

Der Postsektor im Vormarsch seit 1875

UNION POSTALE



UPU, eine Sonderorganisation
der Vereinten Nationen

DEZEMBER 2014 / NR. 4

Neues Rahmenwerk
für den E-Commerce

Weshalb Menschen
wichtig sind



Gemeinsam für bessere
Lebensbedingungen



Besuchen Sie die UPU!

MUSEUMSNACHT BERN 2015

FREITAG 20. MÄRZ | 18-02 UHR

WWW.MUSEUMSNACHT-BERN.CH

DOHA-POST-STRATEGIE

Vier Meilensteine für die Post bis 2016

-  **1 Netzwerke verbessern**
-  **2 Fachwissen und Know-how bereitstellen**
-  **3 Innovationen fördern**
-  **4 Nachhaltigkeit anstreben**

WEITERE INFORMATIONEN UNTER:

<http://news.upu.int/insight/world-postal-strategy/doha-postal-strategy>

Dezember 2014

CHEFREDAKTEURIN: Faryal Mirza (FM)
LEITER COMMUNICATION PROGRAMME: Rhéal LeBlanc (RL)
BEITRÄGE: Chantal Britt (CB), David Koch (DK), Vincent Landon (VL), Catherine McLean (CM), Lelia Rotaru (LR)
GRAPHISCHE GESTALTUNG: Die Gestalter, Schweiz
ÜBERSETZUNG: Michael Visser, Schweiz
DRUCK: Weltpostverein, Schweiz
ABONNEMENTS: publications@upu.int
WERBUNG: faryal.mirza@upu.int
KONTAKT:
 Union Postale
 Internationales Büro
 Weltpostverein
 Postfach 312
 3000 BERN 15
 SCHWEIZ
TELEFON: +41 31 350 35 95
FAX: +41 31 350 37 11
E-MAIL: faryal.mirza@upu.int
WEBSITE: <http://news.upu.int>

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.

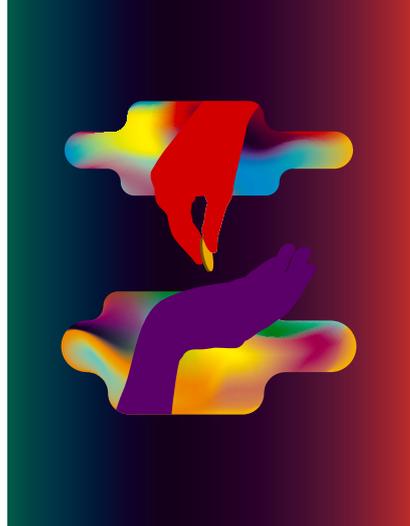
Union Postale erscheint auch in englischer, französischer, arabischer, chinesischer, russischer und spanischer Sprache.

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.

Umschlag: Dominik Junker



- 8 TITELGESCHICHTE**
Gemeinsam für bessere Lebensbedingungen Lancierung einer Partnerschaft, die bessere Lebensumstände verspricht
- 14 STATISTIK**
Steigende Ausgaben der Konsumenten für Postdienste Jüngste Zahlen zeugen von stabilem Netzwerk
- 18 FALLSTUDIEN**
GMS-Innovationen zeigen Engpässe auf Umsetzung von GMS-Innovationen im Brennpunkt
- 20 UPU-Finanzierung führt zu Boom und verbessert Service** Wie QSF-Investitionen die Netzwerkgeschwindigkeit erhöhen
- 22 Dänemark setzt auf digitale Post** Premiere in Skandinavien
- 23 GLEICHSTELLUNG**
UN Women und UPU bündeln ihre Kräfte Zwei Organisationen arbeiten für bessere Gleichstellung der Geschlechter zusammen
- 24 E-COMMERCE**
Schutz der Privatsphäre im wachsenden Internetverkehr Jüngste Fortschritte führen zu guten Ergebnissen
- 26 INTERVIEW**
Schutz der Privatsphäre im wachsenden Internetverkehr Robin Wilton von Internet Society über den Schutz der Privatsphäre und Datensicherheit
- 30 ZOLLABFERTIGUNG**
Reorganisation der Zollabläufe für Postsendungen schafft Klarheit für Kunden und mehr Tempo Die philippinische Post schliesst Vereinbarung mit den Zollbehörden ab, um den Kundenservice zu verbessern
- 32 FRAGEN UND ANTWORTEN**
Eine Unternehmenstransformation, die von den Mitarbeitern mitgetragen wird Wolfgang Baier, CEO von SingPost, weiss um die Wichtigkeit des Faktors Mensch
- RUBRIKEN**
- 4 In Kürze**
- 5 Leitartikel**
- 34 Umschau**
- 38 Kurznachrichten**

339,8 Milliarden

Briefe wurden 2013 weltweit versandt.

ENTWICKLUNG

UPU und IOM leisten Entwicklungsarbeit in Burundi



Das Postnetz in Burundi könnte die sozial-ökonomische Entwicklung der ländlichen Regionen positiv beeinflussen (Foto: IFAD/Susan Beccio).

Die UPU und IOM (Internationale Organisation für Migration) arbeiten zusammen, um in Burundi die Kosten für Geldüberweisungen zu senken, den Zugang zu Postfinanzdienstleistungen zu verbessern und die lokalen Produzenten zu unterstützen, damit sie ihre Waren einfacher exportieren können.

Im Oktober appellierten die UPU und IOM an Spender, einen Pilotversuch in Burundi mit 4 Millionen US-Dollar zu unterstützen, dessen Ziel es ist, die einzigartigen Möglichkeiten des Postnetzes zur Entwicklungsförderung zu nutzen. Im Rahmen des 4-jährigen, gemeinsam mit Burundi Post gestarteten Projekts sollen bestimmte Probleme der Landbevölkerung Burundis sowie der ins Ausland emigrierten Arbeiter gelöst werden.

Wegen der hohen Überweisungsgebühren ist die ländliche Bevölkerung von Burundi gewissermaßen vom Zugang zu grundlegenden Telekommunikations- und Finanzdienstleistungen ausgeschlossen. Nur gerade 12,5% der Bevölkerung verfügt über ein Konto bei einem Finanzinstitut.

Entwicklung

Der stellvertretende UPU-Generaldirektor, Pascal Clivaz, unterstrich die Bedeutung des Projekts, als er auf die Bedürfnisse der Migranten und die Entwicklungsziele für deren Heimatland hinwies.

«Mit 640 000 Geschäftsstellen verfügt die Post weltweit über ein engmaschiges Netz, auch in sehr abgelegenen Gebieten», sagte er. «Die Post stellt physische und elektronische Dienste verfügbar sowie eine Palette von Finanzdienstleistungen – von Geldüberweisungen bis Darlehen –, die für jeden zugänglich sind. Kein anderer Player der globalen Wirtschaft vereint all diese Kompetenzen.»

Salvatore Nizigiyimana, Generaldirektor von Burundi Post, sagte, dass das gemeinsame Projekt von IOM und UPU auf die Postdienstleistungen angewiesen sei, um den Beitrag der Migranten zur Entwicklung der ländlichen Gemeinschaften in Burundi zu fördern. Dazu müssten auch der Zugang zu Telekommunikationsdiensten verbessert und die lokalen Kleinproduzenten beim Absatz ihrer

Waren auf den internationalen Märkten unterstützt werden.

Hohe Gebühren

«Die Diaspora überweist jährlich schätzungsweise 48 Millionen US-Dollar ins Heimatland, von denen über 10% von Transfergebühren »gefressen« werden», sagte William Lacy Swing, Generaldirektor der IOM. «Wir wollen diesen Abfluss reduzieren, nicht nur in Burundi, sondern in allen Ländern.»

Er fügte hinzu, dass «die von Migranten getätigten Überweisungen direkten Einfluss auf die Entwicklung des Landes haben, zumal sie von einer Finanzkrise wie der heutigen weniger beeinflusst werden als etwa Direktinvestitionen oder Entwicklungshilfe».

Doch einem Grossteil der Sender aus den ärmsten Ländern werden zu hohe Gebühren belastet. Afrikanische Wanderarbeiter nahmen 2012 Überweisungen in ihre Heimatländer in Höhe von 60 Milliarden US-Dollar vor, wovon geschätzte 4 Milliarden US-Dollar in Form von überzogenen Gebühren verloren gingen.» **RL**

Jahresende

Das Jahr 2014 neigt sich seinem Ende zu. Die Redaktion von *Union Postale* hofft, dass es ihr gelungen ist, die Leser auch dieses Jahr wieder mit sorgfältig recherchierten und ansprechend geschriebenen Artikeln in klarem, übersichtlichem Grafikdesign zu überzeugen. Es war ein Jahr, in dem wir bestrebt waren, die inhaltlichen Schwerpunkte auf die Wünsche der Leser auszurichten, wie diese sie in der jüngsten Leserumfrage geäußert hatten. Ein wichtiger Fokusbereich waren dabei die Fallstudien, die auf Wunsch unserer Leser grössere Gewichtung erhielten. Es hat sich herauskristallisiert, dass viele unserer Anspruchsgruppen sich von der UPU Erfahrungen erhoffen, die für sie relevant sind, von denen sie lernen können und die ihnen Inspiration bieten. Die vorliegende Ausgabe dürfte denn auch ein wahres Weihnachtsgeschenk für Liebhaber von Fallstudien sein, enthält sich doch nicht weniger als deren drei.

Strategische Kommunikation

Union Postale ist auch im Kontext der strategischen Kommunikation zu sehen, da das Magazin integraler Teil des Wertangebots der UPU für ihre Mitglieder und andere Anspruchsgruppen ist. Diese einzigartige Gemeinschaft kann viel von ihren Mitgliedsgruppen und die Mitglieder viel voneinander lernen. Die Content-Strategie von *Union Postale* ist konsequent auf eine zielgruppen-gerechte Kommunikation ausgerichtet. Gilt es doch die Bedürfnisse einer sehr anspruchsvollen Leserguppe zu befriedigen.

Wir freuen uns darauf, diesen Dialog mit Ihnen auch im kommenden Jahr fortzuführen und wünschen Ihnen und Ihren Angehörigen frohe und erholsame Festtage.

FARYAL MIRZA, CHEFREDAKTEURIN

VERWALTUNGSRAT

Côte d'Ivoire übernimmt Vorsitz der Strategiekonferenz 2015

Die Republik Côte d'Ivoire (Elfenbeinküste) wird den Vorsitz der vom 13. bis 14. April 2015 in der Schweiz stattfindenden Strategiekonferenz der UPU führen.

Der UPU-Verwaltungsrat beschloss im November, der Elfenbeinküste den Vorsitz für die internationale Konferenz des Weltpostvereins zuzusprechen.

Im September hatten die UPU und die Elfenbeinküste bekanntgegeben, dass die auf den 14. bis 15. Oktober 2014 in Abidjan angesetzte Strategiekonferenz aufgrund der gesundheitspolitischen Lage in der Region abgesagt werden müsse. Der Ausbruch der Ebola-Epidemie in den Nachbarstaaten hatte zur Folge, dass sich nur wenige Teilnehmer anmelden.

In Anerkennung des von der Elfenbeinküste geleisteten Engagements für die UPU bat der Verwaltungsrat

das Land, am Weltpostkongress 2016 in Istanbul, Türkei, den gemeinsamen Vorsitz der hochrangigen Ministerkonferenz zu übernehmen.

Engagement

«Seien Sie versichert, dass Côte d'Ivoire wieder ihren festen Platz im grossen Orchester der Nationen eingenommen hat und der UPU zur Verfügung steht. Wir arbeiten gemeinsam mit den anderen Mitgliedsstaaten zum Wohle unserer Organisation zusammen», sagte Bruno Koné, Minister für Post und Telekommunikation. «Wir sind über die Lösungsvorschläge der UPU sehr erfreut und es ist uns eine Ehre, den Vorsitz an der Strategiekonferenz in der Schweiz sowie an der Ministerkonferenz 2016 in Istanbul zu übernehmen.»

An der Strategiekonferenz sollen die bisher erreichten Fortschritte in

der Umsetzung der Weltpoststrategie evaluiert und diejenigen Elemente definiert werden, die in der nächsten Poststrategie aufgenommen werden sollen. Diese wird den Mitgliedern anlässlich des Weltpostkongresses in Istanbul präsentiert. Im Jahr 2012 verabschiedeten die UPU-Mitglieder am Weltpostkongress in Doha die aktuelle Poststrategie, d.h. die jeweils für vier Jahre geltende strategische Roadmap der UPU.

In seiner Präsentation an den Verwaltungsrat kündigte der ivoirische Postminister ebenfalls an, dass sein Land die Beiträge zum Budget der UPU von einem Beitragsanteil auf deren drei erhöhen werde. Das Finanzbudget der UPU basiert auf den Beiträgen der 192 Mitgliedsstaaten, die jeweils die Anzahl Einheiten festlegen, die sie gewillt sind, der UPU zu entrichten. **RL**

TEDx-Referat wirft ein Licht auf die Big Data der Post

In einer von digitalen Daten geradezu überfluteten Welt könnten die Big Data der Post die Informationslücke im Hinblick auf die nicht ans Netz gebundenen Gebiete auffüllen. So Miguel Luengo-Oroz in seinem Referat, das er im Dezember vor den Teilnehmern der TEDxPlaceDesNations in Genf hielt. Der Datenforscher Luengo-Oroz ist Experte für dieses Thema und einer der elf Innovatoren, Designer, Dozenten, Friedensstifter und Unternehmer, die darüber berichteten, wie sie die aktuellen Herausforderungen zu meistern und die Welt von morgen zu gestalten gedenken.

Es gibt weltweit mehr als 650 000 Poststellen, viele von ihnen in abgelegenen und nicht ans digitale Netz angeschlossenen Gebieten. Wissenschaftler wie Luengo-Oroz, Leiter der Global Pulse-Initiative der Vereinten Nationen, sind überzeugt, dass die mannigfaltigen Informationen, die zusammen mit Briefen und Paketen versandt werden, zu einem besseren Echtzeitverständnis der Geschehnisse auf unserem Planeten beitragen können.

«Wir sind in der Lage, Daten aus Mobiltelefonen und Tweets zu extrahieren, doch wie sieht es bei Informatio-

nen in Gebieten ohne Netzanschluss aus? Jeder einzelne Brief enthält mehr als zwanzig Datenpunkte. Bei einer Milliarde Briefen, die täglich in der Welt verschickt werden, gibt es genug Big Data, die man potenziell für die Identifikation bedeutender humaner oder wirtschaftlicher Trends nutzen kann», meint Luengo-Oroz, der sich selbst als anti-disziplinären Wissenschaftler sieht.

Analogen Profil

Die Post verarbeitet tagtäglich weltweit durchschnittlich eine Milliarde Briefe und 16 Millionen Pakete. Die meisten dieser Postsendungen sind mit einem Strichcode versehen und enthalten weitere Informationen wie Postleitzahl und Frankierungsdatum. Diese Informationen werden alle in PostNet, dem elektronischen Netz der UPU, nachverfolgt. Sie ermöglichen es den Postdiensten, mit Fluggesellschaften und Zollbehörden Informationen über die jeweilige Postsendung auszutauschen sowie ihre Kunden über den aktuellen Versandstatus zu informieren.

Luengo-Oroz leitet weltweit drei Innovationslabors für Big Data und hofft, neue entwicklungsrelevante Einsichten zu erlangen aus der Analyse der

verschiedenen Datenmuster, u.a. von Mobiltelefonen, sozialen Medien, Satellitenübertragungen und Postsendungen.

Entwicklungspolitik steuern

In enger Zusammenarbeit mit der UPU erforscht er das Potenzial der Post Big Data, um daraus Schlüsse in Bezug auf soziale und ökonomische Trends zu ziehen, die vorzeitig Hinweise auf Krisen oder andere Phänomene und der Auswirkungen liefern, bevor diese überhaupt eintreten. Sämtliche Daten werden aggregiert, um Vertraulichkeit und Datenschutz zu gewährleisten.

Diese überaus wertvollen Informationen werden mit anderen Datenquellen kombiniert und könnten sich als unverzichtbar erweisen, wenn es darum geht, Ländern, der UNO und anderen internationalen Organisationen bei der Steuerung ihrer Entwicklungspolitik zu helfen. Letzteres ist das Ziel der vom Exekutivbüro des Generalsekretärs der UNO lancierten Global Pulse-Initiative.

Die UPU ermutigt ihre Mitgliedsstaaten zur Teilnahme an Global Pulse, indem sie ihre Daten zur Verfügung stellen. **RL**

FINANZIELLE EINGLIEDERUNG

Post setzt auf Mobiltechnologie

Die Postanbieter überlegen, wie sie mit Hilfe der Mobiltechnologie effizientere Finanzdienstleistungen anbieten können. Mehrere Postunternehmen nutzen bereits mit Erfolg Mobiltechnologie, um ihre Postfinanzdienste aufzuwerten, wie an einem UPU-Forum berichtet wurde.

In Indonesien, wo 245 Millionen Einwohner verteilt auf 17 000 Inseln leben, erreichen die Banken nur 66% der Bevölkerung. PosIndonesia setzt daher auf Mobiltechnologie, um ihr Finanzdienstleistungsangebot auszuweiten und eine bessere finanzielle Eingliederung voranzutreiben, so Moehartini Moeharjadi, Manager für Internationale Beziehungen bei PosIndonesia. Auf Finanzdienstleistungen entfallen 45% der Unternehmenserträge. «Innovation und Entwicklung sind das A und O unseres

Geschäfts», sagte sie weiter. «Fast 50% der Einwohner unseres Landes haben ein Mobiltelefon, doch nur 29% eine Anbindung ans Internet», führte sie aus.

In Marokko verfügt die Postbank, Al Barid Bank, über ein Mandat der Regierung, die finanzielle Eingliederung zu fördern. Mobile Bankdienstleistungen werden jedem Einwohner des Landes kostenlos angeboten, auch denen, die kein Bankkonto haben. Ausserdem können alle Dienste über mobile Geräte genutzt werden, was deren Verbreitung fördern soll.

Regulierungssorgen

Die Forumsteilnehmer waren sich einig, dass es klare gesetzliche und regulatorische Vorgaben braucht, diese aber an die spezifischen Bedürf-

nisse und technologischen Innovationen angepasst werden müssen. Clifford Nkomo von der Communications Regulators' Association of Southern Africa sagte, dass die Verbreitung mobiler Technologien heute so schnell erfolgt, dass dem Staat kaum Zeit bleibt zu reagieren, sodass Anbieter von mobilen Zahldiensten Profit aus der fehlenden Regulierung schlagen können.

«Wir müssen eine Überwachungsstelle schaffen, welche die Aufsicht über die mobilen Banking-Dienste wahrnimmt sowie Erschwinglichkeit und Konsumentenschutz überwacht, ohne jedoch Risiken wie Geldwäscherei oder Finanzierung von terroristischen Handlungen aus den Augen zu verlieren», sagte Nkomo.

LR UND RL

TECHNOLOGIE

Das «Internet der Post-Dinge» als Chance für die Post

Die UPU rät dem Postsektor, sich der Möglichkeiten, die das «Internet of Postal Things» bietet, vermehrt bewusst zu werden und diese Technologie zu nutzen, um der Bevölkerung noch bessere Dienstleistungen anzubieten.

Kürzlich wurde in Zusammenarbeit mit dem Office of the Inspector General des United States Postal Service zu diesem Thema am UPU-Hauptsitz in Bern ein Forum durchgeführt. Dort sprachen Vertreter von Post, Bildungsinstituten und Technologieunternehmen vor UPU-Delegierten über die neuen Möglichkeiten.

Im Fokus standen eine Bestandsaufnahme des «Internets der Dinge» beziehungsweise wie die Sensortechnologie eingesetzt werden kann, um Daten mit Hilfe physischer Objekte in Echtzeit zu sammeln und über das Internet zu kommunizieren. Mit der Analyse der so generierten Big Data gewinnen die Postbetreiber wertvolle Informationen für ihre Geschäftsentwicklung.

Alexander Ilic, Assistenzprofessor an der Eidgenössischen Technischen Hochschule in Zürich, beeindruckte das UPU-Publikum mit den geringen Kosten, die mit der Nutzung von Big Data verbunden sind.

«Daten sind ein überaus wertvolles Gut, und wir verfügen über die Technologie, mit der aus einer trägen Datenmasse intelligente Lösungen extrahiert werden können», so Ilic.

Er illustrierte dies mit treffenden Beispielen. So können Inventur-Objekte («träge») durch die Anbringung von RFID-Tags («intelligent») im Internet nachverfolgt werden.



An Briefkästen angebrachte Sensoren liefern wertvolle Daten (Foto: Jay Mantri).

Warnung

Doch Ilic äusserte auch Vorbehalte. «Viele machen einen Fehler: Sie sammeln enorme Datenmengen, aber wissen anschliessend nicht, was sie damit anfangen sollen», warnte er.

Er wies darauf hin, dass moderne Analyse-Tools eine grosse Hilfe bei der Bearbeitung der riesigen Datenbestände des Internets bieten, ähnlich wie die Ultraschalltechnologie in der Medizin.

José Ansón, Datenexperte bei der UPU, fügte an, dass die Analyse von Big Data, die im Postverkehr generiert werden, zur Effizienzsteigerung im Postsektor beitragen kann. «Zusammenarbeit im Datenbereich wird in Zukunft zum bestimmenden Faktor des Postnetzes, indem ersichtlich wird, was sich als wertschöpfend und was sich als zerstörerisch erweisen könnte.» Jedenfalls müssen die Post-

betreiber sich mit der Technologie und deren Möglichkeiten befassen.

Die Stimme der Industrie

Den verschiedenen Interessengruppen im Postmarkt wurde deutlich gemacht, dass es Zeit wird, auf diesen Zug aufzuspringen. Mark van der Horst, Direktor für EU-Angelegenheiten bei UPS Europa, dem privaten Paketkurierdienst, sagte, dass das Ziel der Nutzung von Big Data darin bestehe, eine bessere Kundenerfahrung zu ermöglichen. «Vor 25 Jahren arbeiteten wir mit einfachen Spreadsheets für die prognostizierten Paketzustellungszeiten per Lastwagen oder Flugzeug, und zwar auf der Basis historischer Daten», erklärte er. «Heute verfügen wir über höchstpräzise Informationen über den aktuellen Standort eines Pakets und dessen Routenplanung.» **FM**



UPU und IFAD lancieren neue Überweisungsinitiative in Afrika

Eine einzigartige Partnerschaft ist bestrebt, die Stärken des öffentlichen Postnetzes auszuspielen, indem sie in Afrika Überweisungs- und andere Finanzdienstleistungen auf der «letzten Meile» zum Kunden anbietet und so die finanzielle Eingliederung in ländlichen Gebieten fördert.

8

TEXT:
FARYAL
MIRZA

ILLUSTRATIONEN:
DOMINIK
JUNKER

Benin, Ghana, Senegal und Madagaskar sind die ersten Länder, die von einer Pilotinitiative profitieren, welche die Förderung von Überweisungsdienstleistungen über das Postnetz in ländlichen Gebieten Afrikas zum Ziel hat. Hinter der Initiative stehen die UPU, der Internationale Fonds für landwirtschaftliche Entwicklung (International Fund for Agricultural Development, IFAD) sowie weitere Partner. Sieben weitere Länder erhalten zudem Unterstützung im Rahmen der «African Postal Financial Services»-Initiative, die wiederum von der Europäischen Union, dem IFAD, der UPU, der Weltbank, dem Kapitalentwicklungsfonds der Vereinten Nationen (UNCDF) und der Weltsparkassenanstalt (World Banks Savings Institute) finanziert wird.

Der Fokus liegt auf der Verbesserung der operativen Prozesse, um die Kosten für Geldüberweisungen nach und innerhalb von Afrika zu senken und die Bearbeitungszeiten zu verkürzen. Für das Programm wurden 7 Millionen US-Dollar zur Verfügung gestellt, welche für die Modernisierung der teilnehmenden Postunternehmen aufgewendet werden, damit dieses Ziel erreicht werden kann.

«Die Reichweite des Postnetzes in den ländlichen Gebieten Afrikas wird von keinem Finanzinstitut auch nur annähernd erreicht. Deshalb ist die Post am besten positioniert, die finanzielle Eingliederung der am stärksten benachteiligten Bevölkerungsgruppen zu verbessern», sagt UPU-Generaldirektor Bishar A. Hussein.

Insgesamt elf Länder – darunter Burundi, Ägypten, Äthiopien, Kenia, Uganda, Sambia und Simbabwe – wer-

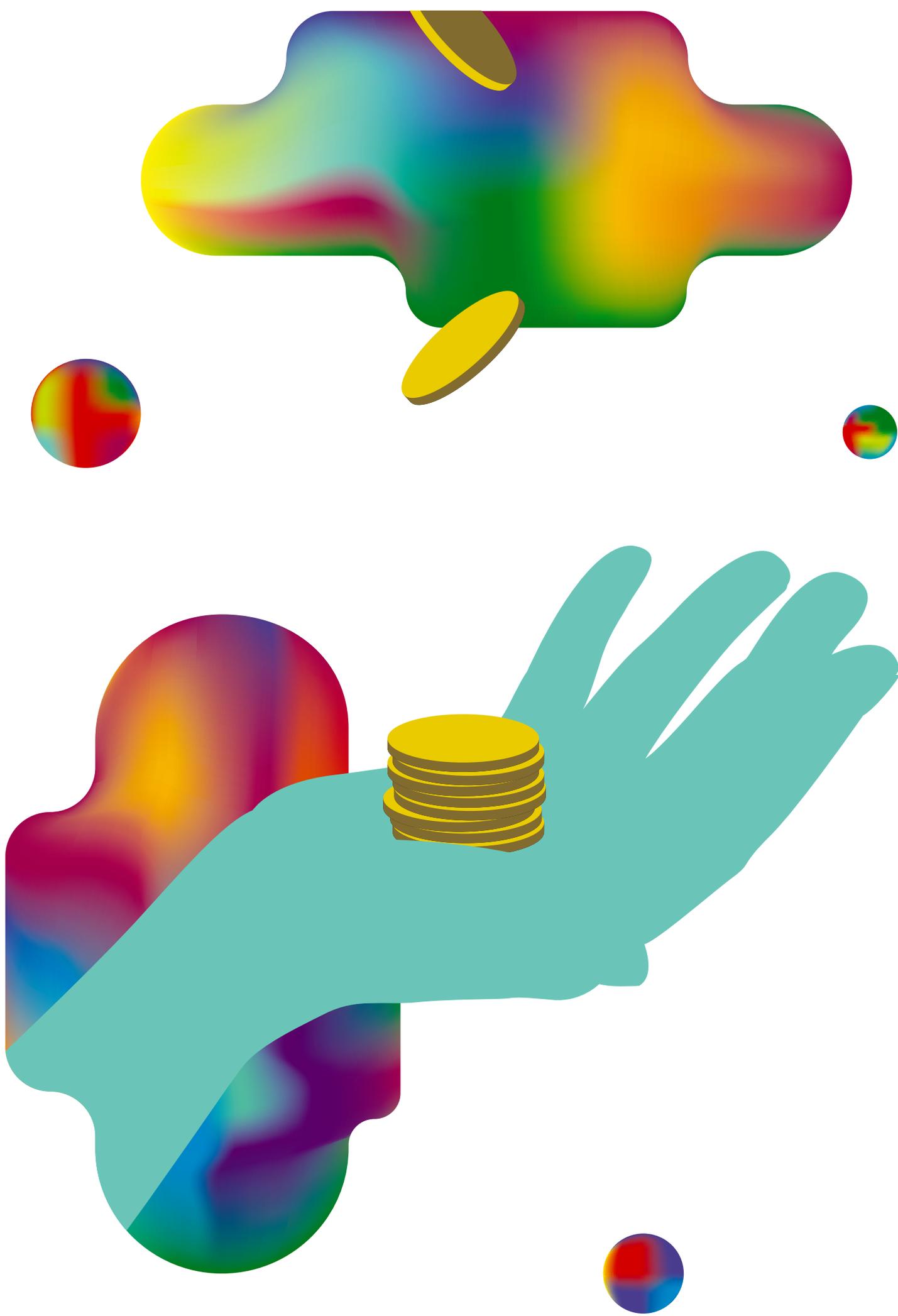
den von profunden Marktanalysen profitieren, während die vier Pilotteilnehmer (Benin, Ghana, Senegal und Madagaskar) konkrete technische Unterstützung im Feld erhalten, um die Projekte umzusetzen.

«Wir legen das Fundament für einen gestaffelten Prozess, sodass die Länder das tun können, worin ihre jeweiligen Stärken liegen», erklärt Hans Boon, Spezialist für Post und Überweisungen beim IFAD. «Wichtig sind rasche Ergebnisse, die entscheidend sein werden, wenn es darum geht, sich über die nächsten Schritte nach Beendigung des Pilotprojekts zu einigen. Wenn die Pilotversuche erfolgreich sind, können sie als Basis für die anschließende Ausweitung des Projekts dienen», fügt er hinzu.

Die Rolle der UPU in diesem Projekt wird es sein, sicherzustellen, dass ihre technische Unterstützung sich innerhalb des Rahmens ihrer Postzahlungsdienste-Übereinkommen bewegt.

«Das Projekt konzentriert sich auf diejenigen Bereiche des Postnetzes, die einer technologischen Aufrüstung und Umschulung der Mitarbeiter bedürfen, damit die Postanbieter in der Lage sind, ihre finanziellen Dienstleistungen auszubauen», sagt Serguey Nanba, Koordinator, UPU-Postfinanzdienstleistungen.

Damit die vorgesehenen Postdienstleister überhaupt erschwingliche Überweisungen anbieten können, müssen sie ans weltweite elektronische Netzwerk für Zahlungsüberweisungen (WEPPN) der UPU angeschlossen werden, was mittels der IFS-Software geschieht, erklärt Alexandre Rodrigues, Programm-Manager für Postfinanzdienstleistungen bei der UPU.



Teilnehmer

Vor kurzem fiel der Startschuss für das Afrika-Projekt. Marktforschungsunternehmen analysierten vor Ort in den elf Teilnehmerländern die Voraussetzungen und befragten dazu rund 500 Personen.

«Die Resultate in den Pilotländern sind sehr aufschlussreich, indem sie die Stärken und Schwächen des Postnetzes, die Konkurrenzsituation und das Ansehen der Post bei den Verbrauchern aufzeigen», sagt Boon vom IFAD.

Senegal Post etwa sieht in der Initiative eine Chance, bekannte Herausforderungen anzugehen und ihre Bemühungen besonders in Bereichen, die sie selbst schon ausgemacht hat, weiter zu steigern. «Das Projekt dürfte Senegal Post dabei unterstützen, sich zu einem modernen Unternehmen zu entwickeln, das innovative Finanzprodukte anbietet und mit den anderen Marktteilnehmern konkurrieren kann», sagt Saliou Fedior, Direktor für Studien und Projekte bei Senegal Post.

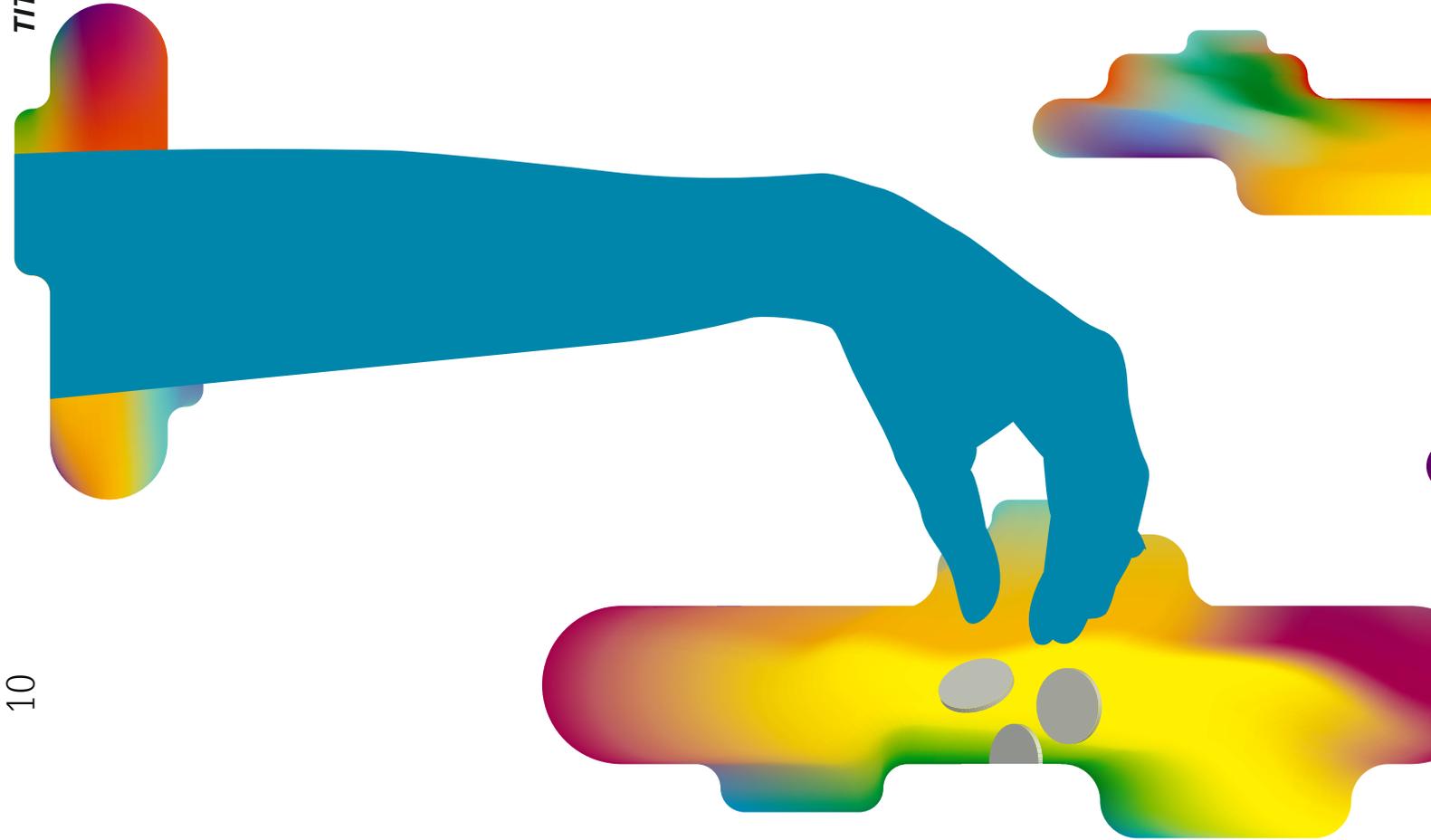
Dazu zählt auch eine Überprüfung «der Geschäftspraktiken im Zusammenhang mit Geldüberweisungen und die Verbesserung des Kundenservice durch

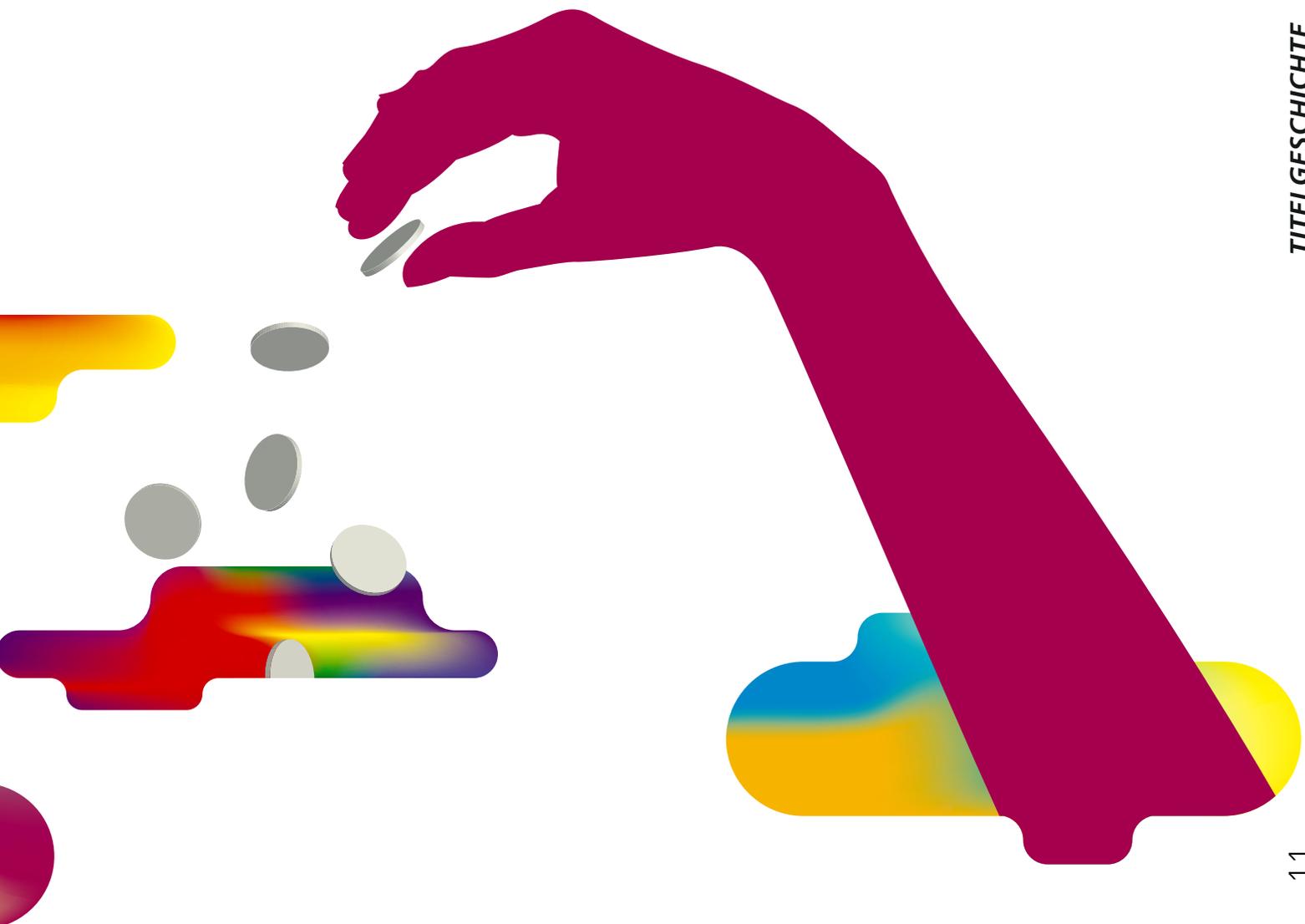
erschwinglichere und leichter zugängliche Produkte und Dienstleistungen», so Fedior.

Auch die Postmitarbeiter würden profitieren. «Das Personal wird besser geschult, sodass sie auch ihre zahlreichen Kunden in den ländlichen Gebieten – an die letztlich grosse Geldbeträge von der senegalesischen Diaspora überwiesen werden – besser über Finanzprodukte beraten können», meint er weiter.

In den Teilnehmerstaaten des Pilotversuchs wird zudem die Informations- und Kommunikationstechnik (ICT) aufgerüstet. «Das Projekt wird es den Postbetreibern erlauben, ihre technische Infrastruktur in den Poststellen vollständig zu modernisieren», sagte Fedior mit Blick auf die Situation in Senegal.

Benin, ein weiterer Pilotteilnehmer, ist sich der Herausforderungen im ICT-Bereich bewusst und verfolgt eine klare Strategie zur Verbesserung der ICT-Anbindung seines Postnetzes. «Beispielsweise im Rahmen . . . einer Partnerschaft im Bereich Mobiltelefonie, welche den Zugang zu über sechs Millionen potenziellen Kunden auf dem Land und in der Stadt eröffnen könnte», sagt Béhanzin Clotaire, POSTE-FINANCE Direktor bei der hiesigen Post.





Die Vorteile für die Kunden sind laut Fedior von Senegal Post offensichtlich: «Geringere Überweisungskosten heisst mehr Geld für sie. Ausserdem führt die bessere Zugänglichkeit von Postfinanzdiensten, gerade in abgelegenen ländlichen Regionen, zu weniger Zeitverlust in Form weiter Wege [um die Überweisung entgegenzunehmen] und senkt das Risiko von Unfällen oder Diebstahl unterwegs», argumentiert Fedior.

Auch Clotaire sieht die Zukunft positiv. «Wenn die Überweisungskosten und Transaktionszeiten verringert werden und gleichzeitig das Postnetz und die Finanzdienstleistungspalette in ländlichen Gebieten ausgebaut werden, kann sich die Post in Bénin zu einem Postfinanzinstitut wandeln, das die Eingliederung fördert und konkurrenzfähiges Wachstum im Finanzsektor erzielt», sagt er.

Worte, die auch bei Fedior auf Zustimmung stossen. «Falls das Projekt erfolgreich umgesetzt wird, könnte es das Land in seinen Bestrebungen im Kampf gegen die Armut unterstützen und zur umfassenden finanziellen Eingliederung der ganzen Bevölkerung beitragen», sagt er.

IFAD

Der IFAD bekämpft Armut nicht nur durch Vergabe von Krediten, sondern auch als Fürsprecher der armen Kleinbauern und landlosen Landarbeiter. Die internationale Organisation bietet eine globale Plattform für die Diskussion wichtiger politischer Themen, welche das Leben der armen Landbevölkerung beeinflussen.

Der IFAD schuf die Financing Facility for Remittances (FFR) mit dem Ziel, der armen Bevölkerung in ländlichen Gebieten wirtschaftliche Perspektiven zu bieten, indem sie innovative, kostengünstige und leicht zugängliche internationale und/oder nationale Überweisungsdienstleistungen bereitstellt. Die FFR finanziert sich weitgehend über Beiträge.

Marktwert

Im Jahr 2013 beliefen sich die Geldüberweisungen in die subsaharischen Länder aus dem Ausland der Weltbank zufolge auf 32 Milliarden US-Dollar. «Das subsaharische Afrika gehört zu den wenigen Regionen der Welt, in der die offizielle Entwicklungshilfe höher ausfällt als die dorthin überwiesenen Beträge. Und beide sind stabiler als jedwelche Direktinvestitionen aus dem Ausland oder vonseiten des Privatsektors. Viele Länder dieser Region verfügen über eine grosse Diaspora im Ausland, deren substanziellen Ersparnisse für die Entwicklungsfinanzierung genutzt werden könnten», liess die Weltbank verlauten.

Sie prognostiziert, dass bis 2016 Gelder in Höhe von 41 Milliarden US-Dollar in den Schwarzen Kontinent fliessen. Diese Mittel sind für die afrikanische Wirtschaft unentbehrlich, so der IFAD. «Den jüngsten Daten der Weltbank zufolge belaufen sich für mindestens zwölf afrikanische Staaten die Gelder, die sie von ihren Bürgern aus dem Ausland überwiesen bekommen, auf über 5% ihres Bruttoinlandsprodukts», erklärt Mauro Martini, der beim IFAD in der Policy und Technical Advisory Division der Financing Facility for Remittances für die Überwachung und Evaluierung zuständig ist.

Doch die Kosten für Überweisungen nach und aus Afrika gehören zu den weltweit höchsten. Dies ergab eine gemeinsam vom IFAD und der Weltbank durchgeführte Studie. Da rund zwei Drittel der Auszahlungsstel-

len in der Region von wenigen Überweisungsanbietern geführt werden, versuchen manche dieser Unternehmen, möglichst mit exklusiven Agenten zu arbeiten und so den Wettbewerb zu beschränken. Infolgedessen sind die Überweisungskosten in Afrika, und besonders in den Subsaharastaaten, die höchsten der Welt.

Strategische Bedeutung

Der IFAD ist von der strategischen Bedeutung einer Zusammenarbeit mit der UPU überzeugt. Denn mit der Nutzung der Postinfrastruktur könnten die Überweisungen effektiv zur wirtschaftlichen Entwicklung Afrikas beitragen. «Der UPU kommt hier eine Schlüsselrolle zu, speziell wenn es um die Beratung ihrer Mitgliedsstaaten geht», sagt Martini. «Durch Inanspruchnahme der Expertise und der Ressourcen der UPU werden alle Partner der Initiative in die Lage versetzt zu intervenieren und wirksam auf die jeweiligen Bedürfnisse der nationalen Postbetreiber zu reagieren.»

Der IFAD, die UPU und die anderen Partner der «African Postal Financial Services»-Initiative werden dieses Thema an der ersten afrikanischen Konferenz zum Thema Überweisungen und Postnetze, die am 4. und 5. März 2015 in Kapstadt, Südafrika, stattfindet, weiter erörtern. **FM**

Zusammenarbeit von UPU und IFAD in Asien

TEXT: CHANTAL BRITT

Die Zusammenarbeit zwischen dem IFAD und der UPU im Bereich Geldüberweisungen begann 2008 im Rahmen der Financing Facility for Remittances (FFR). Zwei dieser Projekte wurden im August 2013 abgeschlossen. Eines erstreckte sich auf Zentralasien (Kasachstan, Kirgisistan, Tadschikistan und Usbekistan), das andere auf die Region Asien-Pazifik (Kambodscha, Indien, Indonesien, Laos, Malaysia und Vietnam).

Das asiatisch-pazifische Projekt wurde im Mai 2012 mit einem Zuschuss des IFAD in Höhe von 500 000 US-Dollar lanciert. «Den Postbetreibern in Kambodscha, Indien, Indonesien, Laos, Malaysia und Vietnam wurde es mit diesen Mitteln ermöglicht, neue Technologien einzuführen oder bestehende auszubreiten, sodass Geldüberweisungen auch im Rahmen ihrer Postzahlungsdienste vorgenommen werden konnten», sagt Alexandre Rodrigues, Programm-Manager für Postfinanzdienstleistungen bei der UPU.

Mehr als 20 000 Poststellen in ländlichen Gebieten wurden in den am Projekt teilnehmenden Ländern miteinander vernetzt bzw. mit Poststellen im Ausland verbunden. Die Post konnte somit den Begünstigten von Überweisungen, aber auch Migranten, freien Zugang zum weltweiten elektronischen Postzahlungsnetz (WEPPN) der UPU anbieten. Ausserdem eröffneten die Postbetreiber Austauschbüros für elektronische Postzahlungen innerhalb der Region und im weltweiten Netz (Süd-Süd- und Nord-Süd-Austausch). Diese verbanden Überweisungs- mit Spardienstleistungen und entwickelten – soweit möglich – Bargeldüberweisungen auf Konten. In der Folge reduzierten sich die Überweisungskosten für Sender und Empfänger.

Die in der Region gemachten Erfahrungen haben gezeigt, dass eine der grössten Herausforderungen darin bestand, einen realistischen Zeitplan für die Projektumsetzung zu erstellen. Als ein Haupthindernis erwiesen sich die Beschaffung und Installation der IT-Ausrüstungen, die mehr Zeit in Anspruch nahmen als erwartet, berichtet Rodrigues. Zudem mussten die Postmitarbeiter in der Handhabung der neuen Technologie und für den Verkauf der neuen Dienstleistungen geschult werden. Es dauerte zumindest 18 Monate bis die sechs asiatischen Länder mittels IFS-Software der UPU ans weltweite elektronische Postnetz angebunden waren, sodass die Postunternehmen elektronische Überweisungen effizient abwickeln konnten.

Zentralasien

Diese Einschätzungen decken sich mit den von Baurzhan Imanov von Kazpost, dem vorgesehenen Postdienstleister in Kasachstan, gemachten Erfahrungen. Sein Unternehmen war an der Umsetzung des UPU-IFAD-Projekts in Kasachstan, Kirgisistan, Tadschikistan und Usbekistan beteiligt, welches sich über zwei Jahre erstreckte.

«Tadschikistan verfügte vor Projektbeginn beispielsweise nicht über automatisierte Poststellen», erklärt er. «Mit dem UPU-IFAD-Projekt wurde erstmals in der Postgeschichte dieses Landes ein Unternehmensnetz eingerichtet und der Transfer von internationalen elektronischen Geldüberweisungen mittels des IFS-Systems in den Poststellen automatisiert.»

In Teilen Zentralasiens besteht grosse Nachfrage nach Geldüberweisungen an Empfänger in abgelegenen Gebieten. 2006 lebten in Kasachstan über sechs Millionen Menschen, in Kirgi-

sistan über drei Millionen, in Tadschikistan über fünf Millionen und in Usbekistan gar über 17 Millionen Menschen in ländlichen Regionen. Und in diesen Ländern ist die Post der einzige Anbieter, der in abgelegenen Gebieten Überweisungen tätigt oder Sozialhilfeauszahlungen vornimmt.

Gemäss dem von der Weltbank veröffentlichten Bericht «Migration and Development Brief» war Tadschikistan 2011 mit 47% das Land mit dem höchsten Volumen internationaler Geldüberweisungen gemessen in Prozent des Bruttosozialprodukts. Den dritten Rang belegte Kirgisistan mit 29%. Im Jahr 2012 lagen die Werte bereits bei 48% bzw. 31%.

Im Rahmen des im November 2011 lancierten Projekts, für das der IFAD einen Zuschuss von 250 000 US-Dollar leistete, wurden die Postbetreiber von Kasachstan, Kirgisistan, Tadschikistan und Usbekistan an das Postzahlungsnetz (WEPPN) der UPU angebunden. Nachdem neue Überweiskorridore in der Region und der Zugang zu Zahlungsdiensten in den ländlichen Gebieten erschlossen worden waren, konnten zusätzliche nationale Netzwerke angeschlossen werden, was zu einer rascheren Abwicklung der Zahlungstransfers und Senkung der allgemeinen Überweiskosten führte.

Automatisierung

Das Projektteam trieb auch die Automatisierung ländlicher Poststellen in den vier beteiligten Ländern voran. Es beschaffte dazu Computerausrüstungen wie Server-Hardware für die Einrichtung von Server-Räumen und installierte das IFS-System bei den Postbetreibern Kasachstans und Tadschikistans. Ausserdem wurden Software und Schnittstellen in Usbekistan und Kasachstan angepasst. Für die Installation des automatisierten Systems musste das Projektteam zunächst ein Postnetzwerk einrichten, Server-Hardware beschaffen und installieren, die Software auf dem Server konfigurieren und die Mitarbeiter entsprechend schulen.

Neue Prozesse erfordern auch immer die Entwicklung neuer Vorgehensweisen und Erstellung interner Dokumentationen, die Regulierung der angebotenen Dienstleistungen sowie die Schulung der technischen und operativ tätigen Mitarbeiter der vorgesehenen Postbetreiber. Überdies gilt es, die Software zu testen, und müssen die Postbetreiber sich auf die Bedingungen für den Austausch elektronischer Geldüberweisungen via Post einigen.

Das Projekt nahm mit Erfolg den operativen Austausch von internationalen elektronischen Zahlungen über das IFS-System der UPU in Kirgisistan und Tadschikistan auf. Ausserdem weitete es den Zugang zu IFS über das usbekische Postnetz aus und führte internationale prioritäre Postzahlungsüberweisungen und elektronische COD-Geldüberweisungen in Kasachstan ein, berichtet Imanov. Die Automatisierung in Tadschikistan werde nicht nur der Bevölkerung dieses Landes grosse Vorteile bringen, sondern auch den nahezu 800 000 Emigranten, die in der ganzen Welt verstreut leben, führt er weiter aus.

«Das gemeinsame Projekt von UPU und IFAD hat einerseits einige wichtige Probleme in den teilnehmenden Ländern gelöst, andererseits diese Länder auch motiviert, gemeinsam nach Lösungen zu suchen, die auch anderen Postunternehmen in der ganzen Welt zugutekommen können», schliesst Imanov. **CB**



Steigende Ausgaben der Konsumenten für Postdienste

2013 war ein sehr gutes Jahr für den Postsektor, wie die jüngsten Statistiken der UPU zeigen. Die Einnahmen stiegen gegenüber dem Vorjahr um nominal 3% auf 234,8 Milliarden SDR.

TEXT:
FARYAL
MIRZA

INFOGRAFIKEN:
DIE
GESTALTER

Der Abwärtstrend im Briefpostverkehr hält an: 2013 wurden 339,8 Milliarden Briefe versandt, was einer Abnahme um 2,9% gegenüber 2012 entsprach. Den 336,3 Milliarden Inlandsendungen standen 3,5 Milliarden Sendungen ins Ausland gegenüber. Doch es gibt auch Positives zu berichten. Denn während die Volumen weiter zurückgingen, stieg die Tonnage an, so José Ansón, Ökonom bei der UPU.

«Im Jahr 2013 wurden schätzungsweise 240 Millionen Kleinpakete über den Briefpostkanal zugestellt», weiss er und verweist in diesem Zusammenhang auf den Anstieg im E-Commerce-Geschäft. «Zwar sind die Volumen – gemessen an der Anzahl Sendungen – weiterhin rückläufig, das durchschnittliche Gewicht der einzelnen Sendungen hat zugenommen.»

2010 enthielt ein Kilogramm internationaler Briefpost durchschnittlich 12,21 Postsendungen. Heute kommen bereits 10,88 Sendungen auf dasselbe Gewicht. Diese Tonnage-Zunahme könnte eine Erklärung dafür liefern, weshalb der Briefpostversand immer noch 43,4% der weltweiten Gesamteinnahmen der öffentlichen Postunternehmen generiert.

In bestimmten Regionen leistet die Briefpost sogar einen noch höheren Ergebnisbeitrag. Besonders deutlich war dieser Trend in den industrialisierten Ländern erkennbar, wo der Wert bei 59,6% lag.

Mehr Pakete

Nahezu 19% der Posteinnahmen entfielen 2013 auf Paketsendungen und Logistikleistungen. In diesem Jahr wurden Schätzungen zufolge 6,7 Milliarden Paketsendungen aufgegeben, wovon der allergrösste Teil, nämlich 6,6 Milliarden Sendungen, im Inland versandt wurde, was einer Zunahme von 3,7% entsprach. Der internationale Paketversand verzeichnete ebenfalls einen Anstieg

auf 67 Millionen Sendungen, was gegenüber 2012 einen Anstieg von 5,8% bedeutete.

Die Paketvolumen stiegen in allen Regionen der Welt, mit Ausnahme von Asien-Pazifik, wo ein leichter Rückgang festzustellen war. «Ein möglicher Grund hierfür könnte sein, dass in diesem Markt viele Sendungen über den Expresskanal (oder EMS) verschickt werden», sagt Ansón.

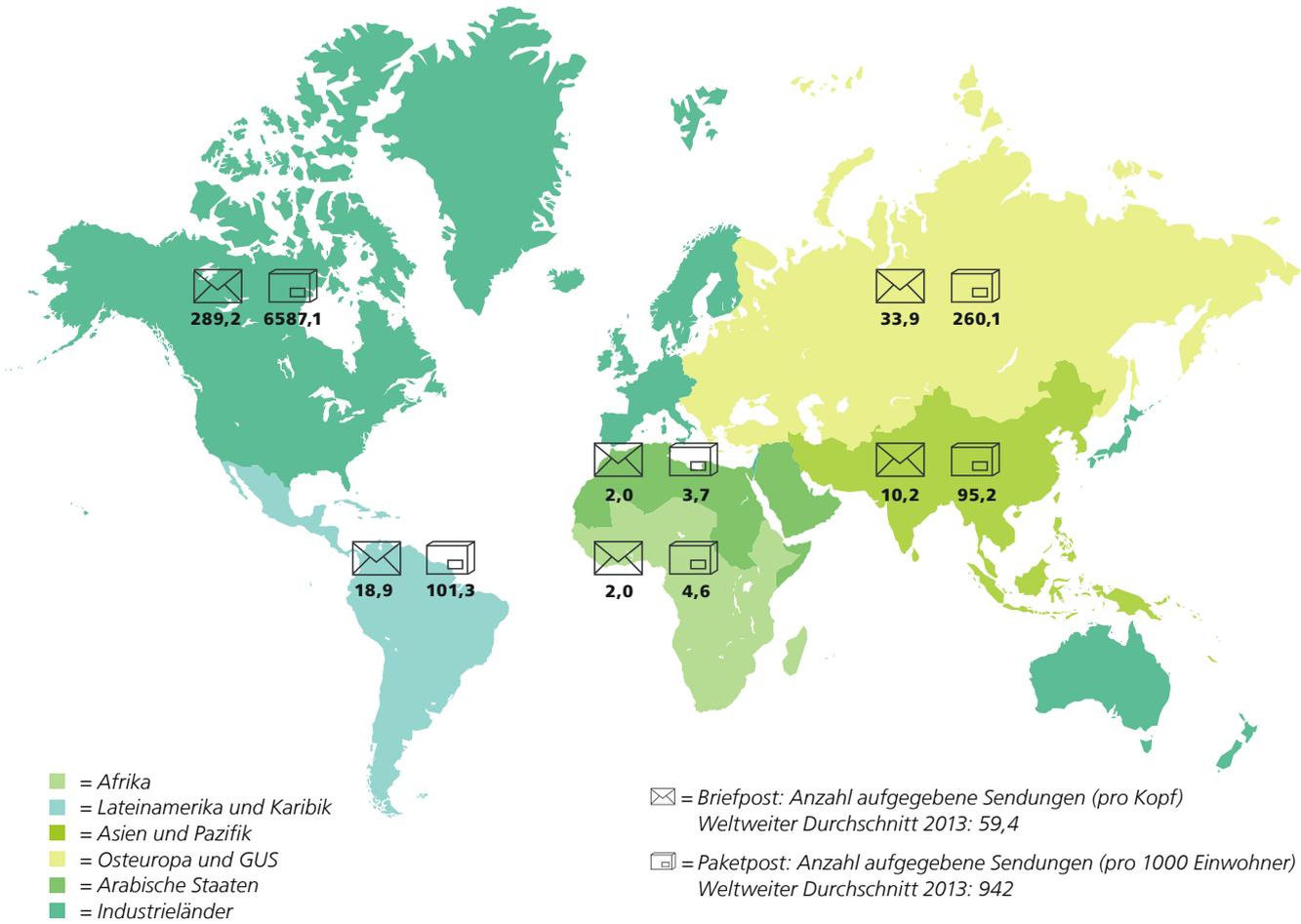
Zugang

Die Postfinanzdienste trugen 14,5% zum Ergebnis bei. «Und auf andere Dienstleistungen entfielen 23,5% der globalen Erträge, also eine Zunahme um 21% gegenüber 2012. Hierzu zählen auch Nicht-Postdienste wie Verkauf von Mobiltelefonkarten usw.

Die Postwirtschaft verfügt nach wie vor über das weltweit grösste physische Netzwerk und vermochte es sogar noch auszubauen. Der Netzwerkumfang blieb 2013 unverändert: 663 200 Postgeschäftsstellen mit 5,4 Millionen Mitarbeitern weltweit. Nahezu 70% der Poststellen werden von Postangestellten betrieben, während die übrigen von Personen geführt werden, die nicht offiziell im Postsektor angestellt sind.

Im Jahr 2013 wurden im weltweiten Durchschnitt 10 747 Menschen von einer Poststelle bedient. Der Zugang blieb in den Industrieländern (einschliesslich Japan, Australien und Neuseeland) unverändert, wohingegen diese Anzahl in den aufstrebenden Ländern der Region Asien-Pazifik zurückging. In Afrika war wiederum der entgegengesetzte Trend zu beobachten: 2013 hatten mehr Menschen Zugang zum Postnetz als noch im Vorjahr. Doch rund 44% haben keine Zustellung nach Hause und müssen ihre Post in der lokalen Poststelle abholen.

An der jährlichen Umfrage der UPU über das Postumfeld nahmen 150 der 192 Mitgliedsstaaten teil. **FM**



Briefpost

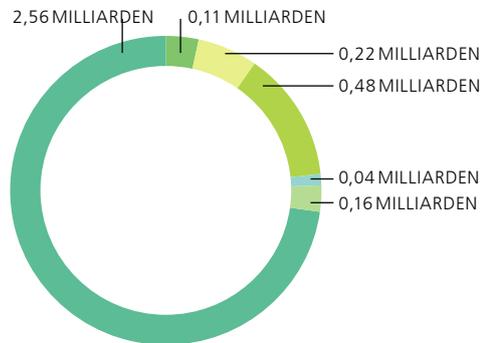
GESAMTVOLUMEN 2013: 339,8 MRD. SENDUNGEN

INLAND:

336,3 MRD. SENDUNGEN (99,00% DES GESAMTVOLUMENS)
 2012 – 2013: –2,8%

INTERNATIONAL:

3,5 MRD. SENDUNGEN (1% DES GESAMTVOLUMENS)
 2012 – 2013: –5,6%



Internationale Volumen: Schätzungen nach Region, 2013



Reguläre Pakete

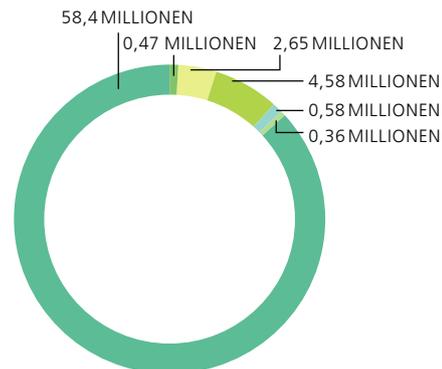
GESAMTVOLUMEN 2013: 6,715 MRD. SENDUNGEN

INLAND:

6,648 MRD. SENDUNGEN (99% DES GESAMTVOLUMENS)
 2012 – 2013: +3,68%

INTERNATIONAL:

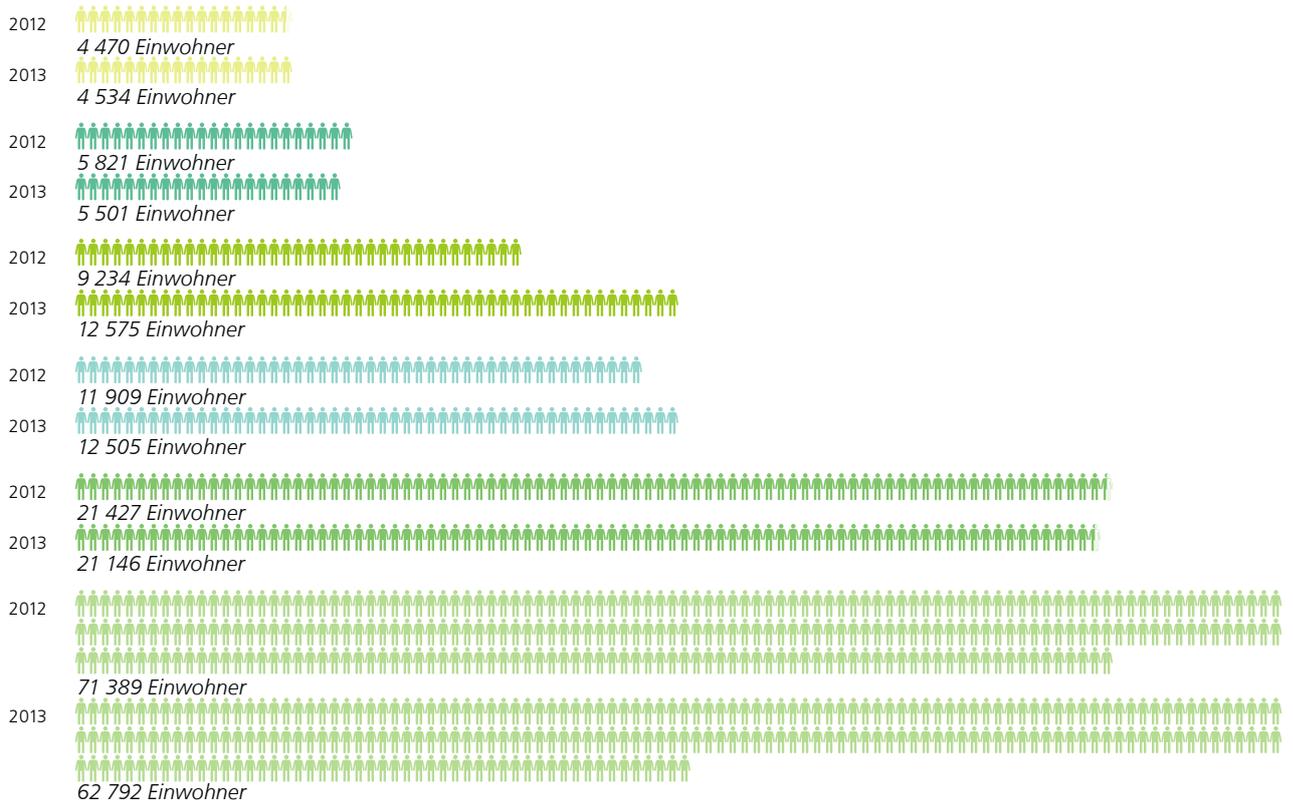
67 MIO. SENDUNGEN (1% DES GESAMTVOLUMENS)
 2012 – 2013: +5,8%



Internationale Volumen: Schätzungen nach Region, 2013

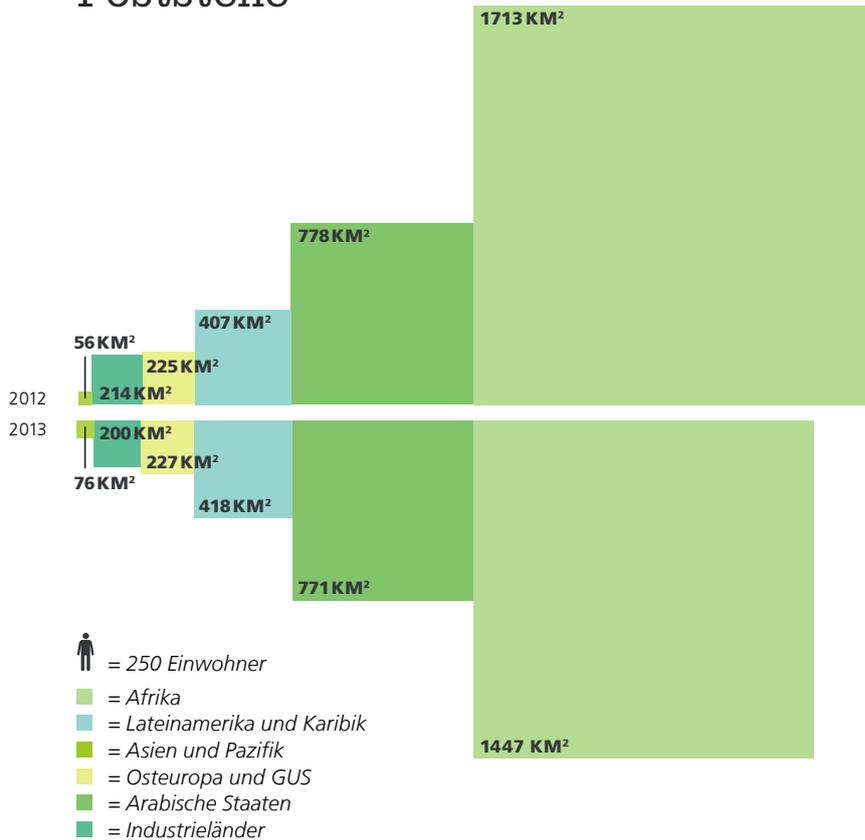
WELTWEITER DURCHSCHNITT 2013: 10 747

Einwohner pro Poststelle



WELTWEITER DURCHSCHNITT 2013: 205 KM²

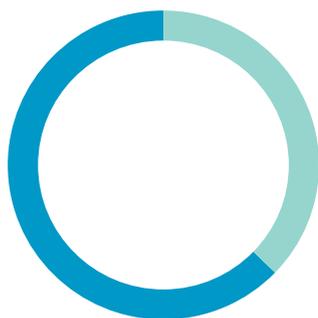
Durchschnittlich abgedeckte Fläche pro permanenter Poststelle



- = 250 Einwohner
- = Afrika
- = Lateinamerika und Karibik
- = Asien und Pazifik
- = Osteuropa und GUS
- = Arabische Staaten
- = Industrieländer

SCHÄTZUNG WELTWEIT 2013: 663 200

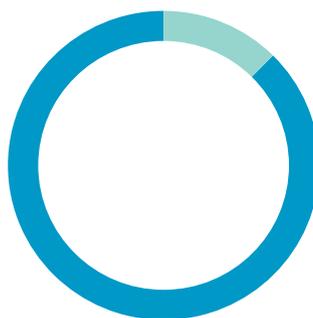
Poststellen



- 448 332 durch Postangestellte bediente Poststellen (67,6%)
- 214 878 von Externen bediente Poststellen (32,4%)

SCHÄTZUNG WELTWEIT: 5,4 MILLIONEN

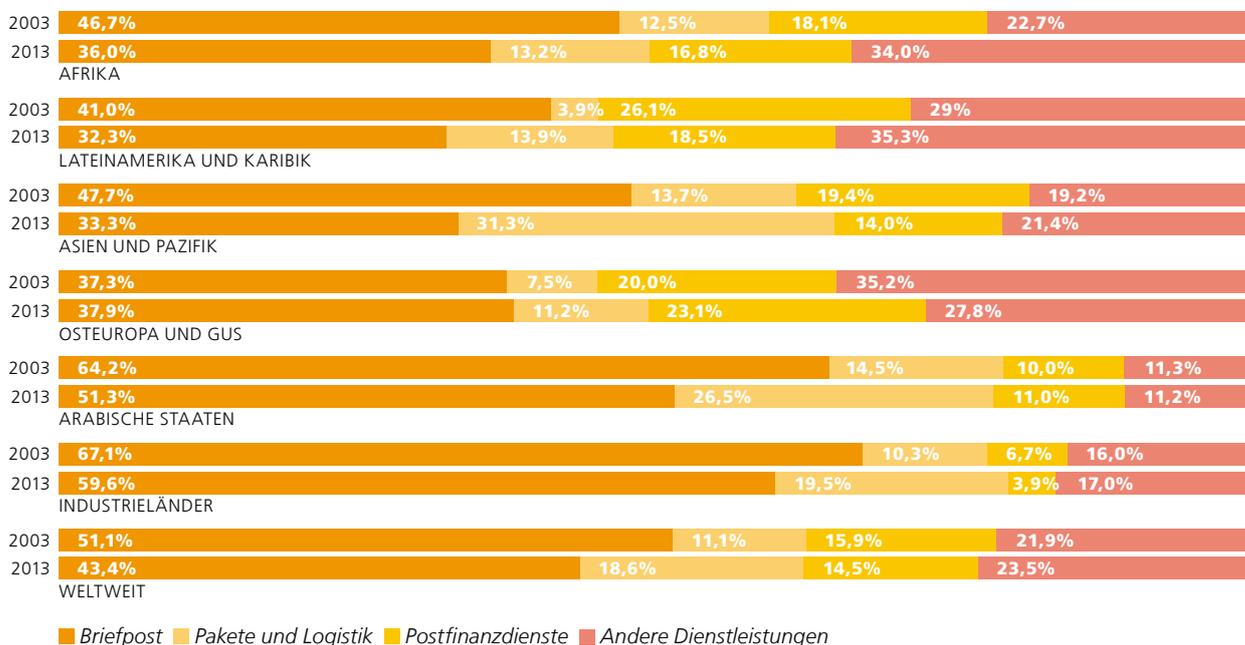
Postangestellte



- 4,35 Mio. Vollzeit (80,3%)
- 1,07 Mio. Teilzeit (19,7%)

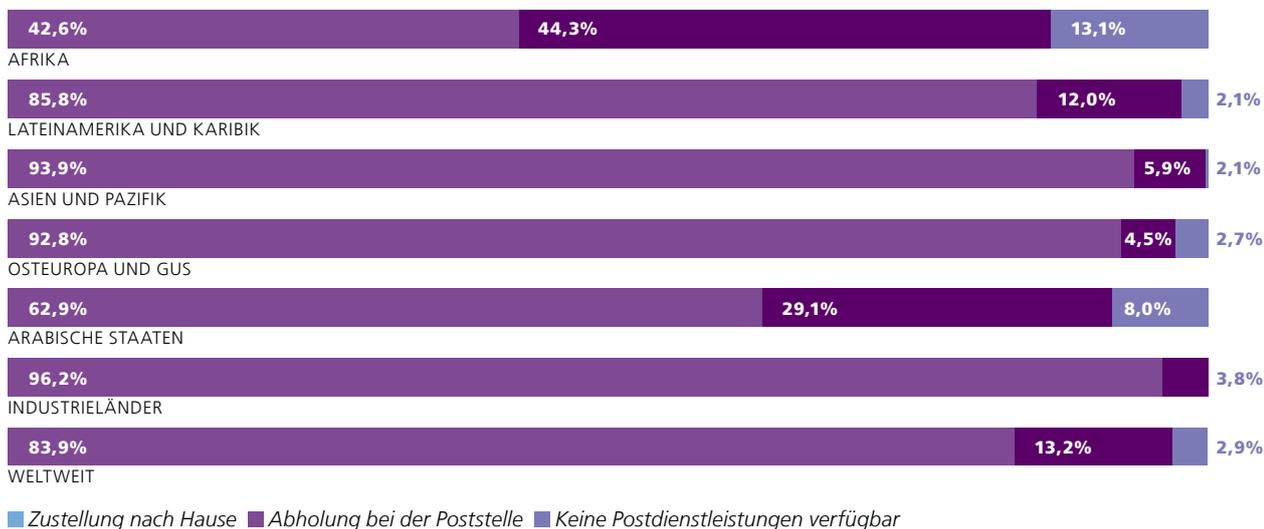
ERTRAGSANTEIL NACH REGION, 2003 UND 2013, EINFACHER DURCHSCHNITT DER VORGESEHENEN POSTBETREIBER IN JEDER REGION

Ertrag Postgeschäft nach Geschäftssparte



SCHÄTZUNG NACH REGION 2013, GEWICHTETER DURCHSCHNITT NACH EINWOHNERZAHL

Zustellungsart nach Region





GMS-Innovationen zeigen Engpässe auf

Die jüngsten innovativen Anpassungen an das Global Monitoring System (GMS) der UPU, mit dem internationale Briefsendungen verfolgt werden können, helfen der Schweizerischen Post dabei, potenzielle Engpässe bei der Zustellung von Briefsendungen zu erkennen.

**TEXT:
DAVID
KOCH**

Die neuen Funktionen vereinfachen die Erstellung detaillierter Berichte über Ort und Art von Verzögerungen beim End-to-End-Transport von Briefpostsendungen. Diese Funktionen gaben in erster Line den Ausschlag dafür, dass sich die Schweizerische Post 2013 für den exklusiven Einsatz von GMS entschieden hatte. «Diese Entwicklungen waren sehr positiv und die Kostenrechnung für GMS im Konkurrenzvergleich gut», sagt Marek Vransy, Qualitätsmanager für internationale Postsendungen bei der Schweizerischen Post.

Der Postsektor nutzt GMS seit 2009, um die Zustellungsperformance internationaler Briefpostsendungen zu analysieren. Bei diesem Messsystem werden mit einem winzigen RFID-Chip ausgestattete Briefe von sogenannten «Panelisten» versandt und empfangen. Sobald ein solcher Testbrief eine RFID-Station – d.h. eine Antenne, welche die elektromagnetischen Daten scannt – passiert, die in Postzentren weltweit installiert sind, wird der genaue Standort des Briefs zur Analyse in der GMS STAR-Datenbank registriert.

Zustellzonen

Früher war es möglich, den Prozentsatz der Briefsendungen, die ihre Destination in einer beliebigen Stadt pünktlich erreichten, festzustellen. Für die Schweizerische Post bedeutete dies, dass GMS STAR-Daten über die Zeitspanne, innerhalb derer eine im Postzentrum des Flughafens Zürich oder im Hauptaustauschbüro in der Schweiz eintreffende Sendung weitergeleitet wurde, gemessen werden konnte. So erhielt man statistische

Zustellungsdaten für sieben grosse Städte in der Schweiz: Basel, Bern, Genf, Lausanne, Luzern, Winterthur und Zürich. Mit den neuen Analysefunktionen lassen sich diese Daten jetzt aber auch für sogenannte Zustellzonen innerhalb der Städte ermitteln.

Vransy erinnert sich an einen Fall in Genf. Dort wurde die vorgegebene Zustelldauer für Briefe nicht eingehalten. Eine Analyse ergab indes, dass der Prozentsatz der rechtzeitig zugestellten Briefe für zwei der drei Zustellzonen sehr hoch war. Somit konnte es nicht an der Transportroute nach Genf liegen, denn alle internationalen Sendungen werden über dieselbe Route zugestellt. Infolgedessen konnte sich der Postanbieter auf logistische Probleme innerhalb der betreffenden Zustellzone konzentrieren. «Diese Berichte helfen uns, die Problemanalyse auf einen ganz bestimmten Teil des Gesamtsystems zu konzentrieren», sagt Vransy.

Downstream-Zustellung

Anhand eines GMS STAR-Berichts lässt sich die Zustellung eines einzelnen Briefs nachverfolgen und potenzielle Engpässe im System ermitteln. Zudem unterstreicht er die Nützlichkeit von GMS für eine Downstream-Analyse.

So begann die Reise durch die Schweiz für einen Brief gemäss GMS-Report am 4. September 2014 mit Eingang im Austauschbüro in Zürich-Mülligen. Der Brief verliess das Sortierzentrum um 10.47 Uhr und wurde per Bahn zum Sortierzentrum nach Genf transportiert, wo er nach einigen Stunden den RFID-Leser passierte. Der Brief

«Das GMS-Team ist sehr aktiv. Es erarbeitete von Anfang an eine sehr solide Basis, ohne danach auf seinen Lorbeeren auszuruhen.»

Marek Vransky, Qualitätsmanager für internationale Postsendungen, Schweizerische Post

wurde dann vom selben RFID-Leser am 5. September um 06.42 Uhr wieder gescannt, am selben Tag also, an dem er ins lokale Verteilzentrum für die Endzustellung zum Empfänger hätte sein sollen.

Ein Datenbankeintrag zeigte hingegen, dass der Brief nachmittags und tags darauf um 04.00 Uhr nochmals im gleichen Sortierzentrum in Genf erfasst wurde, als er schon hätte zugestellt sein müssen.

Die Postbetreiber nutzen genau solche GMS STAR-Daten, um Probleme in der Briefzustellungslogistik zu beheben, sagt Vransky. So wurden auch im besagten Sortierzentrum in Genf entsprechende Massnahmen ergriffen. «Wir können dem zuständigen Manager sagen: «Es gibt ein Problem hier. Wir haben Beispiele, bitte unternehmt etwas.»»

Transparenz im Inland

Die Eingrenzung des Problems auf diese Zustellzone war ein erster Hinweis. Eine weitere Funktion bot Hinweise auf weitere systeminterne Probleme, indem Informationen auf Ebene der Zustellrouten einzelner Briefpostsendungen gesammelt wurden. Diese Daten wurden von den RFID-Lesern, die in den verschiedenen Postzentren in der Schweiz installiert sind, geliefert.

«Jedes Mal wenn ein Brief ein- oder ausgeht, passiert er einen RFID-Scanner, welcher die genauen Durchgangszeiten festhält», erklärt Vransky. «Im GMS-Jargon nennt man dies «domestic visibility» oder inländische Transparenz.»

Die Schweizer Regierung macht der Post hohe Qualitätsvorgaben, so müssen 97,6% der Inland-Briefsendungen pünktlich zugestellt werden. Deshalb hat die Schweizerische Post schon früh mit der Einrichtung eines umfassenden Netzes von RFID-Stationen begonnen, mit dem die hohen inländischen Postflüsse konsequent überwacht werden. Die Herausforderung lag darin, diese ins-

gesamt 600 inländischen RFID-Scanner in GMS STAR zu integrieren, damit die Daten auch für die Überwachung der aus dem Ausland eingehenden Postsendungen genutzt werden können. Die Integration dieser beiden Systeme wurde in Zusammenarbeit der Schweizerischen Post mit der UPU und einer privaten Firma, die das RFID-System betreibt, ermöglicht. Gemeinsam wurde eine Software entwickelt, die es der Datenbank erlaubt, die Informationen dieser «Downstream»-Lesegeräte zu erfassen. Damit ist die Schweizerische Post nun in der Lage, Probleme, wie sie in Genf auftraten, zu orten und zu beheben.

Wege zur Qualität

Mehr als 5000 Testbriefe werden jährlich an rund 30 Panelisten in die Schweiz gesandt. Daraus ergibt sich eine Unmenge Informationen, mit denen die Post rasch auf Schwierigkeiten in der Logistikkette reagieren kann. Vransky lobt die UPU, die mit den neuen Funktionen für ihr GMS-System einen indirekten Beitrag zur Kundenzufriedenheit in der Schweiz liefert. Die fruchtbare Zusammenarbeit mit dem GMS-Team der UPU war dabei ein wichtiger Faktor. «Das GMS-Team ist sehr aktiv. Es erarbeitete von Anfang an eine sehr solide Basis, ohne danach auf seinen Lorbeeren auszuruhen», lobt Vransky. «Es arbeitet jetzt an der Weiterentwicklung des Systems, um es noch benutzerfreundlicher zu machen, sodass Postbetreiber Probleme und Verzögerungen in der Logistikkette in Zukunft noch rascher erkennen und beheben können», fügt er hinzu. **DK**



UPU-Finanzierung führt zu Boom und verbessert Service

Zwei von der UPU finanzierte Projekte helfen dem vorgesehenen Postbetreiber in der Slowakei, die zunehmenden Volumen von Postsendungen aus dem Ausland infolge des E-Commerce-Booms besser zu bewältigen und einen raschen Service auf dem kürzlich liberalisierten und hartumkämpften Postmarkt anbieten zu können.

TEXT:
DAVID
KOCH

Die Projekte mit dem Ziel, das Zustellungstempo internationaler Postsendungen im Hauptaustauschbüro der Slowakei zu verbessern, wurden im November von der UPU als Verbesserung des Postservices in diesem osteuropäischen Staat gewürdigt. Dieser Erfolg des Postbetreibers wurde mit zwei Zertifikaten des Quality of Service Fund (QSF) der UPU ausgezeichnet.

Mechanisierung

Dank der finanziellen Unterstützung vom QSF konnte Slovenská pošta neue Ausrüstungen für das Hauptaustauschamt des Landes in der Hauptstadt Bratislava beschaffen. Zu den Anschaffungen im Wert von rund 67 500 US-Dollar gehörten ein elektrischer Niederhubwagen, 20 Gittercontainer, mehrere vierrädrige Trolleys, eine Bandiermaschine und weitere Ausrüstungen. Ján Kollár, Leiter für internationale und regulatorische Angelegenheiten, bezeichnete die Anschaffungen als «Standardausrüstung, die für den täglichen Betrieb in einem Austauschbüro benötigt wird.»

Mit diesem Projekt wird die manuelle Arbeit bei der Postsortierung viel effizienter, sagt Kollár in seiner Funktion als QSF-Koordinator. «Diese Mechanisierung erhöht sowohl Produktivität als auch Service-Qualität», sagt er in einem Interview mit *Union Postale*. Und weil die angeschafften Utensilien, wie etwa die Postkästen, standardi-

siert sind, lassen sie sich einfach mit bestehenden Ausrüstungen kombinieren.

Das Ergebnis kann sich sehen lassen. Eine unabhängige Projektevaluation durch den QSF hat ergeben, dass die Fahrzeugentladezeiten von 85 Minuten im Jahr 2007 auf 30 Minuten im Jahr 2013 gesunken sind, eine Einsparung, dank der die Post Verspätungen bei der Zustellung vermeiden konnte.

IT-Upgrade

Ein zweites Projekt diente der Verbesserung der internationalen Briefpostzustellung mittels Ausbau des bestehenden IT-Systems. Bevor eine Sendung aufgegeben wird, übermittelt die Software automatisch Daten zum 50 km entfernten Flughafen Wien im benachbarten Österreich, von dem sämtliche slowakische Luftpostsendungen abgewickelt werden. Mit den Daten können die Kollegen der österreichischen Post die Sendungen vorbereiten und Personal- und Transportressourcen optimal bereitstellen.

Die Technologie, die eine Investition von 71 000 US-Dollar erforderte, wurde 2010 implementiert und erlaubt es dem Postanbieter, sein Ziel – eine Reduktion der Zustellzeit internationaler Sendungen um mehr als die Hälfte von 50 Minuten auf höchstens 20 Minuten – zu erreichen. Aufgrund der dichten Flugpläne ist

jede Minute kostbar, sagt Kollár. «Für die betrieblichen Abläufe im Austauschbüro zählt jede einzelne Minute.» Die schnelleren Umlaufzeiten verschaffen dem Postanbieter einen Konkurrenzvorteil, fügt er hinzu, denn «heute besteht ein enormer Druck, um die Transitzeiten für Postsendungen so kurz wie möglich zu halten.»

Internationale Spitzenwerte

In den letzten zehn Jahren haben die internationalen Postsendungen eine markante Zunahme erfahren. So hat sich die Anzahl eingehender Sendungen von 15 Millionen im Jahr 2003 auf über 25 Millionen im Jahr 2011 nahezu verdoppelt. Bei den abgehenden Sendungen ist die Zunahme noch ausgeprägter. Sie schnellten in der gleichen Zeitspanne von 10 auf über 25 Millionen in die Höhe. 2013 hielt dieses Wachstum der internationalen Postsendungen von jährlich knapp 3,5% an. Kollár hat festgestellt, dass die vom QSF unterstützten Projekte der slowakischen Post geholfen haben, diese Volumensteigerungen zu bewältigen. «Dank der mechanischen Aufrüstung können wir mehr Postsendungen bearbeiten», sagt er.

Bisher hat die Post die Marktveränderungen gut bewältigt und gleichzeitig ein weiteres Ziel erreicht: Massenentlassungen zu vermeiden. Der Staatsbetrieb schreibt 2013 nach mehreren Verlustjahren wieder schwarze Zahlen und erzielte einen Gewinn von über 4 Millionen Euro (4,9 Millionen US-Dollar). Der vorgesehene Postbetreiber schreibt das positive Ergebnis den angestiegenen Geschäftsaktivitäten im internationalen Postverkehr zu, insbesondere, so Kollár, bei Sendungen



Die Kunden profitieren von einem besseren Service (Foto: Peter Zelizňák).

aus dem asiatischen Raum, die um mehr als 200% zugenommen haben.

Aber er weiss, dass sein Unternehmen in einem Markt tätig ist, in dem über 20 eingetragene Postunternehmen miteinander konkurrieren. «Der Konkurrenzkampf ist unerbittlich», sagt Kollár, wobei die grössten Herausforderungen wohl im E-Commerce anstehen. «Der Kampf um die Pakete dürfte besonders hart geführt werden.»

Die vom QSF zugesprochenen Mittel zur Verbesserung der Dienstleistungen im internationalen Briefpostverkehr boten dem Postunternehmen grosse Unterstützung, zumal die Post ihre knappen Mittel meist für Inlandsendungen aufwendet. «Diese Zuschüsse helfen uns, die Investitionen zwischen In- und Auslandsendungen gleichmässig zu verteilen und die Dienstleistungsqualität sowie das geforderte Performanceniveau für internationale Briefsendungen zu erreichen», schliesst er.

DK



Dänemark setzt auf digitale Post

Als weltweit erstes Land verpflichtet Dänemark seine Bürger dazu, einen digitalen Briefkasten zu haben.

TEXT:
VINCENT
LONDON

Seit November müssen alle Einwohner des Landes, die älter als 15 Jahre sind und eine CPR-Nummer (persönliche Identitätsnummer) haben, sich bei Digital Post registrieren, damit sie mit den staatlichen Behörden kommunizieren können.

Meldung eines Wohnungswechsels, Anmeldung zur Kinderbetreuung, Beantragung von Mietzuschüssen, Rentenauszahlungen oder einer Baubewilligung, Einsicht in die Steuerveranlagung oder Wahl eines Arztes, Abmeldung ins Ausland sowie sämtliche Schreiben oder Informationen von Gemeinden, Spitälern oder Steuerbehörden (SKAT) – all dies lässt sich in Dänemark künftig nur noch auf elektronischem Wege erledigen. «Wir haben eine klare Zielsetzung, nämlich dass 80% der schriftlichen Kommunikation im öffentlichen Bereich bis Ende 2015 digital abgewickelt wird», sagt Lars Frelle-Petersen, Leiter der dänischen Agentur für Digitalisierung. Von diesem Zeitpunkt an, soll Digital Post dem öffentlichen Sektor Einsparungen von rund 130 Millionen Euro jährlich bescheren.

Vorteile

Der papierlose Schriftverkehr ist ausserdem schnell, sicher und effizient, wirbt die Regierung. Der grösste Vorteil für die dänischen Bürger besteht darin, dass sie ihre wichtigen Postsendungen in einem zentralen, spam-freien Ort erhalten und die Dokumente in elektronischer Form so lange wie gewünscht speichern können. «Mit dem Online-Selfservice sind die öffentlichen Behörden in der Lage, den Bürgern einen flexibleren und moderneren Service zu bieten», sagt Frelle-Petersen und fügt hinzu, dass Privatpersonen wie auch Unternehmen das Internet bereits für viele andere Zwecke nutzen würden.

Um für die Umstellung zu werben, hat die Regierung eine breit angelegte Informationskampagne ausgerollt, damit alle Einwohner des Landes über diese Veränderung Bescheid wissen. Mittels laufender Umfragen wurden jeweils diejenigen Bevölkerungsgruppen eruiert, die noch gezielter angesprochen werden mussten. Bis zum 1. November hatten 65,9% der 4,7 Millionen Einwohner Dänemarks sich bei Digital Post registriert, derweil 10,1% von der Registrierungspflicht ausgenommen worden waren und 24% automatisch registriert wurden.

Von der Registrierung ausgenommen sind Menschen mit sprachlichen Schwierigkeiten oder einer anderen Behinderung sowie Personen mit Wohnsitz im Ausland oder die zu Hause keinen geeigneten Internetzugang

haben. Sie alle werden die Korrespondenz nach wie vor in Briefform erhalten. Während die Behörden dauernde Ausnahmen, beispielsweise Personen die unter Demenz oder einer anderen Behinderung leiden, gewähren, werden viele andere Ausnahmen lediglich übergangsweise anerkannt, da davon ausgegangen werden kann, dass sprachliche Hürden überwunden werden können und auch die Beschaffung eines Internetzugangs zumutbar ist.

Die Agentur für Digitalisierung meldet, dass der Übergang bisher gut geklappt hat. «Wir überwachen den Roll-out, um sicherzustellen, dass unvorhergesehene Probleme und Herausforderungen gemeistert werden und die Menschen Unterstützung erhalten, wenn sie sie brauchen», sagt Felle-Petersen.

Der Zugang zu Digital Post erfolgt über eine der beiden sicheren Webseiten Borger.dk oder e-Boks.dk. Die Benutzer melden sich an mit der digitalen NemID-Signatur – einem zentralen Login für öffentliche Webseiten, Online-Banking und andere Webseiten und Online-Dienste. NemID besteht aus einer Benutzer-ID, einem Passwort und einer Code-Karte mit einmalig nutzbaren Codes.

Wie normale Post

Die digitale Mailbox hat den gleichen Status wie ein physischer Briefkasten, d.h. es obliegt den Benutzern, neue Nachrichten zu lesen. Um sicher zu gehen, dass keine Nachrichten verpasst werden, kann wahlweise eine Benachrichtigung via SMS oder E-Mail erfolgen. Auch lassen sich Familienangehörige mit Leserechten ausstatten, um den Nutzern im Umgang mit dem digitalen Briefkasten zu unterstützen, auch wenn der registrierte Nutzer für seine Korrespondenz verantwortlich bleibt. Ausserdem können Mails von privaten Unternehmen wie Banken, Pensionskassen und Versorgungsbetrieben auf der Mailbox empfangen werden.

Es handelt sich um die letzte Phase in den Bestrebungen der dänischen Regierung, die physische Post durch digitale Nachrichten zu ersetzen. Seit November 2013 sind dänische Unternehmen verpflichtet, sich für den Empfang digitaler Post vorzubereiten. Die Initiative ist Teil der eGovernment-Strategie 2011–2015 der dänischen Regierung, die eine Digitalisierung der Dienstleistungen des öffentlichen Sektors in vier Phasen vorsieht. Für die Zeitperiode 2016–20 wird eine neue Strategie entwickelt. **VL**



UN Women und UPU bündeln ihre Kräfte

Die Universal Postal Union und UN Women beabsichtigen, gemeinsam nach Wegen zu suchen, um die Gleichstellung der Geschlechter im Postsektor, in der UPU und anderen Organisationen zu fördern.

TEXT:
FARYAL
MIRZA

«Mit einem starken Partner wie UN Women an unserer Seite werden wir bei der UPU unseren Teil dazu beitragen, dass die Gleichstellung von Mann und Frau sowohl intern bei uns als auch bei anderen Organisationen vorangetrieben wird», sagte UPU-Generaldirektor Bishar A. Hussein.

Executive Director von UN Women, Phumile Mlambo-Ngcuka pflichtete bei: «Das ist eine gute Sache, nicht nur für den Postsektor, sondern für die Frauen weltweit. Zweifellos wird die Partnerschaft mit der UPU das Engagement für die Gleichstellung der Frauen in der Arbeitswelt sowie in den Lieferketten dieses Sektors mit seiner enormen Reichweite in ländlichen Gebieten überall in der Welt stärken.»

Stärkung

Frauen zu befähigen, sich aktiv und unabhängig ins Wirtschaftsleben einzubringen, ist auch ein wichtiger Beitrag zur Armutsbekämpfung in unserer Gesellschaft. «Wirtschaftlich aktive Frauen können positive Veränderungen in ihrem Leben und in ihrer Umgebung bewirken», sagte Mlambo-Ngcuka. «Wenn sie ein Einkommen erzielen und ihren Lebensunterhalt selbst bestreiten, verbessert sich auch ihr Status. Sie können ihre Familie versorgen und auch in anderen Aspekten ihres Lebens Einfluss ausüben, zum Beispiel Entscheidungen in puncto Ausbildung, Wohnung, Ernährung und medizinischer Versorgung treffen», fügte sie an.

Dieses gemeinsame Projekt wird gleichsam eine Fallstudie sein, inwiefern der Postsektor zur Erfüllung der finanziellen Bedürfnisse von Frauen weltweit beitragen kann. Erste Ergebnisse – unter anderem Empfehlungen mit dem Ziel, den Zugang zu Postfinanzdienstleistungen auszuweiten – werden Anfang 2015 erwartet.

«Über ihr Postnetz bietet die Post bereits über einer Milliarde Menschen weltweit Zugang zu grundlegenden Finanzdienstleistungen. Damit ist sie bestens positioniert, mehr Frauen wirtschaftlich zu befähigen», meinte Hussein.

UN-SWAP

Gemäss der Vereinbarung bekräftigt das Internationale Büro der UPU sein Engagement zur schrittweisen Umsetzung des «System-wide Action Plan on Gender Equality and the Empowerment of Women» (UN-SWAP) am UPU-Hauptsitz. So sollen Leistungsindikatoren für die Erreichung der Gleichstellung in allen UNO-Organisationen eingeführt werden. «Wir setzen uns dafür ein, dass im Internationalen Büro mehr Führungspositionen von Frauen besetzt werden», sagte Hussein, «wobei Professionalität, Leistung und Qualifikation als Selektionskriterien dienen.»



Das berühmte Empire State Building leuchtete am 25. November 2014, dem Internationalen Tag zur Beendigung der Gewalt gegen Frauen, in Orange (Foto: UN Women/Ryan Brown).

Dafür erntete das Internationale Büro denn auch Lob von UN Women. «Wir begrüßen die Unterstützung und das Engagement der UPU für UN-SWAP», äusserte sich Mlambo-Ngcuka zufrieden. Im Jahr 2010 rief die Vollversammlung der Vereinten Nationen die Einheit UN Women ins Leben, mit dem Ziel, die Gleichstellung der Geschlechter und die wirtschaftliche Befähigung der Frauen voranzutreiben. **FM**



									Transport		
									Rücksendungen		
									Track & Trace		
									Zustellung		
									Zoll		
								Zahlung bei Zustellung (PYOD)	Paketabholung		
								Produktsuche und Vergleich	Zahlung in Poststelle	Versandetiketten	
								Technischer Support	E-Zahlung	Frankierungs-Rechner	
								Web-Geschäfte	Vergütung	Warehouse und Fulfillment	
								WEB HOSTING	ZAHLUNG	LOGISTIK	
								Sichere Identifizierung	Sichere Nachrichten	Zuverlässige Informationen	Kapazitätenaufbau
											SCHLÜSSEL-

ECOMPRO – das von der UPU vorgestellte neue E-Commerce-Rahmenwerk.

Die UPU stellt neues Rahmenwerk vor

Die UPU und die Mitgliedsstaaten haben verschiedene Massnahmen ausgearbeitet, dank derer der Postsektor vom E-Commerce-Wachstum mit ECOMPRO, einem neuen integrierten globalen Rahmenwerk, in Rekordzeit profitieren soll.

E-Commerce-Beratung		
Kundendatenanalyse	Werbung Medien	
Verkauf	Werbung Web	Bestellungsinformationen
Marketing	E-Mail-Marketing	Kundeninformationen
Call-Center	Direktwerbung	Produktinformationen
CRM	PROMOTION UND MARKETING	DATENAUSTAUSCH
Marktentwicklung	Interkonnektivitätsstandards	Partnerschaften
		Finanzierung
ELEMENTE		

TEXT:
RHÉAL
LEBLANC

In der Zeit von Mai bis Oktober 2014 hat die UPU die wichtigsten Arbeitspunkte bestimmt, die es zu berücksichtigen gilt, damit die Hauptkomponenten der E-Commerce-Lieferkette abgedeckt werden. «E-Commerce verändert die Art und Weise, wie Geschäfte gemacht werden», sagt der Brasilianer Vantuyl Barbosa, Vize-Vorsitzender des Rats für Postbetrieb (RPB), der mit der Aufsicht über die Entwicklung von ECOMPRO, dem E-Commerce-Rahmenwerk der UPU, beauftragt wurde. «Die Postindustrie muss sich den Marktgegebenheiten anpassen und dem E-Detailhandel und den Online-Kunden die gewünschten Dienstleistungen anbieten.»

Mit der Umsetzung wurde bereits begonnen. Ab Juli 2015 wird der grenzüberschreitende Warenversand für die Online-Einzelhändler weltweit dank einer neuen optionalen Paketdienstleistung endlich vereinfacht.

Der RPB verabschiedete letzten Oktober die Spezifikationen für eine Dienstleistung für Pakete von bis zu 30 Kilogramm. Der Service umfasst auch eine «Track & Trace»-Option sowie standardmässige Zustellung innerhalb von fünf Werktagen ab dem Zeitpunkt, an dem ein

Paket das Land des Empfängers erreicht. Beim neuen Service muss der Paketempfang nicht quittiert werden.

Ab 2016 müssen die Postbetreiber die Zollbehörden im Voraus über den Inhalt von Paketen informieren, eine Massnahme, dank der die Zollabfertigung beschleunigt werden dürfte. Ziel wird es ausserdem sein, dass die Kunden den bevorzugten Ort für die Zustellung selber bestimmen können.

Der RPB validierte zudem einen Warenrücksendungsservice, der es den Kunden erleichtern wird, bestellte Waren an Online-Händler im Ausland zu retournieren. Überdies gab er grünes Licht für einen neuen E-Commerce-Leitfaden mit praktischen Hinweisen und Empfehlungen für Postbetreiber, die ihre E-Commerce-Services weiterentwickeln wollen.

In Zukunft wird die UPU sich einerseits mit der Entwicklung von Zielen für leistungsabhängige Vergütungen befassen für diejenigen Postanbieter, welche den optionalen neuen Service anbieten, andererseits mit einem internetbasierten Informationssystem für die Kunden. **RL**





Schutz der Privatsphäre im wachsenden Internetverkehr

Das Internet beeinflusst immer mehr Aspekte unseres Lebens, derweil wir auch immer mehr Informationen über uns online preisgeben. Daher ist eine wirksame Regulierung und Governance unerlässlich. Robin Wilton, der auf das Thema Identität und Privatsphäre spezialisierte Technical Outreach Director von Internet Society, erörtert im Gespräch mit *Union Postale*, die Frage, ob es überhaupt möglich ist, sich im Internet zu bewegen, ohne persönliche Informationen preiszugeben. Und wenn nicht, was sind die Konsequenzen für unsere Gesellschaft?

TEXT:
VINCENT
LANDON

FOTO:
INTERNET
SOCIETY

Union Postale: Was beunruhigt Sie am meisten in der aktuellen Debatte über den Schutz der Privatsphäre? Robin Wilton: In erster Linie Ausmass und Umfang. An jeder Aktion, die wir im Internet ausführen, ist zumindest eine dritte Partei beteiligt. Wenn Sie Ihre Mails checken, läuft alles über Ihren Internet Service Provider oder ISP. Wenn Sie online einkaufen, sind nicht nur Sie und der Verkäufer involviert. Und es kommt immer häufiger vor, dass auch Transaktionen, die Sie offline tätigen, über eine Drittpartei abgewickelt werden. Das gilt für die automatische Kennzeichenerkennung genau so, wie wenn Sie Ihr Mobiltelefon oder GPS-Gerät auf sich herumtragen. Alles hinterlässt digitale Spuren im Internet.

Lässt sich diese Entwicklung überhaupt aufhalten? Der technologische Fortschritt hat einen Punkt erreicht, an dem es viel leichter ist, Daten offenzulegen als diese geheim zu halten. Es ist einfacher, Daten zusammenzuführen, als diese zu trennen, einfacher Daten zu speichern, als zu löschen. Unser Hang zur Trägheit und zum Weg des geringsten Widerstands führt unweigerlich in diese Richtung. So ist der technologische Fortschritt nun mal. Aufgehalten wird diese Entwicklung allenfalls durch Faktoren, die eine Transaktion erschweren oder verhindern oder aufgrund regulatorischer und Governance-Bestimmungen.

Was für eine Rolle spielt die Internet Society dabei? Unsere Mission ist es, zwischen der regulatorischen Perspektive und der technischen Dimension quasi eine Brücke zu bauen. Der dritte überlappende Kreis im Venn-Diagramm betrifft die sozialen Vorteile, die das Internet bietet. Das Innovationstempo führt uns in die Richtung eines vor allem kommerziell und ökonomisch motivierten Internets. Doch der technologische Fortschritt hat auch einen sozialen Wert, denn es geht nicht nur um den Fortschritt, sondern auch darum, dass der Fortschritt richtig genutzt wird. Unser Motto ist denn auch: «Das Internet gehört allen.»

Doch die Bedeutung der Privatsphäre dürfte wohl nicht in allen Ländern gleich sein?

Das stimmt. Dies rührt daher, dass Identität und Privatsphäre im Wesentlichen soziale Konstrukte sind. Wie wir darüber denken, ist stark von unserer Kultur geprägt, auch innerhalb einer sozialen Gruppe. Dinge, die in einem bestimmten Kontext zur Privatsphäre gehören, können in einem anderen Kontext problemlos offengelegt werden. Es ist ein sehr nuanciertes soziales Verhalten. Doch die Instrumente, über die wir verfügen, um dieses Verhalten «zu digitalisieren», sind recht grob. Es ist, als ob man eine Schweizer Präzisionsuhr mit einem Vorschlaghammer reparieren wolle. Viele Menschen sehen in der Verschlüsselung sämtlicher Informationen das einzige Mittel zum Schutz der Privatsphäre. Doch Privatsphärenschutz heisst nicht zwangsläufig,

UPU garantiert Datensicherheit

Der Weltpostvertrag ist ein für die UPU-Mitgliedsstaaten – und somit auch für deren vorgesehenen Postbetreiber – bindender internationaler Vertrag, der festlegt, dass persönliche Daten über die Nutzer nur für den Zweck, für den sie unter Einhaltung der nationalen Gesetze erhoben wurden, verwendet werden dürfen.

Die Mitgliedsstaaten und deren vorgesehene Postbetreiber sind auch verpflichtet, die Vertraulichkeit und Sicherheit der persönlichen Daten der Nutzer gemäss den nationalen Gesetzen zu wahren. Der vorgesehene Postbetreiber hat die Pflicht, die Nutzer darüber zu informieren, wie ihre persönlichen Daten verwendet werden und für welchen Zweck diese Informationen erhoben wurden.

Er ist ebenfalls verpflichtet, die Datensicherheit bei elektronischen Geldüberweisungen, die im Rahmen des UPU Postal Payment Service Agreement über das Postnetz vorgenommen werden, zu garantieren.

Die Archive, Vermögenswerte, Unterlagen und Gebäude der UPU sind unantastbar und gegen Durchsuchung, Beschlagnahmung, Konfiskation, Enteignung oder jegliche andere Form der Einmischung durch exekutive, administrative, richterliche oder legislative Gewalt, immun. «Dies steht im Einklang mit den internationalen Verträgen und anderen innerstaatlichen Regelungen bezüglich des Rechtsstatus der UPU als zwischenstaatliche Organisation und Sonderorganisation der Vereinten Nationen», sagt Ricardo Guilherme Filho, Legal Director bei der UPU.

Was die Technologie angeht, setzt die UPU diese Vorgaben mittels sicherer physischer und digitaler Systeme um, die darauf ausgelegt sind, unautorisierte Zugriffe zu verhindern, sowie mit Back-up-Systemen, welche die Datensicherheit gewährleisten – bei Feuer, Erdbeben oder anderen Naturkatastrophen.

Die UPU arbeitet derzeit gemeinsam mit der Post von Costa Rica an einem Big-Data-Projekt mit dem UN Global Pulse. Gemäss einer Vereinbarung hat die Post die UPU speziell für den Zugriff auf ihre Daten für Forschungs- und Entwicklungszwecke im Rahmen dieses Projekts autorisiert.

dass man seine Daten geheim halten muss. Es geht darum, persönliche Daten gemäss gewissen Erwartungen, was Umfang und Kontext angeht, zu veröffentlichen und darauf zu achten, wer sie ein sieht.

Lässt sich diese Bedrohung quantifizieren?

Das ist schwierig. Seit Jahren versuchen Spezialisten, die Bedrohung der Privatsphäre konkret abzubilden. Beispielsweise ob es zu einem finanziellen Schaden gekommen ist; analog einer Versicherung, nur ist es ungleich schwieriger, einen Reputationsschaden zu reparieren, als einen Finanzverlust zu entschädigen.

Als man in Grossbritannien versuchte, eine Bedrohungsanalyse zu erstellen, wollte man Daten nach dem Grad ihrer Sensitivität klassifizieren. So könnten bestimmte Verletzungen der Privatsphäre zu einer unmittelbaren Bedrohung oder zur körperlichen Gewalt

führen. Diese wurden denn auch als die schlimmsten klassifiziert. Am schwierigsten lässt sich jedoch quantifizieren, ob eine Verletzung der Privatsphäre soziale Konsequenzen hat und wie schwerwiegend diese sind. Inwiefern verhalten sich die Menschen anders, wenn sie denken, dass alle ihre Handlungen in der Öffentlichkeit überwacht oder öffentlich zur Schau gestellt werden?

Online Trolling würde demnach Massnahmen rechtfertigen?

Trolling, d.h. provozierendes Verhalten, ist ein schwieriges Thema. Wenn Sie auf der Seite der Regulierungsbehörden stehen, dann rechtfertigt Trolling ein Verbot des unautorisierten Zugangs zum Internet. Wer nichts zu verbergen hat, hat auch nichts zu befürchten, sagen die Regulatoren. Die Forderung, dass der Internetzugang nur mit Authentifizierung erfolgen kann, scheint auf den ersten Blick sehr vernünftig – ausser Sie sind eine Frau, die unter häuslicher Gewalt leidet, ein Asylbewerber oder ein verdeckt operierender Ermittler. Es gibt nun mal legitime und sozial akzeptable Gründe für ein Pseudonym oder für Anonymität. Nur, was der eine als notwendiges Pseudonym erachtet, ist für den anderen Spoo-fing.

Welchen Einfluss hat das «Internet of Things»?

Wir sprachen vorher über Ausmass und Umfang. In dieser Hinsicht dürfte das Internet of Things dieses Problem in eine ganz andere Dimension katapultieren. Und ich glaube, dass mit dem Internet of Things sich die Bewusstseins- und Zustimmungproblematik noch verschärfen wird, weil wir einfach immer weniger darüber wissen, welche Informationen die von uns verwendeten Geräte über uns preisgeben. Wenn die Geräte miteinander kommunizieren, könnten ungesicherte Apps auf die Kontaktlisten anderer Apps zugreifen. Es wird dadurch noch schwieriger, die eigenen Onlineprofile mittels Gerätentrennung zu schützen.

Die Nutzung verschiedener Online-Profile ist eine der wenigen Möglichkeiten, die wir für die kontextbezogene Offenlegung von Daten haben.

«Doch Privatsphärenschutz heisst nicht zwangsläufig, dass man seine Daten geheim halten muss. Es geht darum, persönliche Daten gemäss gewissen Erwartungen, was Umfang und Kontext angeht, zu veröffentlichen und darauf zu achten, wer sie einsieht.»

Ein gesetzgeberisches Minenfeld?

Die europäischen Datenschutzgesetze enthalten Ausnahmen, wenn es um die nationale Sicherheit, Durchsetzung von Gesetzen oder Verhinderung und Entdeckung von Straftaten geht, und zwar «in einem Ausmass, das für eine demokratische Gesellschaft angemessen und verhältnismässig ist». Dieser Grundsatz wurde bereits von einigen richterlichen Urteilen, die eine willkürliche Überwachung und Datensammlung für ungesetzlich erklärten, bestätigt.

Oftmals versucht man, diffizile soziale Konzepte wie Vertrauen, Delegation und Privatsphäre gesetzlich zu regeln, doch sind die gesetzlichen Mechanismen grob und die Rechtssprache nicht präzise genug. Wenn der Gesetzgeber die Technologie, die er regulieren will, nicht oder nur ungenügend versteht, werden die Gesetze auch nicht die gewünschte Wirkung erzielen.

Die Cookie-Richtlinien der EU sind ein gutes Beispiel dafür. Jemand hat entschieden, dass es zwei Arten von Cookies gibt – technische Cookies, die wir zulassen sollten, und schlechte Cookies (tracking cookies), die man blockieren darf. Dies führte zu einer Regelung, die, was die spezifische Technologie betraf, einfach unsinnig war. Denn Adobe beispielsweise verwendet keine Cookies mehr, die im Browser erscheinen und hat damit begonnen, die eigenen langzeitigen Cookies an anderer Stelle zu platzieren. Man bezeichnet sie einfach nicht mehr als Cookies, weil sie eben nicht im Browser gespeichert werden.

Eine weitere Schwierigkeit in Bezug auf die Gesetzgebung resultiert aus der Tatsache, dass Europa sich

mehrheitlich auf einheitliche Datenschutzgrundsätze geeinigt hat, derweil die USA branchen- und technologiespezifische Richtlinien etwa für Banken, Kinderschutz oder Videoverleih verfügen, die angesichts des Innovationstempos auch schneller veraltet sind. So gilt das in den 1980er-Jahren erlassene Videoverleihgesetz immer noch, bietet aber keinen Schutz, wenn jemand Ihre Netflix-Daten erlangt und veröffentlicht.

Wie gut wissen die Menschen über das Thema Privatsphärenschutz Bescheid?

Natürlich wird Facebook Sie nicht darauf hinweisen, dass, wenn Sie mit Ihren Freunden online chatten, ein Dritter sämtliche Internetaktionen von Ihnen kommerziell auswertet. Facebook wird Ihnen das nicht auf die Nase binden, weil es ihr Geschäftsmodell ist. Und je weniger Sie davon wissen, desto ungehemmter geben Sie Informationen preis, die für Facebook von kommerziellem Interesse sind.

Wir machen keinen guten Job [bei der Aufklärung der Nutzer in Bezug auf den Schutz der Privatsphäre], weil wir meinen, dass es genügt, wenn wir die Menschen bezüglich Privatsphäre und Identitätsdiebstahl sensibilisieren. Tatsächlich ist es wie mit der gesunden Ernährung, der Bewegung oder dem Rauchen. Es genügt nicht, das Bewusstsein für diese Risiken zu schärfen. Man muss den Menschen einfachen Zugang zu den richtigen Informationen geben, sie beraten und motivieren, ihre oftmals langjährigen Gewohnheiten zu ändern. **VL**



Reorganisation der Zoll-abläufe für Postsendungen schafft Klarheit für Kunden und mehr Tempo

Die Post- und Zollbehörden der Philippinen haben eine Absichtserklärung unterzeichnet, die den Ersatz eines jahrzehntealten Systems vorsieht und so die Bearbeitung eingehender Postsendungen beschleunigt und den Kundenservice verbessert.

TEXT:
DAVID
KOCH

FOTO:
PHLPOST

Die feierliche Unterzeichnung der Absichtserklärung durch die beiden Behörden im November markierte den Beginn der ersten grossen Reorganisation der zolltechnischen Abläufe für den Postsendungsverkehr seit 1973. Dieser Meilenstein wird zur Ablösung eines Systems führen, das unter Ineffizienz und fehlender Transparenz litt, sagt Charo Logarta-Lagamon, Leiterin der Division für Öffentlichkeitsinformation und Kundenservice des Zollbüros (Bureau of Customs, BOC).

Zentralisierung

Gemäss dem neuen Abkommen wird das BOC sämtliche Aspekte des Postbetriebs an zwei Standorten in der Region Metro Manila konzentrieren. Ein Standort wird die eingehenden Luftpostsendungen, der andere die auf dem Seeweg eingehende Post bearbeiten. Bisher wurden Postsendungen an die über das ganze Archipel verteilten Distriktbüros der Zollbehörde weitergeleitet, wo sie in regionalen Poststellen geprüft wurden. Diese Zollbüros werden im Zuge der Neuorganisation geschlossen.

Da es der Zollverwaltung in diesen weit abgelegenen Standorten an Personal mangelte, waren die Angestellten jeweils für mehrere Büros zuständig und mussten ständig den Standort wechseln. «Diese Reisetätigkeit war unser grösstes Problem», so Logarta-Lagamon gegenüber *Union Postale*. «Dadurch verzögerte sich bei PHLPost die Zustellung von Paketen, aber auch die Benachrichtigung der Empfänger, dass ihr Paket bereit zur Abholung war.»

Neue Benchmarks

Gemäss dem neuen Abkommen ist das BOC dafür verantwortlich, dass an den beiden zentralen Austauschbüros rund um die Uhr genügend Personal für die Inspektion und Begutachtung eingehender Postsendungen bereitsteht. Diese Aufgabe unterliegt zudem neuen Benchmarks in Bezug auf die Bearbeitungszeiten. Ausser in Fällen, in denen eine weitergehende Untersuchung angezeigt ist, müssen dringende Postsendungen, einschliesslich Eilsendungen, die Zollabfertigung innerhalb von 24 Stunden nach Eingang durchlaufen. Für eingeschriebene Postsendungen und Kleinpakete lautet die Vorgabe 48 Stunden und für Pakete auf dem Luft- oder Seeweg 72 Stunden.

Das BOC hat keine Unterlagen, aus denen die früheren Bearbeitungszeiten ersichtlich würden, so Logarta-Lagamon, doch das Problem des langsamen Durchlaufs ist seit langem bekannt. So beklagten Blogger, dass sie manchmal monatelang auf ihre Pakete warten mussten. Die Vertreter beider Behörden versprachen zudem, dass das schnellere System zu niedrigeren Verwaltungskosten führen werde, da die administrativen Kosten in Verbindung mit den über das ganze Land verteilten Büros entfielen und das Personal effizienter eingesetzt werden könne.

Transparenz

Unter dem alten System kamen auch immer wieder Zweifel auf, ob die Steuerabgaben und Gebühren korrekt ermittelt wurden, sagt Logarta-Lagamon. Die Jahre nach dem Abkommen von 1973 waren in dieser Hinsicht von

«Unser Hauptziel muss es sein, den Kunden zu dienen.»

Postmaster General Jose M. Dela Cruz, PHLPost

viel Verwirrung geprägt. Die Richtlinien, nach denen die Zollbehörden arbeiteten, enthielten «sehr unklare» Regelungen in Bezug auf die offiziellen Gebührenordnung und es fehlte auch an Richtlinien, nach welchen Kriterien eine Postsendung zu beurteilen war. «Es gab Beamte, die mehr rieten als evaluierten», weiss Logarta-Lagamon. Im Rahmen ihrer Öffentlichkeitsarbeit hatte sie immer wieder mit Reklamationen unzufriedener Kunden zu tun und dass sind Dinge, die «man nicht ignorieren kann.»

Kundenservice

Das neue Abkommen sieht ein System von «Help Desks» vor, die von PHLPost betrieben werden und Empfänger von taxpflichtigen Postsendungen per E-Mail, Fax, SMS, Telefon oder normaler Post – je nach Anweisung des Senders – benachrichtigen, erklärt Maria Lourdes Rifa-real, Managerin für Unternehmensplanung bei PHLPost.

PHLPost ist unter dem neuen System ebenfalls zum Einzug der Gebühren und Taxen befugt. Dies soll den Kunden zugute kommen, die bisher die Gebühren direkt an die Zollmitarbeitenden oder via kostenpflichtige Geldüberweisung an das BOC zu entrichten hatten. Die Postmitarbeiter betonten immer wieder, dass eine höhere Kundenzufriedenheit das oberste Ziel der Reorganisation sein müsse.

«Das neue Abkommen wird letztendlich auch das Leben unserer Kunden vereinfachen», meint Melanie Marasigan-Cruz, die im Bereich Öffentlichkeitsarbeit bei PHLPost tätig ist. «Die zolltechnische Evaluierung und Schät-

zung sowie das Einziehen von Zoll- und anderen Gebühren wird vereinfacht.»

Postmaster General Josie Dela Cruz liess in einer schriftlichen Erklärung Folgendes verlauten: «Gewinnstreben ist nicht unser höchstes Ziel. Unser Hauptziel muss es sein, den Kunden zu dienen. Dies gilt speziell im Hinblick auf die anstehenden Festtage.» Insbesondere wies sie auf die Vorteile für die philippinischen Konsumenten hin, die «Geschenke erhalten oder Einkäufe im Ausland tätigen».

E-Commerce

Schnellere, benutzerfreundlichere Dienstleistungen fördern auch das Wachstum von E-Commerce, weil die Menschen eher bereit sind, Online-Käufe zu tätigen. Quasi ein positiver Nebeneffekt, den das neue System mit sich bringt, so Logarta-Lagamon. «Ein einfacher und schneller Warenverkehr führt zu einem Anstieg der Konsumentenausgaben», führt sie weiter aus und weist darauf hin, dass das BOC sich vom neuen System mehr Wachstum für Handel und Wirtschaft erhofft.

Die jüngsten Daten zur Anzahl eingehender Postsendungen und Kleinpakete zeigen, dass das Volumen des grenzüberschreitenden E-Commerce in den Philippinen, einem Land, das noch viel Armut kennt, durchgezogen ist. Die Zahl der vom Ausland eingehenden Kleinpakete sank in der Zeit von 2010–2013 durchschnittlich um 20,58% und belief sich 2013 auf knapp über 200 000 Sendungen.

Bei den Paketen stieg das Volumen durchschnittlich um knapp 12% jährlich, wobei eine erhebliche Volatilität zu beobachten war: In den Jahren 2010/2011 gab es einen Anstieg von 87% auf nahezu 490 000 Pakete, derweil im darauffolgenden Jahr eine Abnahme von 63% zu verzeichnen war.

Zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Artikels sind das BOC und PHLPost damit beschäftigt, die Einzelheiten des definitiven Abkommens auszuhandeln, mit dem die Absichtserklärung umgesetzt werden soll. Es ist ein wichtiger Paradigmenwechsel in der Beziehung zwischen Zoll und Post, der erhebliche Verbesserungen in der Zustellung von Postsendungen in den ganzen Philippinen verspricht. **DK**



V.l.n.r.: BOC Personalchefin Atty. Cheryl Trinidad, Postmaster General Josie M. Dela Cruz, Zollkommissar John Sevilla, PHLPost Assistant Postmaster General Luis D. Carlos im Central Mail Exchange Center in Pasay.



Eine Unternehmens- transformation, die von den Mitarbeitern mitgetragen wird

SingPost blickt in die Zukunft und transformiert sein Geschäftsmodell langfristig, um sich stärker auf die E-Commerce-Logistik zu konzentrieren. Doch Group Chief Executive Wolfgang Baier weiss, dass diese Strategie nur dann Erfolg hat, wenn die Mitarbeiter die Herausforderungen verstehen.

GROUP CHIEF EXECUTIVE, SINGPOST

Wolfgang Baier



Foto: Fredrik Sandberg/EPA/keystone.

Union Postale: Es ist nicht einfach, die Unternehmenskultur im Zuge einer Geschäftstransformation zu verändern. Wie bewältigen Sie diese Herausforderung und erreichen, dass sie von den Mitarbeitern mitgetragen wird?

Wolfgang Baier: Der wichtigste Aspekt einer Geschäfts-transformation sind die Mitarbeiter. Ich hatte von Anfang an den Vorteil, dass es unseren Mitarbeitern durchaus

klar war, das wir als Postdienstleistungsanbieter keine Zukunft haben, wenn wir uns nicht anpassen. Daher wurde dieser Prozess im Wissen angestossen, dass etwas geschehen musste, auch wenn noch nicht klar war, wohin die Reise genau gehen würde.

Als erstes entwickelten wir eine Vision. Wir versuchten zu verstehen, was die Menschen bewegte und wie wir uns mit unseren Fähigkeiten einbringen können. Da bot sich der Bereich E-Logistik an, wobei wir daneben immer noch Postdienstleistungen anbieten können, beispielsweise wenn es um vertrauliche Kommunikation im Rahmen dieser Vision geht.

Die Mitarbeiter verstehen, dass unsere Chance im E-Commerce-Sektor liegt. Aber es muss uns gelingen, unsere Postdienstleistungen in digitaler Form anzubieten und in unserer Region zu wachsen. In einem für alle Mitarbeiter klar verständlichen Bottom-up-Prozess brachen wir dieses Szenario auf die Ebenen Geschäftseinheit, Vision und Funktion herunter.

Sobald diese Meilensteine definiert waren, galt es zu bestimmen, wie wir diese Ziele erreichen wollten und schufen entsprechende Werte – die fünf «T»: Trust, Total Customer, One Team, Top Execution und Transformation. Auf dieser Basis wussten alle, welche Ziele wir erreichen wollten und wie wir sie erreichen wollten.

Wie wurde die Arbeit aufgeteilt?

Da viele unserer Mitarbeiter fussballverrückt sind, haben wir Analogien zum Fussballspiel verwendet. So sagten wir ihnen, dass sie E-Commerce und E-Commerce-Logis-

«Definieren wir gemeinsam eine Zukunft und eine Vision.»

Wolfgang Baier

tik im Sinne eines Stürmers und die Postdienstleistungen im Sinne eines Verteidigers begreifen müssen. Das Übrige ist Mittelfeld. Das heisst, es gibt verschiedene Leistungskennzahlen (KPIs) und Ziele für jeden Spieler bzw. Mitarbeiter. Einer hat eher Aufgaben in der Offensive, ein anderer in der Defensive. Wir spielten quasi Fussball mit ihnen. Beim gemeinsamen Frühstück oder Mittagstee oder an grossen Mitarbeiterversammlungen mit Hunderten von Teilnehmern trichterten wir ihnen das Leistungskennzahlensystem gemäss unseren fünf Werten ein. Meine Hauptaufgabe ist dabei für eine angemessene Kommunikation zu sorgen.

Ist diese Art, eine Geschäftstransformation umzusetzen typisch für die Unternehmenskultur in Südostasien oder liesse sich dieses Modell auf andere Länder übertragen?

Ich glaube es ist universell. Natürlich muss man die Kultur eines Landes und seiner Einwohner berücksichtigen. Im Westen kann man einen etwas aggressiveren Ton anschlagen, während in Asien mehr Wert auf Konsens gelegt wird. Doch die Botschaft ist die gleiche: Wer sich nicht verändert, hat keine Zukunft; also definieren wir gemeinsam eine Zukunft und eine Vision. Anschliessend wird die Vision auf einzelne Werte und Verhaltensformen heruntergebrochen und den Mitarbeitern Anreize geboten, diese zu anzuwenden.

Von welcher Art Anreize sprechen wir hier?

Wir haben einen Eingliederungsfonds von 10 Millionen Singapur-Dollar zugunsten unserer Mitarbeiter an vorderster Front mit den geringsten Einkommen eingerichtet. So konnten wir deren Salär in den letzten zwei Jahren insgesamt um rund 10% anheben. Das ist ein riesiger Fortschritt für diese Mitarbeiter, und sie sehen, dass die Geschäftstransformation auch für sie Vorteile bringt.

Welchen Einfluss hat die Transformation im Hinblick auf die Beteiligung der Ali Baba Group, des E-Commerce-Giganten aus China? Und wie sieht die Zukunft aus?

Wir bauen eine E-Commerce-Logistikplattform für Südostasien auf. Im Rahmen unserer Partnerschaft plant Alibaba diese Plattform zu nutzen, um ihr Unternehmenswachstum noch weiter zu beschleunigen. Sämtliche Puzzleteile – d.h. unsere Vision, unsere Werte und KPIs für die Mitarbeiter – passen in diese Strategie. Indem wir die E-Commerce-Logistik weiter vorantreiben, machen wir deren Nutzung durch die Kunden einfacher, günstiger und sicherer. **FM**

Wolfgang Baier

Wolfgang Baier wurde im Oktober 2011 zum Chief Executive Officer von SingPost ernannt mit der Aufgabe, die nächste Phase der Unternehmenstransformation zu beschleunigen. Er stiess im Februar 2011 als CEO (International) zu SingPost und hatte damals den Auftrag, das Wachstum der postunabhängigen Produkte wie Logistik, Detailhandel und E-Commerce zu fördern und gleichzeitig die Unternehmensexpansion in der Region zu beschleunigen.

Dr. Baier verfügt über einen PhD in Rechtswissenschaften mit Auszeichnung von der Universität Wien sowie einen Masterabschluss in Rechtswissenschaften von derselben Universität und ein Masters-Diplom in Unternehmensökonomie der Universität von Exeter (Grossbritannien) und Graz (Österreich).

Quelle: SingPost

Die Royal Mail äussert Befürchtungen in Bezug auf USO

Ein Jahr nach der Privatisierung steht die Royal Mail vor noch schwierigeren Problemen.

**TEXT:
CATHERINE
MCLEAN**

CEO Moya Greene sagte kürzlich vor dem für Wettbewerb im britischen Postsektor zuständigen Commons Select Committee des britischen Parlaments, dass die Konkurrenz in bester «Rosinenpicker-Manier in kurzer Zeit hohe Gewinne abschöpfen durfte, sodass der Postuniversaldienst sich für die Royal Mail wirtschaftlich nicht lohne und auch nicht länger finanzierbar sei». Gleichtags reagierte Vince Cable, Staatssekretär für Wirtschaft, Innovation und Kompetenzen, im Fernsehen und sagte zu ITV News, dass «dies reine Panikmache ist. Die Verpflichtung zum Postuniversaldienst steht nicht zur Debatte. Es ist einfach so, dass die Royal Mail sich in einem hart umkämpften Markt bewegt.»

Ländliche Gebiete

Der vorgesehene Postbetreiber Royal Mail ist verpflichtet, die Post an sechs Tagen die Woche zuzustellen, auch in ländlichen Regionen. Greene wies darauf hin, dass die Konkurrenz im Paketsektor keine solche Auflagen hat. Sie kann ihr Dienstleistungsangebot auf die attraktivsten Regionen konzentrieren. Cable erteilte Greene eine Abfuhr. «Wir wussten das, als die Privatisierung erfolgte. Jeder, der Aktien kaufte, wusste, dass die Royal Mail harter Konkurrenz ausgesetzt sein würde. Offengesagt, wollen wir jetzt kein Gejammer hören. Sie [die Royal Mail] müsse sich dem Wettbewerb stellen», sagte der Minister. Die Royal Mail wurde im Oktober 2013 privatisiert, wobei der Staat einen Anteil von 30% hält.

Die jüngsten Finanzergebnisse zeigen einen Ertragsrückgang im ersten Halbjahr um 1%, trotz eines um 2% angestiegenen Paketvolumens in Grossbritannien. Ursache für den Rückgang war die zunehmende Konkurrenz. Der Postbetreiber schätzt, dass das jährliche Wachstum in seinem Zielmarkt 2% geringer ausfallen könnte, wegen der Konkurrenz durch das eigene Zustellungssystem von Amazon. Im ersten Halbjahr ging das Betriebsergebnis vor Transformationskosten gegenüber der Vorjahresperiode von 353 Mio. GBP auf 279 Mio. GBP zurück. Die Einnahmen erhöhten sich im Vorjahresperiodenvergleich geringfügig von 4,52 Mrd. GBP auf

4,53 Mrd. GBP. In der Briefpostsparte erhöhten sie sich im ersten Halbjahr um 1%. Dies war vor allem den Briefsendungen im Zusammenhang mit dem Referendum in Schottland, einer Steigerung im Bereich Marketingmaterial und dem Konjunkturwachstum zuzuschreiben.

Was die langfristige Wachstumsstrategie der Royal Mail angeht, scheint sich das Unternehmen auf zwei entgegenlaufende Trends zu konzentrieren: Zunahme bei der Paketpost, Abnahme bei der Briefpost, so Gert Zonneveld, Managing Director bei Panmure Gordon & Co., einem britischen Aktienbroker. «Es dürfte nicht leicht sein, die Zustellung eines Briefs oder eines Pakets sind zweierlei Dinge», sagte er.

Verbesserungen im nationalen Paketgeschäft sind im Anzug. Auch dank einer über fünf Jahre gestaffelten Investition von 130 Mio. GBP (205 Mio. USD) in neue Handheld-Geräte, mit denen sich Pakete leichter nachverfolgen lassen. Die 76 000 neuen Geräte werden ab 2015 an die Paketzusteller ausgeteilt. Bis Ende 2015 dürfte die Mehrzahl der von ihr ausgelieferten Pakete laut der Royal Mail über Strichcodes verfügbar sein.

Forderung abgelehnt

In diesem Zusammenhang wies Ofcom, die britische Postregulierungsbehörde, die Forderung der Royal Mail, wonach Whistl, ein Konkurrenzunternehmen im End-to-End-Markt, mit regulatorischen Auflagen zu belegen sei, zurück. «Grund dafür ist, dass wir es zurzeit nicht für gegeben erachten, dass Whistl im End-to-End-Markt eine derartige Bedrohung für die Royal Mail darstellt, dass letztere nicht mehr in der Lage ist, den Postuniversaldienst zu erfüllen», liess Ofcom in einer Stellungnahme verlauten.

Mit dem End-to-End-Markt wird das Geschäft bezeichnet, in dem Briefe direkt von einem Anbieter ohne Nutzung des Postnetzes des vorgesehenen Betreibers eingesammelt, bearbeitet und zugestellt werden, führte die Regulierungsbehörde aus. Der vorgesehene Betreiber schätzt, dass die Expansion von Whistl 2017/2018 ein Ertragsausfall von rund 200 Mio. GBP bedeuten wird. **CM**

Neuer Postmaster strebt nach Turnaround

Der United States Postal Service (USPS) hat Megan Brennan per Anfang 2015 zum Chief Executive und Postmaster General ernannt.

TEXT:
CATHERINE
MCLEAN

Der USPS hat Megan Brennan zum Chief Executive und Postmaster General ernannt. Sie wird Anfang 2015 die Nachfolge von Patrick Donahoe, der in den Ruhestand tritt, antreten. Brennan ist seit Dezember 2010 Chief Operating Officer beim USPS. Ihre Aufgabe wird es sein, das Postunternehmen zu modernisieren und wieder auf solide Füße zu stellen.

Die Transformation des USPS, der seit acht Jahren Verluste schreibt, wird Brennan vor grosse Herausforderungen stellen. Für das am 30. September zu Ende gegangene Geschäftsjahr 2014 erhöhte sich der Verlust von 5 Mrd. USD im Vorjahr auf 5,5 Mrd. USD. Der Postanbieter machte «gesetzliche Auflagen» im Zusammenhang mit der Gesundheitsvorsorge und Pensionsleistungen für frühere und derzeitige Mitarbeiter für den jüngsten Verlust verantwortlich. «Dieser achte Reinverlust in Folge unterstreicht die Notwendigkeit für umfassende gesetzliche Massnahmen, um das angeschlagene Geschäftsmodell wiederherzustellen», liess der USPS in der Medienmitteilung zur Bekanntgabe der Finanzergebnisse verlauten.

Der USPS wies darauf hin, dass die 5,7 Mrd. USD, die als Rücklage für die Gesundheitsvorsorge für pensionierte Mitarbeiter benötigt werden, sowie die Auf-

wendungen von 1,2 Mrd. USD für Sachbezüge der Mitarbeiter «ausserhalb des Einflussbereichs des Managements liegen». Das Unternehmen warnte, dass es ohne Gesetzesreform die Mittel für die Vorfinanzierung in den kommenden Jahren möglicherweise nicht aufbringen könne.

Diese Aufwendungen hängen wie ein Damoklesschwert über dem USPS, der in den letzten Jahren einige Verbesserungen in seinem Geschäftsmodell umsetzen konnte. So stieg das Betriebsergebnis von 67,2 Mrd. USD im Geschäftsjahr 2013 auf 67,8 Mrd. USD im Geschäftsjahr 2014. Die ab Januar geltenden höheren Posttaxen sowie die starke Nachfrage im Versand- und Paketgeschäft war für die Umsatzzunahme verantwortlich, sodass der USPS im zweiten aufeinanderfolgenden Jahr ein Umsatzwachstum vermelden konnte.

Im Versand- und Paketgeschäft erhöhte sich das Volumen um 8,1% oder rund 300 Millionen Sendungen, nicht zuletzt wegen des boomenden E-Commerce-Marktes. Dies half dem Postanbieter die anhaltend rückläufigen Postvolumen (minus 2,2 Milliarden First-Class-Sendungen und minus 495 Millionen Standard-Mail-Sendungen) zu kompensieren.

Als Reaktion auf die rückläufigen Briefpostvolumen versucht der USPS, die beeinflussbaren Kosten zu senken. So hat das Postunternehmen seine Pläne bekanntgegeben, wonach es 2015 bis zu 82 Postbearbeitungs- und Verteilzentren zu schliessen beabsichtigt, nachdem im vorherigen Kostenprogramm bereits 141 Standorte verschwanden. Brennan begann ihre Karriere 1986 als Briefträgerin beim USPS und steht nun fast drei Jahrzehnte im Dienst des Unternehmens. Sie bleibt trotz der hohen Hürden optimistisch. «Die Post spielt in den USA gesellschaftlich und wirtschaftlich eine wichtige Rolle. Ich freue mich darauf, diese Rolle weiter zu festigen und in den kommenden Jahren die Herausforderungen eines sich rasch verändernden Marktumfeldes zu bewältigen.»

CM

Mitarbeiter des USPS auf Tramfahrt in San Francisco
(Foto: USPS/Facebook).



SingPost investiert in neuen Logistik-Hub



Skyline von Singapur (Foto: Mateusz War).

TEXT:
CATHERINE
MCLEAN

SingPost investiert in das florierende E-Commerce-Geschäft und baut für 182 Mio. SGD (140 Mio. USD) einen neuen Logistik-Hub. Das dreistöckige Gebäude in Singapur wird die Fläche von 4,5 Fußballfeldern oder rund 51 000 m² aufweisen und zwei Lagerräume, eine vollautomatisierte Sortiereinrichtung und 150 Verlade-rampen umfassen. Der Logistikbetrieb von SingPost wird in einem daneben zu errichtenden 8-stöckigen Bürogebäude untergebracht. Den Erwartungen nach werden nach Inbetriebnahme des Hubs im zweiten Halbjahr 2016 täglich bis zu 100 000 Pakete abgefertigt.

Mit dieser Investition setzt SingPost den nächsten Schritt in seiner Strategie, sich als führendes Unternehmen im asiatischen E-Commerce-Logistiksektor zu etablieren. Der Aufbau eines internationalen E-Commerce-Logistikgeschäfts wurde mit der im Mai bekanntgegebenen Partnerschaft mit dem chinesischen E-Commerce-Gigant Alibaba Group Holding Ltd. weiter vorangetrieben.

SingPost geht davon aus, dass Logistikdienstleistungen für den E-Commerce-Markt das Wachstum in der Zukunft bestimmen und die rückläufigen Briefpostvolumen im heimischen Markt kompensieren werden. Der Postbetreiber prognostiziert – und verweist dabei auf eMarketer als Quelle –, dass der Umsatz mit E-Commerce im Business-to-Consumer-Sektor in der Region Asien-Pazifik von 502 Mrd. USD auf 708 Mrd. USD im Jahr 2014 ansteigen wird. «Der Logistik-Hub ist ein inte-

graler Bestandteil der Strategie der SingPost Group, nach der wir unser E-Commerce-Logistikgeschäft expandieren und am rasch wachsenden E-Commerce-Markt hier in Singapur und den benachbarten Regionen partizipieren wollen», liess Wolfgang Baier, Chief Executive Officer von SingPost, verlauten.

SingPost verfügt derzeit über lokale Lager- und Auslieferungszentren in verschiedenen asiatischen Ländern und benötigt nun einen «effizienten» regionalen Hub für diese Märkte, so Baier. Das Unternehmen investiert 30 Mio. SGD in Anlagen, um die Sortierung, Abholung und den Versand von Paketen zu automatisieren.

Knapp über ein Viertel der Gesamteinnahmen von SingPost entfällt zurzeit auf E-Commerce, sodass die rückläufigen Erträge aus dem Inlandpostversand aufgefangen werden. Das Unternehmen befindet sich mitten in einem Transformationsprozess und benötigt mehr Zeit und Mittel, um diese Wandlung zu Ende zu führen, sagt Baier. «Es ist nicht einfach, die Transformation von einem traditionellen, auf dem Heimmarkt ausgerichteten Postbetrieb zu einem regionalen Logistikanbieter für E-Commerce zu schaffen. Dieser Prozess braucht Zeit», fügt er hinzu. «Um die sich im E-Commerce bietenden Chancen zu nutzen, müssen wir in den nächsten Jahren weitere Investitionen tätigen und unser regional ausgerichtetes Netzwerk mitsamt Infrastruktur erheblich ausbauen.»

CM

Aufgabe des USO wird zum Fall für das Bundesgericht

TEXT:
DAVID
KOCH

Weil Canada Post plant, die Postzustellung bis zur Haustür einzustellen, muss das Unternehmen mit einem Rechtsverfahren rechnen. Der Postbetreiber kündigte Ende 2013 an, dass sie innerhalb von fünf Jahren die Postzustellung bis zur Haustür aufgeben und Briefe und Pakete an «Gemeinschaftsbriefkästen» oder geschlossene, zu einer Einheit zusammengefasste Postschließfächer zustellen will. Damit wird ein erheblicher Stellenabbau einhergehen: Bis zu 8000 Stellen werden abgebaut, entweder über Entlassungen oder frühzeitige Pensionierung. Canada Post liess verlauten, dass das Staatsunternehmen mit dieser Massnahme eine finanziell nachhaltige Marktpositionierung anstrebt.

Eine Koalition bestehend aus der Postgewerkschaft Canadian Union of Postal Workers und weiteren Gruppen, welche Seniorinnen und Senioren sowie Menschen mit einer Behinderung vertreten, bekämpft die Pläne von Canada Post. Diese Interessenvertreter sagen, dass ihre Mitglieder mit diesem neuen Modell massive Verschlechterungen erfahren, etwa wenn sie in den eisigen kanadischen Wintermonaten ihre Post in den entfernten Postfächern abholen gehen müssen. In einem im November eingereichten Antrag zuhanden des Bundesgerichtshofs wird argumentiert, dass die Zustellung an Gemeinschaftsbriefkästen gegen internationales Recht verstosse und unter anderem die Verpflichtungen Kanadas unter

dem UNO-Übereinkommen über die Rechte von Personen mit Behinderungen und zum Postuniversaldienst (Universal Service Obligation, USO) verletze. Im Antrag wird auch darauf hingewiesen, dass das Vorhaben von Canada Post auch gegen die Canadian Charter of Rights and Freedoms verstösst, welche allen gleiche Rechte und Schutz gegen Diskriminierung zusichert. Der vorgesehene Betreiber verletze nach Auffassung der Beschwerdeführer zudem das kanadische Postgesetz (Canada Post Corporation Act), nach dem ausschliesslich das Parlament dazu befugt ist, die Postzustellung an die einzelnen Haushalte aufzuheben.

In einer Erklärung liess der Postanbieter wissen, er habe vollste Vertrauen, dass die Änderungen «gegen kein einziges Recht verstossen würden». Das Unternehmen beschäftigt ein Team, welches nach individuellen Lösungen sucht, für diejenigen, die darauf angewiesen sind, sagt Anick Losier, Sprecherin der Post. Mögliche Lösungen wären etwa den Standort der Postfächer anzupassen, damit diese für Menschen in einem Rollstuhl leichter zugänglich sind, oder eine wöchentliche Zustellung nach Hause. Losier bestätigte, dass die Post «möglicherweise ein ärztliches Zeugnis benötige», um solche Spezialmassnahmen anzubieten. «Es ist ein sehr differenzierter Ansatz», liess sie die *Union Postale* in einer E-Mail-Stellungnahme wissen. **DK**



Dänisches Postnetz expandiert

TEXT:
CATHERINE
MCLEAN

Gerade rechtzeitig vor Weihnachten, der umsatzstärksten Zeit für den E-Commerce, baut PostDanmark ihr Poststellennetz mit der Eröffnung 150 neuer Geschäftsstellen aus. Die neuen Poststellen werden über das ganze Land verteilt in Tankstellenshops und Supermärkten eingerichtet, die längere Öffnungszeiten anbieten können als herkömmliche Poststellen.

Der dänische Postbetreiber versucht sich damit an die veränderten Bedürfnisse der Kunden anzupassen, welche vermehrt im Internet einkaufen. PostDanmark zufolge ist der Aufbau eines leistungsfähigen Vertriebsnetzes Voraussetzung für eine erfolgreiche E-Commerce-Strategie. Der Postbetreiber, eine Einheit von PostNord, verfügt damit über 950 Poststellen sowie über 475 Paketterminals.

Die Kunden werden in den neuen Poststellen Pakete und Briefe aufgeben und abholen, aber auch Brief-

marken kaufen können. PostDanmark gab bekannt, dass 75 der neuen Poststellen in den Tankstellen von OK Plus, die übrigen in den Supermärkten von Coop, Dansk Supermarked und De Samvirkende Købmænd eingerichtet werden.

Der Postbetreiber setzt auf E-Commerce, um die rückläufigen Briefpostvolumen zu kompensieren. Letztere nahmen im dritten Quartal 2014 um 6% ab. Für das Gesamtjahr prognostiziert PostNord einen Rückgang von bis zu 14%. Hingegen dürfte der E-Commerce-Markt weiter boomen. In einer jüngst im Auftrag von PostNord in Dänemark durchgeführten Umfrage gaben 69% der 1479 Befragten an, dass sie im dritten Quartal 2014 Waren online eingekauft hatten. Und 40% der Befragten hätten vor, Weihnachtseinkäufe über das Internet zu tätigen. **CM**



AUSTRALIEN

AUSTRALIA POST hat rechtzeitig vor den bevorstehenden Festtagen ihre Paketzentren in Sydney und Melbourne modernisiert. Die Modernisierung ist Teil eines grossen Investitionsprogramms, das 2012 lanciert wurde, um vom boomenden E-Commerce-Markt zu profitieren. Die Kapazität der beiden Zentren wurde mehr als verdoppelt, sodass nun 1,3 Millionen Sendungen täglich bearbeitet werden können.

BELGIEN

BPOST erweitert ihren Online-Auslieferungsservice für Lebensmittel. Kunden können auf der von bpost betriebenen Lebensmittel-Webseite online Waren von den angeschlossenen Geschäften bestellen und die Auslieferungszeiten selbst bestimmen. bpost teilte mit, dass der Service Ende 2014 in den Regionen Brüssel, Wallonisch-Brabant und Halle-Vilvoorde verfügbar sein wird.

Das Ergebnis von **BPOST** verbesserte sich im dritten Quartal 2014 geringfügig um 0,5% auf 569,2 Mio. EUR (697,7 Mio. USD), wozu die jüngsten Akquisitionen beitrugen. Der Ertrag aus dem Paketgeschäft kletterte in der Berichtsperiode von 58 Mio. EUR auf 72,9 Mio. EUR, wozu In- wie Auslandssendungen beitrugen. Der Ertrag aus dem heimischen Postgeschäft ging um 1,9% auf 341,9 Mio. EUR zurück.

DÄNEMARK

FEDEX baut ein neues Sortierzentrum am Flughafen von Kopenhagen. Im 8000 m² grossen Zentrum sollen Postsendungen von und nach Dänemark, Finnland, Norwegen und Schweden bearbeitet werden. Bei vollem Betrieb nach Fertigstellung Ende 2015 liegt die Kapazität der Sortieranlage bei 11 500 Pakete täglich.

POSTNORD hat einen erheblichen Stellenabbau angekündigt, um die Profitabilität zu steigern. Das Unternehmen plant, bis zu 800 Arbeitsplätze in der Verwaltung und in anderen Bereichen abzubauen und so jährlich 500 Mio. SEK (67,3 Mio. USD) einzusparen. Von der Massnahme sind in erster Linie die Arbeitnehmer in Dänemark betroffen.

DEUTSCHLAND

EBAY hat einen «click & collect»-Service lanciert, der das Abholen online eingekaufter Waren vereinfacht. Waren, die mit dem «click &

collect»-Symbol gekennzeichnet sind, können ohne Lieferkosten zu einem Geschäft versandt werden. Der Kunde wird per E-Mail oder SMS avisiert, sobald die Ware eingetroffen ist.

DEUTSCHE POST DHL meldete einen Gewinnsprung von 17% auf 468 Mio. EUR (573,7 Mio. USD). Gründe waren höhere Einnahmen sowie niedrigere Steuern und finanzielle Kosten. Der Ertrag erhöhte sich im Berichtsquartal um 4,1% auf 14 Mrd. EUR, wozu alle Divisionen beitrugen.

FINNLAND

ITELLA meldete einen höher als erwarteten Verlust im dritten Quartal von 9,1 Mio. EUR (11,2 Mio. USD). Grund waren rückläufige Umsätze und höhere einmalige Kosten. Die Logistikeinheit erlitt ebenfalls einen Ertragsrückgang infolge des härteren Wettbewerbs in Skandinavien und niedrigeren Transportvolumen im eigenen Land sowie des schwächeren Wirtschaftswachstums. In Skandinavien will sich Itella auf den Strassentransport fokussieren.

GROSSBRITANNIEN

Die Kioskkette **SMITH NEWS** gab die Lancierung ihres Paketlieferdienstes «Pass My Parcel» mit **AMAZON** als ersten Kunden bekannt. Smith News sendet die online bei Amazon bestellten Waren an die teilnehmenden Kioske, wo sie von den Kunden abgeholt werden können.

Die **ROYAL MAIL** definiert ihren Standard für Kleinpakete neu, sodass Privat- und KMU-Kunden grössere Volumen als Kleinpaket versenden können. Bisher gab es zwei verschiedene Formate für Kleinpakete, die jetzt durch das Einheitsformat 45 x 35 x 16 cm abgelöst werden.

KANADA

FEDEX schloss eine Vereinbarung mit der Supermarktkette Super C ab und weitet ihre Präsenz in der kanadischen Provinz Quebec aus. FedEx wird in einem Grossteil der 86 Ladengeschäfte von Super C sogenannte ShipCentres (Versandstationen) einrichten und damit Verbraucher, die ihre Einkäufe online tätigen, sowie kleine und mittelgrosse Unternehmen ansprechen.

NIEDERLANDE

Postkunden in den Niederlanden können ihre Pakete jetzt landesweit an neun Bahnhöfen in Paketschliessfächern abholen. **POSTNL** begann

im Oktober mit der Einrichtung von Paketschliessfächern, die für die Kunden an sieben Tagen die Woche zugänglich sind. Ziel von PostNL ist es, Kunden die online einkaufen, das Abholen ihrer Pakete zu vereinfachen.

NORWEGEN

POSTEN NORGE vermeldete einen tieferen Gewinn im dritten Quartal, derweil die Einnahmen im selben Zeitraum infolge von Akquisitionen und der grösseren Nachfrage nach Paket- und Lieferdiensten um 3,4% auf 5,81 Mrd. NOK (810 Mio. USD) anstiegen. Für Posten Norge dürfte es 2015 zu Veränderungen kommen, sofern sich das Parlament für das neue Postgesetz ausspricht.

SCHWEIZ

In der Schweiz können die Verbraucher bei ihren Einkaufstouren ihre Bank- und Kreditkarten in Zukunft zu Hause lassen und ihr Mobiltelefon für die Bezahlung verwenden. Die Posteinheit **POSTFINANCE** plant für 2015 die Einführung einer Zahlungs- und Einkaufs-App mit dem Namen TWINT.

USA

Der **UNITED STATES POSTAL SERVICE** erhielt von der Regulierungsbehörde grünes Licht für die Fortsetzung seines Tests für die Lebensmittelzustellung in San Francisco. Der USPS hat mit der Zustellung von Lebensmitteln im Auftrag von AmazonFresh begonnen. Amazon übermittelt die Lebensmittelbestellungen zwischen 01.30 und 02.30 Uhr an eine Poststelle, woraufhin der USPS die Bestellungen bis 07.00 Uhr an die avisierte Zustelladresse ausliefert.

UPS verzeichnete im dritten Quartal einen Gewinnanstieg auf 1,21 Mrd. USD. Das Unternehmen profitierte von der starken Nachfrage für seinen Kurierdienst im In- und Ausland. UPS stellte im dritten Quartal weltweit rund 1,1 Mrd. Pakete zu, was einer Zunahme von 6,9% gegenüber der Vorjahresperiode entsprach. Den eigenen Prognosen zufolge werden die Liefervolumen im Dezember gegenüber 2013 um 11% ansteigen.

Sämtliche Texte von Catherine McLean



Implement a single solution to process your mail flow, that's his job.

Bruno CARTAL
Program 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

SOLYSTIC offers tomorrow's solutions today. We are at the forefront of the postal industry and have the expertise to help you redefine your process towards optimal efficiency. One machine, the XMS™, processes, sorts and merges 95% of your letter and flat volumes. This delivers a significant increase in performance, enhancing quality of mail preparation and distribution whilst greatly reducing mail processing costs.

With SOLYSTIC, progress through change.

www.solystic.com



Postal and logistics 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