was sich auf die Lebensweise der sehr ländlich geprägten Dorfgemeinschaften auswirkt. Die Bewohner ziehen von einem Ort zum anderen, ständig auf der Suche nach Wasser und Weideland für ihr Vieh, von dem ihre Existenz abhängt.

Als kleiner Junge hütete ich in der schulfreien Zeit die Kühe, Ziegen und Kamele unserer Familie und war somit viel draussen in der Natur – eine Erfahrung, an die ich mich gerne erinnere.

Auch heute ist es nicht selbstverständlich, dass die Kinder in meiner Heimat eine Schule besuchen können. Es mangelt an grundlegender Infrastruktur wie Strassen, Telekommunikations- und Posteinrichtungen sowie an Schulen und Gesundheitsvorsorge. Viele Kinder mit grossem Potenzial erhalten so nie die Möglichkeit einer schulischen Ausbildung und somit die Chance, ihre Träume zu verwirklichen.

Inwiefern war Ihre Kindheit prägend für Sie?

Ich denke, ich hatte auch Glück, unter diesen schwierigen Verhältnissen überlebt zu haben und so weit gekommen zu sein. Andererseits hat sich meine schwere Kindheit als unschätzbare Vorteil erwiesen, indem sie meinen Charakter, meinen Geist und meine Entschlossenheit gestählt hat und ich grosse Herausforderungen instinktiv zu bewältigen weiss.

Das lebensfeindliche Umfeld und meine entbehrungsreiche Kindheit haben mich Bescheidenheit, Geduld, Beharrlichkeit, harte Arbeit, Selbstständigkeit, Zusammenarbeit und Respekt anderen gegenüber gelehrt – Werte, die gerade auch in einem multilateralen und multikulturellen Umfeld, wie es die UPU ist, essentiell sind.

Wann sind Sie zur Post gestossen?

Ich bin 1984 direkt von der Universität zur Kenya Post & Telecommunications Corporation (KPTC) gegangen, wo ich eine intensive einjährige Ausbildung im Bereich Postbetrieb und -management am Postschulungszentrum in



Der neu gewählte UPU-Generaldirektor wird von den Delegierten zu seiner Wahl beglückwünscht

Nairobi absolvierte. Die Kurse deckten jeden Aspekt des Postgeschäfts ab.

Wie ging es dann für Sie weiter?

Bis 1999 nahm ich am Hauptsitz und draussen in verschiedenen Geschäftsstellen unterschiedliche Führungsaufgaben wahr. In diesem Jahr spaltete die Regierung den Postriesen KPTC in drei Einheiten auf: Telkom Kenya Ltd, die Communications Commission of Kenya und die Postal Corporation of Kenya (PCK). Am 1. Juli 1999 wurde ich zum ersten Postmaster General von PCK ernannt.

Was war das für eine Organisation, deren Führung Sie übernahmen?

Wir hatten Kenya Post praktisch aus dem Nichts und ohne irgendwelche staatlichen Subventionen aufgebaut. Die PCK wurde eigentlich ohne adäquate Betriebsmittel lanciert. Schlimmer noch, wir «erbten» einen riesigen Schuldenberg von der KPTC, hauptsächlich in Form ausstehender Rechnungen von Zulieferern, noch nicht abgewickelter Zahlungsüberweisungen, gesetzlich zu leistender Zahlungen und einen Haufen weitere Verbindlichkeiten.

Geld für die Auszahlung der Löhne unserer 5500 Mitarbeiter und für die Aufrechterhaltung des normalen Tagesgeschäfts war zu Beginn auch keines in der Kasse.

Was wurde unter Ihrer Leitung unternommen?

Wir hatten vier wertvolle Aktiven: eine gut ausgebildete und erfahrene Mitarbeiterschaft, ein weit reichendes Postnetz, das tief verankerte Vertrauen unserer Kund-

schaft und der Öffentlichkeit sowie den Willen, erfolgreich zu sein. Wir gingen rasch daran, ein schlankes, effizientes Managementteam zu bilden, das die Geschäftseinheiten und den Betrieb mit fast militärischer Präzision straffte und neu organisierte.

Wir nahmen unser Netzwerk unter die Lupe, optimierten unsere Stärken und behoben unsere Schwächen, analysierten Gefahren und Risiken und maximierten unsere Gelegenheiten im Markt. Dazu brachten wir unsere Mitarbeiter dazu, unsere Vision zu teilen, hoben den Teamgeist an und setzten strikte Disziplin durch.

Dann galt es, die neue Vision, Mission und Strategie unseres Unternehmens zu definieren und die Reformationsprogramme mit grösster Konsequenz durchzusetzen, was schon innerhalb kurzer Zeit erste Früchte abwarf.

Wir bauten den Schuldenberg grösstenteils ab und erzielten Ende des ersten Jahres gar einen kleinen Gewinn. Nach dem zweiten Jahr waren wir über dem Berg. Mehr noch, wir hatten ein solides Fundament für ein lebendiges und nachhaltiges Postunternehmen gelegt.

Irgendwo, tausende Kilometer von Nairobi entfernt im Norden Kenias hütet ein Kind eine Ziegenherde und träumt von einem besseren Leben. Was würden Sie ihm raten?

Ich würde ihm sagen, dass es über seine unmittelbare Situation hinaus in die Zukunft blicken, hart arbeiten und dabei seine Träume nie vergessen soll, denn wer keine Träume hat, der kann sie auch nicht verwirklichen.

FM

Bekanntes Gesicht, neues Büro

Der Schweizer Pascal Clivaz wurde per Januar 2013 zum 15. Stellvertretenden Generaldirektor des Internationalen Büros der UPU ernannt.

Von
Rhéal LeBlanc

Im Jahr 2012 konnte die Schweiz gleich zwei Meilensteine feiern: Zehn Jahre Mitgliedschaft bei den Vereinten Nationen und die Wahl des Schweizer Pascal Clivaz zum Stellvertretenden Generaldirektor der UPU.

Clivaz, ein vormaliges Geschäftsleitungsmitglied der Schweizerischen Post, stiess 2005 als Finanzdirektor zur UPU und übernahm später zusätzlich den Bereich strategische Planung. Mit 46 Jahren gehört er zu den jüngsten Führungsverantwortlichen in der Geschichte der UPU.

Union Postale: Wie sehen Sie die Rolle des Stellvertretenden Generaldirektors?

Pascal Clivaz: In erster Linie betrachte ich es als meine Aufgabe, den Generaldirektor in seiner Arbeit zu unterstützen. Wir haben eine Road Map, die Doha Poststrategie, und der Kongress hat eine Reihe von Resolutionen beschlossen, die den direkten Willen der Mitgliedsstaaten ausdrücken.

Deshalb müssen wir unsere Energie darauf verwenden, die Kongressbeschlüsse umzusetzen, ohne dabei jedoch unsere Budgetobergrenze zu überschreiten. Da der Generaldirektor sich in erster Linie mit postpolitischen Entscheidungen befasst, ist es meine Aufgabe, ihn im täglichen Geschäftsbetrieb zu entlasten.

Wo liegen die grössten Herausforderungen für die UPU in den kommenden Jahren?

Eines unserer Ziele ist es, unter Nutzung vorhandener Synergien die Entscheidungen des Kongresses umzusetzen. Der Generaldirektor und ich wollen bei der Berichterstattung zuhause des Weltpostkongresses 2016 in

der Türkei möglichst alle Punkte umgesetzt haben. Doch dies dürfte in vieler Hinsicht eine Herkulesaufgabe werden, insbesondere was die Ressourcen angeht. Der Kongress hat bekräftigt, dass die UPU gut mit ihren Mitteln haushalten muss. Deshalb müssen wir wie jede andere Organisation auch ein Auge auf unsere Strukturen, Prozesse und Abläufe haben, um einen ausgeglichenen Finanzhaushalt vorlegen zu können. Es wird darauf hinauslaufen, dass wir die hohe Beanspruchung unserer personellen und finanziellen Ressourcen im Rahmen der Projekte mit den nicht unbeschränkt vorhandenen Ressourcen der UPU in Einklang halten.

Gibt es bestimmte Projekte, die Ihnen in Ihrer neuen Funktion besonders am Herzen liegen?

Ich werde diejenigen Projekte durchführen, die mir der Generaldirektor aufträgt. Dass wir eine ganze Reihe von Projekten eng begleiten müssen, dürfte selbstverständlich sein.

Mit der Lancierung von «.post» anlässlich des Weltpostkongresses in Doha haben wir den Postsektor definitiv ins digitale Zeitalter geführt. Doch dies erfordert auch grössere Professionalität und Reaktionsfähigkeit von unserer Seite. Weitere Projekte befinden sich im Planungsstadium, einschliesslich solcher im Bereich Finanzdienstleistungen.

Dabei dürfen wir die Entwicklung des herkömmlichen Postgeschäfts keinesfalls vernachlässigen, beispielsweise den Paketversand, der für den Postsektor in Zukunft noch weiter an Bedeutung gewinnen wird.



.....
Pascal Clivaz bringt IB-Erfahrung mit
 (Foto: Nawras Alfawal).

Es braucht wirklich ein Zweier-Team, um diese Arbeit zu bewältigen. Ich möchte mich vor allem auf diejenigen Bereiche konzentrieren, in denen ich mich am besten auskenne, zum Beispiel Support-Dienstleistungen und Ressourcen- und Personalmanagement. Ich erwarte keinerlei Probleme in der Aufteilung unserer Zuständigkeiten hinsichtlich der Aufgaben, die es anzupacken gilt.

Sie meinen den Anbruch des digitalen Zeitalters und die Auswirkungen auf den Postsektor. Wird die Post der Zukunft vollständig digitalisiert sein?

Das physische Netzwerk wird immer eine wichtige Funktion einnehmen. Natürlich wird sich angesichts der immer stärkeren Durchdringung der Wirtschaft durch die Digital- und Informationstechnologie auch die Post diesen Gegebenheiten anpassen. Doch manche Produkte und Dienstleistungen lassen sich nun mal nicht digitalisieren.

Eindeutig Vorrang für mich hat die Definition angemessener Postwirtschaftsmodelle auf globaler Ebene, welche den unterschiedlichen geografischen Gebieten und «Ländertypen» Rechnung tragen. Je nach länderspezifischer Gesetzgebung sind unterschiedliche Massnahmen denkbar.

Ausserdem müssen wir das Thema Postregulierung ins Auge fassen, denn sie bestimmt, wie viel Spielraum die Postunternehmen haben, um ihre Mission zu erfüllen. Es ist heute von grosser Wichtigkeit, dass der Postsektor als wichtige Komponente der wirtschaftlichen Entwicklung wahrgenommen wird. Dies entspricht im Übrigen auch unserer Weltpoststrategie. Wir müssen die

verschiedenen ökonomischen Modelle, welche die physischen, finanziellen und digitalen Aspekte der Post bestimmen, einer gründlichen Prüfung unterziehen.

Die UPU hat sich stark bemüht, die Regierungen von den vielfachen Chancen, die der Postsektor als Triebkraft der Wirtschaft zu bieten vermag, zu überzeugen. Doch ist die Botschaft tatsächlich angekommen?

Im Verlauf des Kongresses wurde eine Ministerkonferenz einberufen, um die Dynamik zu nutzen und neue Verträge mit den Regierungen auszuhandeln. Die Minister schienen für unsere Botschaft empfänglich zu sein und die potenzielle Bedeutung des Postsektors für ihre Wirtschaft – gerade in der heutigen Krise – zu erkennen.

Die Post gehört vielfach zu den grössten Arbeitgebern eines Landes und kann im Rahmen des Service Publique eine herausragende Rolle spielen. Sie kann ebenfalls ein wertvolles Instrument für die Öffentlichkeitspolitik sein, vorausgesetzt, die Regierung überprüft Mandat und Mission ihres öffentlichen Postanbieters.

Was erwarten Sie vom Internationalen Büro im kommenden Postzyklus?

Wir erwarten viel von unseren Mitarbeitern im Internationalen Büro, wenn es darum geht, die Roadmap von Doha in messbare Ergebnisse umzusetzen. Ich bin nach wie vor felsenfest davon überzeugt, dass wir dank der harten und engagierten Arbeit aller Beteiligten am nächsten Kongress 2016 einen beeindruckenden Leistungsausweis vorlegen und die vorgegebenen Ziele erreicht haben werden. **RL**

Das Geheimnis der Blauen Mauritius

Mauritius Post feierte 2012 ihr 240-jähriges Bestehen. Aus diesem Anlass nimmt *Union Postale* die frühen Briefmarken, welche die mauritische Post herausgegeben hat, unter die Lupe, denn diese Raritäten zählen heute bei den Sammlern weltweit zu den begehrtesten Postwertzeichen überhaupt.

Von Kayla Redstone

Im Jahr 1847 gravierte Joseph Osmond Barnard in Port Louis, Mauritius, die Worte «Post Office Mauritius» in eine Kupferplatte, nicht ahnend, dass er damit Briefmarken schaffen würde, die heute weltweit zu den am meisten gesuchten und teuersten der Welt gehören. Die beiden Briefmarken, die «Penny Orange» und die «Two Penny Blue», die sogenannte Blaue Mauritius, sind die einzigen weltweit, auf denen «Post Office» vermerkt steht anstatt des üblichen «Post Paid». Dieser minime Unterschied lässt Sammler bei Auktionen Millionenbeträge für Exemplare dieser äusserst raren Wertzeichen bieten.

Hat der Graveur nur einen Fehler gemacht oder war es Absicht? Wir wissen es bis heute nicht.

Legenden

Über Barnard ist nur wenig bekannt. Er reiste 1838 als blinder Passagier von Portsmouth, England, nach Mauritius, wo er ein Jahr später in der lokalen Zeitung ein Inserat publizierte, in dem er seine Dienste als Graveur und Miniaturenmalers anpries.

Im November 1846 machte er eine Offerte für den Druck zweier Briefmarken: 10 Shilling für tausend Druckexemplare, plus zehn Pfund für die Kupferplatten. Sorgfältig gravierte er seine Vorlagen in das weiche 82 x 63 mm grosse Plättchen, wobei er dieselbe Profilansicht von Königin Victoria mit Diadem zeichnete, wie sie auf den frühen britischen Postwertzeichen zu sehen ist. Im Rand der Marken gravierte er die ominösen Worte «Post Office Mauritius». Anschliessend druckte er auf der Handpresse je 500 Exemplare der beiden Wertzeichen.

Philatelisten streiten sich seit Jahrzehnten darüber, ob Barnard fälschlicherweise «Office» statt «Paid» eingraviert und somit einfach einen Fehler machte oder ob er dies in voller Absicht tat. Denn auf den von der mauritischen Post verwendeten Briefstempeln steht ebenfalls

«Office»; vielleicht wollte er seine Wertzeichen lediglich daran anpassen.

Die Marken wurden offiziell am 20. September 1847 ausgegeben. Somit war Mauritius die erste britische Überseekolonie, die Briefmarken herausgab. Die Briefmarken gingen am 22. September in den Verkauf, doch es hält sich hartnäckig das Gerücht, dass eine bestimmte Person bereits am Tag zuvor einige der Marken erhalten haben soll, nämlich Lady Elizabeth Gomm, die Frau des Gouverneurs von Mauritius.

Maskenball

Zur Zeit als die Marken gedruckt wurden, war die ehemals französische Kolonie Mauritius schon seit rund 40 Jahren britisches Territorium. Auch wenn Englisch offizielle Sprache war, blieb das Französische dominierend, wodurch die Lage sehr angespannt war.

Es wurde oft spekuliert, dass der von Lady Gomm am 30. September 1847 veranstaltete Maskenball dazu beitragen sollte, die zwischen den frankophonen und anglophonen Gemeinschaften herrschenden Spannungen zu lösen. Ein weiteres Gerücht besagt, dass die vorzeitig gelieferten Marken für den Versand der Einladungen verwendet wurden, was wiederum Spekulationen nährte, dass die Briefmarken speziell für diese diplomatisch heikle Mission herausgegeben worden waren.

In ihrem Buch, *Blue Mauritius: The Hunt for the World's Most Valuable Stamps*, versucht die Autorin, Helen Morgan, ihres Zeichens Schriftstellerin und Archivarin, den Zusammenhang zwischen Ball und Briefmarken schlüssig zu beweisen. «Für meine Forschung ist die Suche nach einem schriftlichen Beweis, der Maskenball und Marken miteinander in Verbindung bringt, quasi die Suche nach dem heiligen Gral. Doch ich habe diesen Beweis bis heute nicht gefunden.» Es gibt lediglich einzelne vage Hinweise in diese Richtung. Dennoch hält sie – wie viele Sammler übrigens auch – an ihrer Theorie

fest. Diese basiert auf drei identischen Briefumschlägen, die jeweils mit einer Penny Orange für lokale Beförderung frankiert und den Adressaten M. Alcide Marquay, Ed. Duvivier Esq. und H. Adam Esq. Junr. zugestellt wurden.

Auch wenn die Couverts Morgan zufolge keine Einladungen enthielten, gab und gibt deren Ähnlichkeit Philatelisten genügend Grund, um zu glauben, dass sie mit dem Ball in Zusammenhang gebracht werden können. «Diese Verbindung wurde erstmals in einer Philateliezeitschrift von einem anonymen Leserbriefschreiber 1897 geäußert», sagt Morgan. «Als sich herausstellte, dass es drei Umschläge gab, und die Philatelieexperten die Ähnlichkeit der Umschläge bemerkten, reifte in ihnen die Überzeugung, dass die Umschläge demselben Zweck gedient haben mussten.»

Der Bordeaux-Umschlag

Mögen die Umschläge die Debatte, ob die Marken nun zur Frankierung der Einladungsschreiben benutzt wurden oder nicht, noch so anheizen, bei einem Umschlag konnte jedenfalls nachgewiesen werden, dass er nicht nur für den Versand der Einladungen verwendet worden war. Im Jahr 1912 machte ein Schüler, als er die verstaubte Handelskorrespondenz seines Vaters, der Weinhändler gewesen war, durchforstete, um zu sehen, ob noch Briefmarken vorhanden waren, den Fund seines noch jungen Lebens: den sogenannten Bordeaux-Umschlag. Auf diesem Umschlag, der einen Brief von



Edward Francis & Co. aus Port Louis, Mauritius, an den Weinhändler Ducau & Lurguie in Bordeaux, Frankreich, enthielt, war mit je einer Orangen und Blauen Mauritius frankiert. Laut Morgan eine für internationale Postsendungen inkorrekte Frankierung. Tatsächlich wurde ein zweiter Brief nach Bordeaux richtig mit lediglich einer Blauen Mauritius frankiert.

Morgan sieht im ersten Brief schlicht einen Irrtum, was angesichts der Tatsache, dass die Marken erst seit kurzem im Umlauf waren, wohl häufiger vorgekommen sein dürfte. «Es werden immer Fehler gemacht, weil die Menschen mit einer bestimmten Neuerung einfach noch nicht ganz zurechtkommen. Somit lassen sich einige der Anomalien erklären», ist sie überzeugt. Dieser an sich kleine Fehler, den Umschlag mit beiden Wertzeichen zu frankieren – eine Differenz von gerade einmal einem Penny –, war einem Käufer 1993 3,8 Millionen US-Dollar wert. Damit ist der Bordeaux-Umschlag das teuerste Philatelie-Los aller Zeiten. Der Umschlag wurde indes seither nicht mehr angeboten.

Heute ist die Existenz von noch 12 Exemplaren der Blauen und 15 der Orangen Mauritius bekannt – also insgesamt nur 27 Exemplare, von denen hoffnungsfrohe Sammler träumen können, sie dereinst zu besitzen, vorausgesetzt sie verfügen über das nötige Kleingeld . . . KR

Kayla Redstone arbeitete als Praktikantin beim UPU Communication Programme, als sie diesen Artikel verfasste.

Von Susan
Vogel-Misicka

Über die Jahre sind immer wieder Exemplare der berühmten Mauritius-Marken im Handel aufgetaucht. So wechselten bereits im Jahr 1893 je ein Exemplar der Schwarzen und Blauen Mauritius für die damalige Rekordsumme von 680 GBP pro Marke den Besitzer. Knapp hundert Jahre später musste ein Käufer 1988 für die Blaue Mauritius alleine schon 750 000 USD hinblättern.

Kurz darauf folgte, was Emmanuel Richon, Kurator des Blue Penny Museums in Port Louis, den Jahrhundertverkauf nennt: «Es war eine einzigartige Gelegenheit, um je ein Exemplar der beiden Marken zu erwerben», erinnert sich Richon an die Auktion vom 10. November 1993 in Zürich, Schweiz. Dort bot ein Konsortium mauretanischer Unternehmen unter der Führung der Mauritius Commercial Bank rund 2,6 Millionen USD, um die beiden Marken zurück

nach Mauritius zu holen. In der gleichen Auktion wurde der Bordeaux-Umschlag einem Bieter aus Singapur für knapp vier Millionen USD zugeschlagen.

Richon weist darauf hin, dass diese Briefmarken nicht nur wichtige Zeugen für die Einführung von Postwertzeichen im 19. Jahrhundert sind, sondern auch über die koloniale Verwaltung und den Gravur-Prozess Auskunft geben. «Obwohl nur ein Quadratzentimeter gross, haben sie enormen Wert», bekennt Richon.

Um die Marken in einer Umgebung zu präsentieren, die ihrer Bedeutung gerecht wird, errichtete die Mauritius Commercial Bank 2001 eigens das Blue Penny Museum. «Wir sind stolz darauf, die Marken hier, an dem Ort, wo sie erschaffen wurden, dem Publikum dauerhaft zeigen zu können. Es ist wohl das selbe Gefühl, das die Italiener haben,

wenn sie Michelangelos Sixtinische Kapelle betreten», schwärmt Richon.

Der Wert der beiden Penny-Marken ist in den vergangenen Dekaden ins unermessliche Gesticiegen. So versicherte das Museum seine beiden Schätze für 5 Millionen USD, als sie 2001 für eine Ausstellung nach Berlin ausgeliehen wurden.

Manch ein Historiker dürfte den Erschaffer der Marke lediglich für einen unkonzentriert arbeitenden Stümper halten, der eine Marke fälschlicherweise mit «Post Office Mauritius» beschriftete, doch Richon ist da anderer Meinung: «Niemand hat je wirkungsvollere Werbung für unser Land gemacht als Osmond Barnard. Man darf das fast schon als genial bezeichnen!»

Susan Vogel-Misicka ist freie Journalistin in Bern, Schweiz, und arbeitet zudem als Journalistin für swissinfo.

Tokio setzt Privatisierung fort

Die seit langem andauernde Privatisierung von Japan Post ist seit Ende Oktober einen Schritt weiter: Die Muttergesellschaft des Postunternehmens plant für ihren Postzweig den Börsengang in der zweiten Jahreshälfte 2015.

Von Julian Ryall

Japan Post Holdings Co. legte am 26. Oktober ihre Absichten dem aufsichtsführenden Minister für die Privatisierung von Zustellunternehmen, Mikio Shimoji, dar. Der Börsengang wäre einer der grössten in der japanischen Wirtschaftsgeschichte und der Verkauf von rund zwei Dritteln der staatlichen Anteile würde einen Erlös von 7 Billionen JPY (87,5 Milliarden USD) erzielen.

Kurz darauf erklärte der Finanzminister Koriki Jojima anlässlich einer Pressekonferenz, dass die Regierung ihre Anteile veräussere, um die Wiederaufbauarbeiten nach dem Erdbeben und Tsunami im März 2011 zu finanzieren. «Ich hoffe, wir erzielen einen höchstmöglichen Erlös», fügte er hinzu.

Das Abstossen des staatlichen Anteils war bereits lange vor dem grossen Erdbeben, das den Nordosten des Landes heimgesucht hatte, beschlossene Sache. Die Finanzierung des Wiederaufbaus von hunderten Gemeinden in der Region Tohoku, die durch die schlimmste Naturkatastrophe in Japan seit Menschengedenken zerstört worden waren, verlieh dem Anliegen neue Dringlichkeit.

Japan Post wurde am 1. April 2003 im Zuge der Neuorganisation des Postdienstleisters gegründet. Der damalige Premierminister Junichiro Koizumi erklärte die Privatisierung des Unternehmens im Anschluss an seine Wahl zu einem Schwerpunktthema seiner Regierung, obwohl dies von manchen als kontroversen Schachzug kritisiert wurde.

Als staatlicher Anbieter von Post- und Paketzustellungen, Finanzdienst-

leistungen und Lebensversicherungen zählte Japan Post über 400 000 Mitarbeiter und war mit einem Netzwerk von 24 700 Postämtern einer der grössten Arbeitgeber Japans.

Umfassendes Netzwerk

Japan Post machte sich die Tatsache, dass sie in praktisch jeder Gemeinde im ganzen Land über Standorte verfügte – wovon Privatbanken nur träumen konnten – zum Vorteil und betrieb das weltweit umfassendste Postsparkassennetz. Es verwaltete auf ihren «Yu-cho»-Konten private Vermögenswerte im Wert von 224 Billionen JPY (2,1 Billionen USD) und weitere 126 Billionen JPY (1,2 Billionen USD) in Form von «Kampo»-Lebensversicherungen. Dies hat sich bis heute kaum geändert.

Im Oktober 2007 wurde das Unternehmen einer Neustrukturierung unterzogen und in vier Geschäftsbereiche aufgeteilt: Finanzdienste, Versicherung, Post und Schalterdienstleistungen für die erstgenannten drei Bereiche. Die liberal-demokratische Regierungspartei LDP setzte 2010 als Frist für die Börsennotierung der Holdingaktien.

2009 erlitt die LDP in den Parlamentswahlen eine Niederlage und die neue Demokratische Partei Japans, welche die Regierung stellte, legte das Vorhaben, ihre Anteile abzustossen, kurzerhand auf Eis.

Der nächste Schritt

Angesichts der Naturkatastrophe im vergangenen Jahr sah sich die Regierung gezwungen, im April ein Gesetz zu verabschieden, welches die Mög-

lichkeit einer Gesamtprivatisierung prüfte, und der Regierung gleichzeitig ein gewisses Mass an Einfluss über die Dienstleistungen einräumte. Damit steht der Börsennotierung nichts mehr im Weg. «Es war ein jahrelanges Hin und Her, aber dieser jüngste Schritt lässt vermuten, dass das Thema wieder aktuell ist», meint Martin Schulz, Senior Economist am Fujitsu Research Institute. «Dies bedeutet aber noch nicht, dass es auch umgesetzt wird, denn die Banken und privaten Versicherungsunternehmen wehren sich gegen das Vorhaben.»

Am meisten Sorgen bereitet dem privaten Sektor, dass die Minderheitsbeteiligung der Regierung den Finanzbereichen von Japan Post zu Wettbewerbsvorteilen verhelfen würde, indem das Unternehmen die Möglichkeit hätte, in neue Märkte wie beispielsweise Spezialkrankensicherungen einzudringen. So wäre sichergestellt, dass das Unternehmen niemals aus dem Markt verdrängt werden könnte. Am 16. Dezember finden jedoch Wahlen statt, welche die Pläne zur Veräusserung der staatlichen Anteile durchkreuzen könnten. JR

Julian Ryall ist freischaffender Journalist in Tokio, Japan, und Japankorrespondent des Daily Telegraph.

Fortsetzung der Umschau auf Seite 30.

IBIS beschleunigt Paketnachforschungen

Von Kayla
Redstone

Seit Januar 2012 ist die Verwendung des webbasierten Systems für Paketnachforschungen IBIS (Internet-Based Inquiry System) obligatorisch. Rund 148 Postbetreiber machen davon Gebrauch und loben dessen Vorteile.

Vor der Einführung von IBIS mussten Postbetreiber ihre Nachforschungsanträge für vermisste Pakete mittels eines Formulars (CN08) einreichen, das per Post oder Fax zugestellt wurde. Mit dem webbasierten System können die Anträge online erfolgen. Über 25 000 Anträge werden monatlich auf diese Weise bearbeitet. Das System setzt über drei Phasen zudem strengere Fristen für das Auffinden von verloren gegangenen Paketen: Nachforschungsantrag, Spezialsuche und Vollsuche.

In der ersten Phase hat die Bestimmungspost zwölf Arbeitsstunden Zeit, die Angaben zur Sendungsverfolgung zu überprüfen, bevor sie die Aufgabepost darüber informieren muss, ob das Paket gefunden wurde. Wurde das Paket nicht gefunden, bleiben der Bestimmungspost weitere 24 Arbeitsstunden, um es im Verteilzentrum zu suchen, bevor sie wieder reagieren kann.

Bleibt das Paket unauffindbar, hat die Bestimmungspost weitere 160 Stunden Zeit, um eine umfassende Untersuchung durchzuführen.

«Indem die UPU IBIS für obligatorisch erklärt hat, kann sie das CN 08-Papierformular für den Nachforschungsantrag auslaufen lassen und den Prozess beschleunigen», erklärt Christine Bétrémieux, Leiterin des UPU-Paketprogramms.

Laut Postbetreibern tragen diese strengen Fristen zur Verbesserung des Kundenservices bei. Der britische Paketzusteller Parcelforce setzt IBIS seit 2006 ein, als es für einen weiten Benutzerkreis verfügbar wurde, und gilt als Spitzenreiter in diesem Bereich. Zwischen Februar und Juli 2012 erzielte das Unternehmen eine Quote von 100% in Bezug auf die Pünktlichkeit, d.h. eine Anfrage wurde innerhalb der festgelegten Höchstdauer behandelt. «IBIS macht uns das Leben leichter, da man den Beweis dafür hat, dass man das Paket tatsächlich erhalten hat. Es ist nicht nur ein blosses Stück Papier, das irgendwo verloren gehen kann, und für den Kunden ist es um ein Vielfaches effizienter», meint Andrea Tye, Leiterin des internationalen Kundenservices bei Parcelforce.

Die Schweizerische Post, ebenfalls eine Spitzenreiterin mit einer hundertprozentigen Erfolgsquote zwischen Februar und Juli 2012, verzeichnete nach dem Wechsel zu IBIS im Jahr 2006 eine Verbesserung des Kundenservices. Die Fristen haben

dafür gesorgt, dass andere Postbetreiber bezüglich der Beantwortung von Anträgen verlässlicher geworden sind, meint Ruggero Schifano von der Abteilung Kundenservice bei der Schweizerischen Post.

Wenn Postbetreiber, die Anfragen erhalten, 95% der Anfragen pünktlich beantworten, sind sie zu einem fünfprozentigen Rabatt auf Endvergütungsanteile berechtigt. Seit Mai dieses Jahres erhalten Postbetreiber, die weniger als 500 Anfragen jährlich verzeichnen, eine E-Mail-Benachrichtigung, wenn eine neue Anfrage eingegangen ist, da sie bereits wegen einer unbearbeiteten Anfrage den Anspruch auf den Rabatt verlieren könnten.

Postbetreiber, die IBIS nicht einsetzen, sind darauf angewiesen, dass ihre Partner die mit dem herkömmlichen CN 08-Formular eingereichten Anträge bearbeiten, und haben keinen Anspruch auf den Rabatt. Betreiber, die IBIS anwenden, sind nicht länger verpflichtet, Formularanfragen zu beantworten. Das UPU-Paketprogramm ermutigt alle Postbetreiber, das elektronische Nachforschungssystem zu benutzen. **KR**

Kayla Redstone absolvierte ein Praktikum im UPU-Kommunikationsprogramm, als sie diesen Artikel verfasste.

Für das Auffinden vermisster Pakete in drei Phasen gelten strenge Fristen.

Track- und Trace-Daten überprüfen

12

Verteilzentrum überprüfen

24

Vollsuche durchführen

160

Stunden

Umschau

Kurznachrichten

Australien

Australia Post beabsichtigt, über 2 Millionen AUD (2 Millionen USD) zu investieren, um das nationale Logistiknetzwerk in ein Paket-zustellnetzwerk «von Weltrang» und in eine globale digitale Plattform umzuwandeln. Die Investitionen werden dazu dienen, den Stand der Automatisierung zu verbessern und die landesweite Präsenz von Australia Post zu verstärken. Laut dem Postbetreiber sollte dies für flexiblere Zustellmöglichkeiten für Private und Unternehmen.

Belgien

Bpost hat einen Teil ihres Certipost-Dienstes für den Austausch von elektronischen Dokumenten, insbesondere Rechnungen, für 18,3 Millionen EUR (24 Millionen USD) verkauft. Certipost wird weiterhin Dienstleistungen für fälschungssichere Dokumente und digitale Zertifizierung anbieten sowie den belgischen Personalausweis ausstellen.

Grossbritannien

Der Reiseveranstalter Minoan Group hat mit der **National Federation of SubPostmasters**, der Gewerkschaft für Postagenturen, ein Abkommen für ein dreimonatiges Pilotprojekt getroffen, in dessen Rahmen 50 automatisierte Reisekioske in kleinen Postämtern in entsprechenden Absatzgebieten betrieben werden. Falls sich das Projekt als erfolgreich erweist, wird Minoan Group im Laufe der nächsten fünf Jahre rund 1000 solcher Kioske in Betrieb nehmen.

Royal Mail bietet Kunden mit geringem Einkommen wie Rentnern, Erwerbslosen und Bezüglern von Invaliditätsrenten in der Vorweihnachtszeit die Möglichkeit, Briefmarken zum Tarif von 2011 zu erwerben. Zudem beabsichtigt der Postbetreiber, Anfang 2013 ein neues Paketverfolgungssystem für seine Rücksendedienste zu lancieren. Damit werden Händler in der Lage sein, Rücksendetiketten mit Tracking-Nummern zu erstellen. Die entsprechende Regulierungsbehörde Ofcom hat grünes Licht dafür gegeben, dass Paketsendungen an Nachbarn übergeben werden können, falls ein Empfänger eine Sendung nicht entgegennehmen kann.

Italien

Poste Italiane ist das erste Unternehmen in Italien, das ein kontaktloses Zahlungssystem für seine Kunden einführen wird. Es wird dazu die sog. «Near Field Communication» (NFC) einsetzen. NFC-Systeme beruhen auf einem drahtlosen Datenaustausch, der es Kunden erlaubt, Zahlungen mit ihrem Mobiltelefon ohne Unterschrift oder Code-Eingabe zu tätigen.

Jersey

Jersey Post testet zurzeit neue Wege zur Verbesserung der Paketzustellungen. Der Postbetreiber der Kanalinsel prüft momentan verschiedene Möglichkeiten über ihren «Secure-Drop»-Service. Mit diesem sind Kunden in der Lage, für die Zustellung von nicht eingeschriebenen Paketen einen anderen Zustellort als ihre Wohnadresse anzugeben.

Kanada

Canada Post führt eine neue Produktelinie für Online-Händler ein, welche Daten von Canada Post in ihre Internetplattform, Kundenapplikation oder ihren Online-Shop einbinden möchten. Mit den «Canada Post Web Services» haben Händler die Möglichkeit, verschiedene Abhol- und Verfolgungsmöglichkeiten, Versandkosten und Rücksende-Etiketten anzubieten.

Niederlande

PostNL hat Valid Express übernommen, ein Kleinunternehmen, welches chronisch Kranke und Menschen mit Behinderungen beschäftigt, welche für Einzel- und Online-Händler die Zustellung von Paketen am selben Tag sicherstellen. Weiter hat der niederländische Postbetreiber die weltweit erste «Aufklapp»-Briefmarke lanciert. Das dreidimensionale Wertzeichen, das im Rahmen der Kinderbuchwoche lanciert wurde, stellt gemäss PostNL eine Weltpremiere dar. Durch Ziehen an einem Pappschieber verwandelt sich das zweidimensionale Bildchen in ein dreidimensionales. Für 5 EUR pro Bogen können damit kleine Pakete von maximal 500 g innerhalb der Niederlande versandt werden.

Schweiz

Gemäss der **Schweizerischen Post** verzeichnete der Finanzdienstleistungsbereich PostFinance 100 000 Neukunden in den ersten drei Quartalen 2012. PostFinance zählt heute 2,9 Millionen Kunden und verwaltet ein Gesamtvermögen von 103 Milliarden CHF auf 4,5 Millionen Konten – 200 000 mehr als Ende 2011.

USA

Der **US Postal Service** plant in Anbetracht des diesjährigen Wachstums im Paketbereich die Zustellung von Paketen am selben Tag in bestimmten Grossstadtgebieten der USA. Dank des neuen Dienstes «Metro Post» können Online-Händler in bestimmten Grossstädten ihren Kunden eine rasche Zustellung anbieten.

Weitere

FedEx hat am Flughafen von Singapur ein neues Verteilzentrum eröffnet, dessen Kosten sich auf 78,9 Millionen USD belaufen. Das Zentrum, das den asiatisch-pazifischen Raum bedienen wird, ist die einzige Express-Transport-Einrichtung, die Boden- und Lufttransportdienstleistungen und Zollabfertigung unter einem Dach vereint. Das Unternehmen wird voraussichtlich für 100 Millionen USD zudem ein internationales Express- und Frachtzentrum am Flughafen Pudong Shanghai International errichten. Das Verteilzentrum einschliesslich entsprechender Einrichtungen zur Zollabfertigung soll anfangs 2017 den Betrieb aufnehmen.

TNT Express konnte seine Expansion im Nahen Osten mit der Eröffnung einer neuen Zweigstelle in Katar fortsetzen. Die neue Filiale in Abu Samra an der Grenze zu Saudi-Arabien nimmt eine strategisch wichtige Stellung im regionalen Strassennetzwerk der Region ein.

Alle Beiträge von Jérôme Deutschmann.

Korrigendum: In *Union Postale*, Ausgabe vom September 2012, S. 8, erste Zeile des dritten Abschnittes, müsste es heissen: «Younouss Djibrine, der neue Generalsekretär des Panafrikanischen Postvereins, kennt den IPDP-Prozess genauestens aus der Zeit, als er Vorsitzender der Gruppe für technische Zusammenarbeit und Postreformprojekte des Verwaltungsrats der UPU war.»



Implementing complete sorting solutions, that's my job.

Katty PASCAL
Technical Programs Manager

C O N S U L T | D E S I G N | I M P L E M E N T | S U P P O R T | A D D V A L U E

We master every stage of the implementation process.
Our technological solutions cover all the requirements of equipment
and systems sorting and sequencing, reading, coding and supervision.

As a global integrator, we also provide project management,
partnership solutions and, thus, the full integration cycle.

We are here for you and for each stage in the life of your process,
SOLYSTIC offers solutions tailored to your requirements.

Make your projects a reality with SOLYSTIC.

www.solystic.com



Future postal solutions

Hochwertige Informationen dank Innovation



GMS

Global Monitoring System

Das Messen der Effizienz von Postdienstleistungen mittels RFID war für viele UPU-Mitglieder lange bloss ein Traum. Jetzt nicht mehr: Mit GMS können Postbetreiber von einer hochmodernen, äusserst erschwinglichen Lösung profitieren, die passive RFID-Technik verwendet.

Weitere Informationen entnehmen Sie dem Animationsfilm

<http://www.tinyurl.com/gmsfilm>

oder schreiben Sie an gms@upu.int.



UPU

UNIVERSAL
POSTAL
UNION