

Der Postsektor im Vormarsch seit 1875

UNION POSTALE



UPU, eine Sonderorganisation
der Vereinten Nationen

SEPTEMBER – OKTOBER
2015 / NR. 3

Regionen beeinflussen
Poststrategie
Drohnen heben ab

PosTransfer verschafft
Überweisungen
neuen Schub

ISSN 0041-7009



Poststempel

Validieren und Entwerten im Postamt

Mail Daters

For validation or cancelling in the post office

Dateurs postaux

Pour valider et oblitérer au bureau de poste

REINER
www.reiner.de

DOHA-POST-STRATEGIE

Vier Ziele 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>

Umschlag: Kotryna Zukauskaitė

September – Oktober 2015

CHEFREDAKTEURIN: Faryal Mirza (FM)**BEITRÄGE:** David Koch (DK), Catherine McLean (CM), Mutua Muthusi (MM), Clare O'Dea (CO), Julian Ryall (JR)**GRAPHISCHE GESTALTUNG:** Die Gestalter, Schweiz**DRUCK:** Weltpostverein, Schweiz**ABONNEMENTS:** publications@upu.int**ÜBERSETZUNG:** Michael Visser, Schweiz**WERBUNG:** faryal.mirza@upu.int**KONTAKT:**

Faryal Mirza

Head (a.i.), Communications

Internationales Büro

Weltpostverein

Postfach 312

3000 BERN 15

SCHWEIZ

TELEFON: +41 31 350 31 11**E-MAIL:** faryal.mirza@upu.int**WEBSITE:** news.upu.int/magazine

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.

- 10 TITELGESCHICHTE**
Marken-App verleiht Überweisungen mehr Profil
Neu lancierte PosTransfer-Marke steht den Postbetrieben zur Verfügung
- 15 STRATEGIE**
Regionale Konferenzen offenbaren gemeinsame Prioritäten
Regionale Prioritäten beeinflussen die nächste Poststrategie
- 18 DAS INTERVIEW**
Zurück in den schwarzen Zahlen
Alexadru Petrescu, CEO von Romania Post, erklärt weshalb das Unternehmen auf dem richtigen Kurs ist
- 20 INTERNATIONALER SCHREIBWETTBEWERB**
Gewinnerin 2016 in Bern geehrt
Sara Jadid gewinnt die Goldmedaille im diesjährigen Wettbewerb
- 22 VEREINTE NATIONEN**
UNO mit ehrgeizigen Zielen für die Post 2015-Agenda
Eine bessere Welt dank nachhaltiger Entwicklungsziele
- 24 HANDELSERLEICHTERUNGEN**
Post fördert globalen Handel
UPU-Konferenz bietet Stoff zum Nachdenken
- 26 MARKTFOKUS**
Der Börsengang von Japan Post und Paketdrohnen
- 4 RUBRIKEN**
In Kürze
- 5 Leitartikel**
- 29 Umschau**

VERWALTUNGSRAT

Reform, Strategie und Entwicklung im Fokus



Hinter diesen Mauern trafen sich hunderte Delegierte.

An der Jahresversammlung 2015 des Verwaltungsrats wurden verschiedene Schlüsselthemen in den Mittelpunkt gerückt, darunter Reformen für eine effizientere Gestaltung der UPU-Tätigkeiten, Pläne für die nächste Weltpoststrategie und das Engagement der UPU in der Entwicklungszusammenarbeit.

Die breite Auswahl an Themen, die an den Sitzungen vom 26. Oktober bis zum 13. November am UPU-Hauptsitz besprochen wurden, beleuchtete die verschiedenen Aktivitäten der UPU und ihrer Mitgliedsstaaten bei der Umsetzung der Doha-Poststrategie und der Vorbereitung des Kongresses in Istanbul im kommenden Jahr.

Reformen innerhalb der Union

Eines der grossen Themen war die Neuordnung der UPU, um ihre Entscheidungsprozesse rascher und effizienter zu gestalten. Als Ergebnis der Diskussionen wurde laut dem Komitee ein «klarer Konsens» zugunsten einer Neustrukturierung der UPU, ihrer Entscheidungsverfahren und Arbeitsweisen erzielt. Die Ad-hoc-Re-

formgruppe hat nun die Aufgabe, einen einzigen Vorschlag für die Verwaltungsratssitzung im Februar 2016 zu formulieren.

Aktualisierung der Bestimmungen

Revisionsentwürfe für die UPU-Konvention und die Brief- und Paketpostregulierungen wurden ebenso angenommen. Die vorgeschlagenen Änderungen entsprechen einer Resolution des Kongresses 2012, die vorsieht, den Rat für Postbetrieb mittels einer Generalrevision der Bestimmungen in ein «effizienteres und schlankeres Entscheidungsorgan» umzugestalten.

Der Entwurf der neuen UPU-Konvention wird als Grundlage für die im kommenden Jahr am Kongress vorgeschlagenen Änderungen dienen. Die Entwürfe für die überarbeiteten Regulierungen werden dem Rat für Postbetrieb im Februar zur Verabschiedung vorgelegt. Sie werden als Referenztext für zukünftige Änderungsvorschläge im Rat dienen, wenn diese im Rahmen von Kongressentscheiden vorgebracht werden.

Ebenfalls genehmigt wurden Vorschläge zur Erweiterung der Mitgliedschaft der Beratenden Kommission des Verwaltungsrats anhand von Änderungen in den Allgemeinen Bestimmungen. Damit soll die Rolle der Beratenden Kommission gestärkt werden, indem ihr zugestanden wird, «hochrangige Verantwortungsträger aus dem Postsektor einzubeziehen, welche von Mitgliedsstaaten und Körperschaften der Union, einschliesslich der Beratenden Kommission» sowie zivilgesellschaftlicher Organisationen und anderer, empfohlen werden.

Istanbul-Strategie und Businessplan

Die Verwaltungsratssitzung bot der UPU und ihren Mitgliedsstaaten auch Gelegenheit, an ihren Vorbereitungen für die nächste Weltpoststrategie zu arbeiten, die am Kongress 2016 verabschiedet wird.

Das für die Strategie verantwortliche Komitee hat den zweiten Entwurf für die Weltpoststrategie von Istanbul gutgeheissen. Dieser wurde im Rahmen von sieben regionalen

Viele Hände machen der Arbeit ein schnelles Ende

Die Regionen haben dargelegt, welche Aspekte im kommenden Arbeitszyklus zentral stehen sollen. Wie Sie dem Bericht in dieser Ausgabe von *Union Postale* entnehmen können, setzen die einzelnen Regionen ähnliche Prioritäten. Diese sollen und werden die Eckpunkte der nächsten Poststrategie bilden. Keine leichte Aufgabe, doch die Vielfalt der eingebrachten Meinungen wird zweifellos dazu beitragen, dass die anstehende Strategie zweckgerichtet sein und die Bedürfnisse aller Mitglieder erfüllen wird.

In der vorliegenden Ausgabe von *Union Postale* beleuchten wir die zahlreichen Entwicklungen, welche die Arbeit der UPU in jüngster Zeit geprägt haben. Die Lancierung der gemeinsamen Marke PosTransfer darf als einer der Höhepunkte und einer Titelgeschichte würdig gelten. Ausserdem durften wir unser 70-jähriges Jubiläum als Mitglied der Vereinten Nationen feiern sowie die neuen Nachhaltigkeitsziele vorstellen. Genau wie unsere Mitgliedsstaaten bereitet sich auch das Internationale Büro auf die im Vorfeld des Weltpostkongresses und darüber hinaus zu meisternden Veränderungen vor. Wir wünschen Ihnen und Ihren Angehörigen einen guten Start ins neue Jahr.

FARYAL MIRZA, CHEFREDAKTEURIN

Strategiekonferenzen ausgearbeitet, bei denen wertvolle Beiträge für diese zentrale Strategie-Roadmap geleistet wurden. (Siehe Seite 15 in dieser Ausgabe.)

Der Entwurf für den Istanbul-Vierjahresplan wurde ebenfalls an der Novembersitzung vorgestellt. Am Kongress 2012 in Doha wurde eine Bestimmung eingeführt, welche vom Verwaltungsrat verlangt, sämtliche UPU-Aktivitäten für den kommenden Arbeitszyklus und die dafür vorhandenen Ressourcen genau darzulegen. Nach seiner Fertigstellung wird dieser Businessplan die Grundlage für das UPU-Programm und -Budget und für die operativen Pläne des Verwaltungsrats und des Rats für Postbetrieb bilden.

Entwicklung

Das Engagement der UPU in der Entwicklungszusammenarbeit während der Periode 2013–2016 und Pläne für den kommenden Zyklus standen ebenfalls im Fokus des Verwaltungsrats. Dem verantwortlichen Komitee unter dem Vorsitz von Barbados wurde mitgeteilt, dass 88% der 111

im Rahmen der Regionalen Entwicklungspläne angestrebten Projekte bis Ende August 2015 konzipiert und gestartet seien.

Diese umfassen 35 Projekte in Afrika, 21 in der Region Asien-Pazifik, 16 im arabischen Raum, 13 in Europa/GUS, 7 in Lateinamerika und 6 in der Karibik. Bis Ende August 2015 sind 39 Projekte umgesetzt worden.

Gemäss einem dem Komitee vorliegenden Bericht des Internationalen Büros wurden während des momentanen Arbeitszyklus vier regionale Postschulungszentren für UPU-Mitgliedsstaaten eingerichtet. Im September wurde in Russland ein Trainingszentrum für die Region Europa/GUS eröffnet; eines für die arabische Region wird im November 2015 in Tunesien folgen.

Das Komitee genehmigte zudem einen zukunftsgerichteten Entwurf zur UPU-Entwicklungszusammenarbeitspolitik für die kommende Periode 2017–2020. Gemäss dem Dokument wird der regionale Ansatz weiterhin «der Eckpfeiler» der UPU-Anstrengungen zur Entwick-

lungskoordination bleiben, in deren Zentrum die Regionalen Entwicklungspläne stehen.

Verschiedene Tätigkeiten

Über die genannten Schlüsselthemen hinaus war die Verwaltungsratsitzung von einer ganzen Reihe weiterer wichtiger UPU-Tätigkeiten geprägt. Beispielsweise wurde das E-Commerce-Programm der UPU (ECOM-PRO) für seine Fortschritte in den Bereichen physische Dienste (einschliesslich neuer Paketspezifikationen für E-Commerce) und nichtphysische Dienste (E-Commerce-Webshops unter .post) hervorgehoben.

Weitere wichtige Themen, die angesprochen wurden, waren die Finanzen der UPU, die Weiterentwicklung des Vergütungssystems, nachhaltige Entwicklung, Katastrophenrisikomanagement und finanzielle Eingliederung. Im Grossen und Ganzen wurde ersichtlich, wie diversifiziert die Tätigkeiten der UPU und Mitgliedsstaaten sind, mit denen sie sich den Herausforderungen des 21. Jahrhunderts für Postbetreiber stellen. **DK**

ADRESSIERUNG

Infrastruktur im Brennpunkt

Die Massenmigration der Landbevölkerung in die Städte und weitere Faktoren verleihen dem Thema Adressierung grosse Dringlichkeit in vielen Entwicklungsländern. Dies ist eines der Themen, die an einer im letzten Oktober abgehaltenen Konferenz im UPU-Hauptsitz in Bern, Schweiz, diskutiert wurden.

«Die raschen und asymmetrischen Migrationsmuster verunmöglichen es den Behörden oftmals, Personen zu identifizieren oder zu lokalisieren und so die Orte, an denen Dienstleistungen erbracht werden müssen, zu bestimmen», sagte UPU-Generaldirektor Bishar A. Hussein den Anwesenden.

Sanitäre Einrichtungen, Wasser- und Stromversorgung sind in der Regel wohnsitzgebundene Versorgungsleistungen. Hussein führte weiter aus, dass die mangelhafte Adresseninfrastruktur dazu führen könnte, dass «Personen offiziell nicht existieren».

Ein Zustand, der gerade den Ärmsten und Verwundbarsten droht, da sie es sind, die oftmals keine Adresse haben. Diese Menschen sind bei einer Naturkatastrophe oder Epidemie besonders gefährdet, weil die Hilfskräfte und Hilfsorganisationen sie ohne Adresse nicht lokalisieren können.

Fehlende Adressen haben im Alltag noch weitere Nachteile. Viele Postdienstleistungen können nur erbracht werden, wenn eine Adresse bekannt ist. Die UPU hat ein Tool entwickelt, mit dem die Zustellorganisationen sicherstellen können, dass die Postleitzahl in der Adressangabe den internationalen Standards für die Adressvalidierung entspricht und so die Anzahl nicht zustellbarer Postsendungen reduziert wird.

In der Universal POST*CODE-Datenbank der UPU sind Postleitzahlen aus der ganzen Welt in einem einheitlichen Format abgelegt. Mithilfe der Datenbank können die Benutzer die korrekte Postleitzahl für eine Stadt, einen Ort, eine Strasse oder einen



Voranschreitende Urbanisierung (Foto: David Shankbone).

anderen Zustellpunkt – je nach länderspezifischem System – ermitteln. Dadurch lässt sich die Datenqualität für Postadressen auf globaler Ebene einfacher verifizieren.

Der Kampf gegen Ebola

Liberia war ein eindrückliches Beispiel dafür, welch fatale Konsequenzen das Fehlen eines standardisierten Adressenformats in einem Land haben kann. Die Arbeit der Rettungsdienste während der Ebola-Epidemie wurde vielerorts sehr stark behindert, weil keine Adressen bekannt waren, berichtet Frederick Norkeh, Liberias Minister für Post und Telekommunikation.

In einer Gemeinde jedoch, in denen die Häuser im Rahmen eines Pilotprojekts 2013 mit Hausnummern versehen worden waren, gestaltete sich das sogenannte Contact Tracing, d. h. die Lokalisierung von Menschen, die im Kontakt mit einer vom Virus angesteckten Person gestanden hatten, laut Norkeh äusserst effizient.

Er forderte internationale Unterstützung für Länder, die nicht über die notwendigen Ressourcen verfügen, um eine geeignete Adresseninfrastruktur einzurichten.

«Die globale Gemeinschaft muss Ländern, die noch nicht über ein

Adressensystem verfügen, unbedingt technische und finanzielle Unterstützung zukommen lassen», plädierte Norkeh, der in Liberia auch das Amt des Postmaster General bekleidet.

Ideenaustausch

Die am 26. und 27. Oktober durchgeführte Konferenz diente den Postbetreibern sowie externen Partnern als Plattform, um Ideen auszutauschen, wie diese Hindernisse überwunden und die sozio-ökonomischen Vorteile einer Adresseninfrastruktur genutzt werden können.

Dass ein solcher Austausch notwendig war, weiss auch Mohamed Saleh ben Taher Bente, Vorsitzender und CEO von Saudi Post, welche die Konferenz sponsorte und den Vorsitz innehatte. In seiner Rede wies er darauf hin, dass eine präzise Adressierung auch der wirtschaftlichen Entwicklung zugute komme. Er denke dabei an elektronische Verwaltungsdienstleistungen und E-Commerce. Eine korrekt identifizierbare Adresse sei ein «fundamentales Menschenrecht».

An den Panels und praktischen Sessionen nahmen Vertreter internationaler Organisationen, Regierungsagenturen, privater Unternehmen und Postbetreiber teil. **DK**

Innovationen bestimmen die Zukunft des Postsektors

Ob die UPU und der Postsektor auch in Zukunft erfolgreich agieren werden, hänge von deren Fähigkeit ab, sich auf die rasch ändernden Bedürfnisse und Erwartungen der Kunden einzustellen, mahnte der stellvertretende UPU-Generaldirektor Pascal Clivaz anlässlich des World Postal Business Forum der UPU, einer Veranstaltung im Rahmen der POST-EXPO 2015.

Die UPU werde den Fokus auf Innovation, Integration und Inklusion legen, Themen, welche die Zukunft des Postsektors prägen würden, so die Botschaft des Generaldirektors Bishar Hussein, die von Pascal Clivaz zur Eröffnung verlesen wurde. Er betonte des Weiteren die Notwendigkeit für Strukturreformen im technologiegetriebenen Postgeschäft.

«Die Post muss sich an neue Technologien und Infrastrukturentwicklungen anpassen, die es ihr erlauben, geeignete Zustellnetze für die letzte Meile zu entwickeln und somit die ökonomische, soziale, finanzielle und

digitale Integration aller Bevölkerungsschichten weltweit voranzutreiben», sagte er.

Angeichts ihrer globalen Infrastruktur kommt den Postbetrieben eine eminent wichtige Rolle zu, wenn es darum geht, die Leistungsversprechen im grenzüberschreitenden E-Commerce einzulösen. Laut Clivaz ist das End-to-End-Rahmenwerk für E-Commerce – bekannt unter dem

Kürzel ECOMPRO, der einzige globale Ansatz, der die Ansprüche aller Stakeholder im E-Commerce-Ökosystem zu erfüllen vermag.

Clivaz schloss seine Ansprache, indem er darauf hinwies, dass der E-Commerce-Markt eines massiven «Vertrauensbeweises» bedürfe und dass der international ausgerichtete Postsektor diesen erbringen könne.

Auch Philippe Wahl, seines Zeichens Chairman und CEO der französischen La Poste, richtete das Wort an die Forumsteilnehmer. Er wies darauf hin, dass die Zukunft des Postgeschäfts von der digitalen Plattform bestimmt würde.

«La Poste hat ihr Angebot diversifiziert und bietet nun Logistik-, Bank- und Finanzdienstleistungen und sogar Mobiltelefonie an», führte er aus.

Die POST-EXPO, welche vom 29. September bis 1. Oktober in Paris stattfand, wurde von rund 3600 Teilnehmern aus rund 100 Ländern besucht. **MM UND DK**



Clivaz am Rednerpult (Foto: keystone).

PARTNERSCHAFTEN

Meteorologische Dienste und Postnetzwerke vereinen ihre Kräfte

Das Hauptziel der erneuerten Partnerschaft zwischen der UPU und der Weltorganisation für Meteorologie (WMO) ist es, durch Umweltkatastrophen hervorgerufene Risiken für Postdienstleistungen reduzieren zu helfen. Die Absichtserklärung, die von den beiden UNO-Sonderorganisationen unterzeichnet wurde, zielt darauf ab, dass Postbetreiber dank des optimierten Gebrauchs von Wetter- und Klimadaten besser vorbereitet sind.

«Meteorologische Dienste und Postnetzwerke vereinen ihre Kräfte, um Synergien zu bilden und Informationen sowie Vorhersagen zu Klima und Wetter besser nutzen zu können», weiss UPU-Generaldirektor Bishar A. Hussein zu berichten.

«Mit dieser Partnerschaft kann die Post eine Vorreiterrolle spielen,

indem sie der lokalen Bevölkerung den Zugang zu meteorologischen Daten erleichtert und Frühwarnsysteme entwickelt», fügt er hinzu.

Die Vereinbarung bestätige die mehr als hundertjährige Geschichte der Zusammenarbeit zwischen den beiden Organisationen, wie WMO-Generalsekretär Michel Jarraud sagt. Er hob die Erhaltung von «hochwertigen Dienstleistungen angesichts des Klimawandels und der Auswirkung von Naturgefahren» hervor.

Während sich die Weltgemeinschaft den Herausforderungen des hausgemachten Klimawandels stellt, macht die UPU ihre Mitgliedsstaaten auf das Katastrophenrisikomanagement aufmerksam, damit Postdienste im Angesicht von sich häufenden Naturkatastrophen besser gewapp-

net sind. Ein Element davon ist der Gebrauch von Klima- und Wetterdaten sowie Vorhersagen.

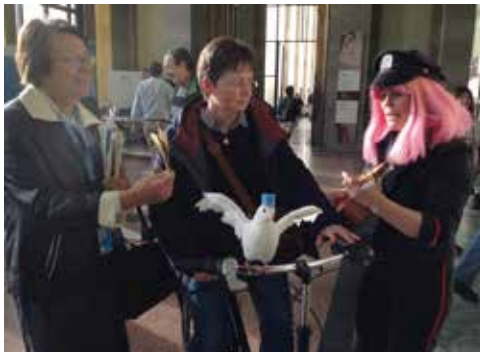
Dank der Versorgung mit meteorologischen Informationen, die auf Postbetreiber gerichtet und zugeschnitten sind, hat das neue Memorandum zum Ziel, den 192 Mitgliedsstaaten bei der Reduzierung von wirtschaftlichen Verlusten zu helfen und der Bevölkerung in Krisenzeiten beizustehen.

Die zwei Vorsitzenden trafen sich anlässlich der Herbstsession des obersten Koordinierungsgremiums der UNO, bei der sich die Vorstände der UN-Organisationen in New York versammelt hatten. Zu den Tätigkeiten der WMO zählen Meteorologie, operationelle Hydrographie und die damit verwandten geophysischen Wissenschaften. **DK**

VEREINTE NATIONEN

70 Jahre UNO

Im vergangenen Oktober öffnete das Büro der Vereinten Nationen in Genf seine Pforten für die Öffentlichkeit, um der Gründung der UNO im Jahr 1945 zu gedenken. Die UPU war mit einem engagierten Team von freiwilligen Mitarbeitern mit dabei. Rund 20 000 Interessierte besuchten das Palais des Nations an diesem Tag. Viele Besucher liessen sich am Stand die Gelegenheit nicht entgehen, eine vorfrankierte UPU-Postkarte zu schreiben und in die Welt hinaus zu versenden. Für Unterhaltung sorgte Sally, die UPU-Postbotin mit ihrer Ukulele, weiter gab es Lieder, Kuchen, Päckchen und eine Friedenstaube.



Postbank wichtiger Faktor für finanzielle Eingliederung von Frauen

Poststellen tragen wesentlich zur finanziellen Eingliederung von Frauen bei, besonders in den ländlichen Regionen der Entwicklungsländer. So lautet eine der Hauptbotschaften eines jüngst gemeinsam von der UPU und der UN Women veröffentlichten Berichts.

Ein überproportionaler Teil der Frauen weltweit hat keinen Zugang zu Bankdienstleistungen, was sich in bedeutendem Masse auf die Entwicklung einer Gesellschaft auswirkt, zumal der Zugang zu Finanzdienstleistungen beispielsweise auch die Ernährung und den Bildungserfolg der Kinder beeinflussen kann. Und vom Blickpunkt der Geschlechtergleichstellung kommt der Zugang zu Bankdienstleistungen auch der wirtschaftlichen Position der Frauen zugute, sowohl im eigenen Heim wie auch ausserhalb. Nicht zuletzt führt die finanzielle Eingliederung zu einem höheren Haushaltseinkommen und Wohlstand.

Die Entwicklungsorganisationen konzentrieren sich oft auf Gruppen, einschliesslich Organisationen, die Mikrokredite verleihen, wenn es um die bessere Eingliederung der Frauen geht. Doch solche Gruppen sind in hohem Masse von Entwicklungsgeldern abhängig. Derweil findet die enorm wichtige Rolle, welche die Post spielt, meist nur wenig Beachtung, so Smriti Rao, ein in den USA tätiger Wissenschaftler und federführender Autor der Studie. Und das obwohl die Post Finanzdienstleistungen an über einer Milliarde Menschen in 51 Ländern erbringt. «Das Verdienst der Post in der Förderung der finanziellen Eingliederung von Frauen wird so heruntergespielt», führt er in einem Interview mit *Union Postale* aus.

Zahlreiche Faktoren hindern Frauen daran, etwa ein Bankkonto zu

eröffnen. Viele Frauen üben gering bezahlte Tätigkeiten im informellen Sektor aus, da sie oft eine geringere Schulbildung aufweisen. Beschränkungen in Bezug auf Mobilität und Immobilien- und Landbesitz haben ausserdem zur Folge, dass Frauen in der Regel weniger Geld oder Vermögen besitzen und so auch weniger Grund zur Einforderung der finanziellen Eingliederung haben.

Keine Gender-spezifischen Produkte

Der Bericht fordert zwar keine speziell für Frauen und junge Frauen entwickelten Kontoarten, zumal dies die zugrunde liegenden Probleme kaum lösen würde, sondern vielmehr kontraproduktiv sein könne, so Rao.

Doch wäre es hilfreich, wenn bestehende Bankprodukte um bestimmte Merkmale ergänzt würden, welche auf die Bedürfnisse der Frauen ausgerichtet sind und deren finanzielle Eingliederung fördern; beispielsweise Konten mit strengen Rückzugsbeschränkungen, aufgrund derer die Ersparnisse der Frau vor dem Zugriff anderer Familienmitglieder geschützt sind.

Postalische Eingliederung

Gemäss den von der Weltbank und Gallup in 19 Industrie- und 37 Entwicklungsländern erhobenen Daten tragen die Poststellen mehr zur finanziellen Eingliederung der Frau bei als andere Finanzinstitutionen.

In Entwicklungsländern, in denen die Post Konten anbietet, beträgt die Geschlechterquote 1,27, d. h. der Anteil der von Frauen eröffneten Postkonten übertrifft denjenigen der Männer. In Bezug auf Finanzinstitute gilt das Umgekehrte, denn für diese Konten beträgt die Geschlechterquote 0,73.

Bedürfnis erfüllen

Auch wenn diese Ergebnisse Mut machen, kann man die postalische Eingliederung der Frauen schon fast als zufällig bezeichnen, die – vor allem in ländlichen Regionen – teilweise vom ausgedehnten Postnetz beeinflusst wird. Einer wichtigen Erkenntnis der Studie zufolge variiert der Anteil der Frauen, der Postfinanzdienstleistungen in Anspruch nimmt, je nach Geschäftsmodell. Dies gilt insbesondere in Fällen, in denen die Post «nicht lizenzierte Sparkonten» anbietet. Obschon diese Konten keinen Einlagenschutz durch die Zentralbank geniessen, dürften die damit verbundenen Risiken kleiner sein als bei den informellen Finanzdienstleistungen, welche die ärmeren Bevölkerungsschichten sonst nutzen. Auch wenn «unlizenzierte Sparkonten» die einfachste Form von Finanzdienstleistung ist, welche die Post anbietet, «sind sie wohl am besten an die Bedürfnisse der armen Landbevölkerung sowie der Frauen angepasst», sagt Rao. **DK**



LESEN SIE DIE VOLLSTÄNDIGE STUDIE

http://news.upu.int/uploads/media/Gender_Financial_Inclusion_through_Post_2015.pdf





Marken-App verleiht Überweisungen mehr Profil

Die UPU hat mit PosTransfer eine neue überdachende Handelsmarke lanciert, mit der das Profil der vorgesehenen Postbetreiber im hart umkämpften Markt für elektronische Geldüberweisungen geschärft werden soll.

TEXT:
DAVID KOCH

ILLUSTRATIONEN:
KOTRYNA
ZUKAUSKAITE

Die neue Marke ist Teil des Bestrebens, die elektronischen Geldüberweisungsdienste der verschiedenen Länder unter einer Dachmarke zu vereinen und so das Vertrauen der Kunden zu gewinnen. Insbesondere das der zahlreichen Migranten, die auf zuverlässige und erschwingliche Überweisungen angewiesen sind, um ihre Familien daheim zu unterstützen. Denn nur schon in den Entwicklungsländern wurden im Jahr 2014 Transfers im Wert von 436 Milliarden USD getätigt.

Auch wenn die vorgesehenen Postbetreiber sich bereits als erschwingliche Anbieter von Geldüberweisungen etabliert haben, wollen sie sich in diesem Segment jetzt als qualitativ hochwertige Alternative mit einem weit verzweigten Netz positionieren. Und genau hier setzt der neue Markenauftritt an.

Steigende Nachfrage

Die neue Marke soll weltweit einen hohen Wiedererkennungswert haben.

«Unser Ziel ist es, dass Postüberweisungen unter dieser Marke mit Eigenschaften wie vertrauenswürdig, günstig und effizient assoziiert werden», sagt Alexandre Rodrigues, Programm-Manager für Postfinanzdienstleistungen bei der UPU.

«Mit Einführung dieser Handelsmarke soll das Profil der vorgesehenen Postbetreiber auf dem hart umkämpften Markt für elektronische Geldüberweisungen geschärft werden», meint er weiter.

Bei Drucklegung dieses Artikels haben bereits 25 vorgesehene Betreiber ihre Absicht geäußert, sich der PosTransfer Group anzuschließen. Diese Gruppe wird sämtliche Angelegenheiten im Zusammenhang mit der neuen Marke regeln. Zu den Mitgliedern zählt auch Russland, auf das die grösste Anzahl Transaktionen, die über das International Finance System (IFS) der UPU getätigt werden, entfällt. Ein anderes Schwergewicht, das die Übernahme der PosTransfer-Marke in Erwägung zieht, ist die französische La Banque Postale. Dieses Unternehmen verfügt für ihren Geldüberweisungsservice Mandat Express International über Korridore in über 33 Ländern. Bis 2020 plant die PosTransfer Group die Anzahl Mitglieder auf 100 zu erhöhen.

Der Markt für Geldüberweisungen wächst weiter. Von 2009 bis 2013 stieg die Anzahl der empfangenen Überweisungen jährlich an – insgesamt um über USD 130 Milliarden auf knapp 549 Milliarden USD. Auch

wenn die instabile Konjunkturlage und das langsame Wirtschaftswachstum 2015 dämpfend wirkten, erwartet die Weltbank für 2016 wieder eine Erholung bei den Geldüberweisungen.

Erkennungswert

Für Professor Barbara Phillips, Marketing-Spezialistin an der Edwards School of Business in Saskatoon, Kanada, hat ein einheitlicher Markenauftritt nur Vorteile.

«Einer Marke lassen sich Eigenschaften zuschreiben», sagt Phillips. «Egal wo, die Marke ist für den Kunden mit bestimmten Eigenschaften verbunden», führt sie weiter aus und nennt die erfolgreiche Fast-Food-Kette McDonald's als Beispiel dafür, wie eine bekannte Handelsmarke mit grossem Erfolg ein bestimmtes Kundenerlebnis verkörpert.

Phillips weist indes auch darauf hin, dass eine internationale Marke dazu verpflichtet, dieses Erlebnis auch tatsächlich zu erschaffen. In dieser Hinsicht fungieren die Postangestellten, welche die Transaktionen in der Praxis ausführen, als Markenbotschafter. Sie müssen für die Kunden da sein und das Gefühl von Vertrauen bei ihnen erwecken. «Empathie muss an der Kundenfront spürbar sein», so Phillips.

«Es geht darum, diese positiven Assoziationsfelder der Marke so rasch wie möglich zu besetzen und das Erlebnis auszulösen», erklärt sie. «Wenn dies gelingt, dann werden die Kunden der Marke gegenüber loyal sein.

Es ist eine Herausforderung. Doch Dienste wie Geldüberweisungen schaffen starke Loyalität, weil es um substantielle Werte geht und das Vertrauenselement eine wichtige Rolle spielt.

«Es ist ein Produkt mit hoher Involvierung», weiss Phillips. «Es braucht schon ein erhebliches Mass an Vertrauen, sein sauer verdientes Geld jemanden anzuvertrauen, damit dieser es der Zielperson zukommen lässt.» Barbara Phillips meint überdies, dass ein Rebranding zudem ein gewisses Mass an Risiko aufweist, denn die Kunden könnten einen etablierten spezialisierten Anbieter wie Western Union einer neuen Marke vorziehen.

Der Rebranding-Prozess muss von einer wirkungsvollen Werbekampagne begleitet werden, welche die Kunden auf überzeugende Art und Weise über die funktionalen Aspekte dieser Dienstleistung, d. h. Gebühren und Transferzeiten, informiert. Und natürlich müssen sie den Kunden auf emotionaler Ebene ansprechen und den damit verbundenen Wert hervorheben. Man muss die



Kunden davon überzeugen, «dass viel mehr als nur eine Dienstleistung angeboten wird», sagt Phillips.

Gemeinsamer Markenauftritt

Es ist nicht das erste Mal, das die internationale Postgemeinschaft Dienste gemeinsam unter einer Dachmarke anbietet. PosTransfer orientiert sich an die Express Mail Service (EMS) Cooperative der UPU, sagt Sergey Dukelskiy, Leiter für internationale Angelegenheiten bei der russischen Post. Die 1998 ins Leben gerufene Kooperative verhalf den Expressdienstleistungen zu einer weltweit anerkannten Premium-Marke. Der Expressdienst wird heute in rund 200 Länder und Territorien angeboten.

«Die Postunternehmen schlossen sich unter dem Dach von EMS zusammen», sagt Dukelskiy, Co-Vorsitzender des Komitees, das an den Rat für Postbetrieb rapportiert und für PosTransfer und andere Postfinanzthemen zuständig ist. «Heute ist EMS eine weltweit anerkannte Marke. Kunden, die Expresssendungen verschicken wollen, benutzen EMS», so Dukelskiy weiter. Die Postanbieter hoffen, dass die neue PosTransfer-Handelsmarke ähnlich grosser Erfolg beschieden sein wird.

Die Entwicklung von PosTransfer begann 2008, als der Weltpostkongress das Internationale Büro und den Rat für Postbetrieb damit beauftragte, eine gemeinsam zu verwendende Marke zu entwickeln und zu registrieren. Daraufhin wurde eine Ad-hoc-Gruppe gegründet, in der vor allem Südafrika der Entwicklung und Formgebung dieser Dachmarke wichtige Impulse verlieh. Die Registrierung verzögerte sich zunächst wegen fehlender Mittel, doch nach einem Spendenaufruf konnten 2012 rund 220 000 CHF aufgebracht werden.

Überweisungsflüsse

Russian Post tätigt jährlich 69,1 Millionen Geldüberweisungen, womit dieses Geschäft heute ein wichtiges Standbein des Finanzdienstleistungsangebots ist. Insgesamt belaufen sich die von der russischen Post geleisteten Renten- und anderen Zahlungen sowie Überweisungen auf 3,5 Milliarden RUB (56 Milliarden USD) pro Jahr, was 33,5% des Umsatzes entspricht. Darauf entfalle ein Grossteil auf Überweisungen von Migranten in ihre Heimat, vor allem nach Kasachstan, Weissrussland und in die Ukraine, weiss Dukelskiy.

Dies widerspiegelt die enorme Anzahl von Migranten, die ihre Familie in der Heimat finanziell unterstützen. Laut eines im April von der Weltbank veröffentlichten Berichts gehört die Russische Föderation neben den USA, Deutschland, Saudi-Arabien und den Vereinigten Arabischen Emiraten zu den weltweit fünf wichtigsten Zielländern für Arbeitsmigranten. Der grösste Migrationskorridor verläuft von Mexiko in die USA, gefolgt von Russland in die Ukraine, Bangladesch nach Indien und von der Ukraine nach Russland.

Im russischen Markt für Geldüberweisungen – der von allen G8-Staaten die geringsten Gebühren aufweist – böten zwar die Nicht-Post-Anbieter den schnelleren Service, so Dukelskiy. Die Post profitiere hingegen von ihrem Ruf der Zuverlässigkeit.

«Manchmal ist es nicht Geschwindigkeit, die zählt», sagt er und erklärt, dass die Post auch günstiger sein könne als andere Anbieter. «Die Menschen brauchen aber in erster Linie einen zuverlässigen Weg, das Geld an ihre Familie zu überweisen.»

Diese Zuverlässigkeit ist ein entscheidender Faktor, zumal die Überweisungen aus Russland für viele

GUS-Staaten eine wirtschaftliche Stütze seien. Laut Schätzungen arbeitete 2013 mehr als die Hälfte der tadschikischen Männer im erwerbsfähigen Alter im Ausland, zumeist in Russland. Deren Überweisungen machten knapp 48% des jährlichen BIPs aus. Somit ist kein Land auf der Erde mehr abhängig vom Einkommen seiner Migranten als Tadschikistan. Ein ähnliches Bild präsentiert sich in Kirgisien, wo die Geldüberweisungen 31% des BIPs ausmachen.

So wichtig diese Geldflüsse für diese Länder sind, sie sind immer auch der Marktvolatilität und dem politischen Klima ausgesetzt. Dieses Jahr dürften die Geldüberweisungen aus Russland infolge des tiefen Ölpreises und der Wirtschaftssanktionen markant zurückgehen. Dieser Rückgang spiegelt sich in den globalen Zahlen wider. So nahmen die Überweisungen in Europa aufgrund des geringen wirtschaftlichen Wachstums nur gerade um 0,5% zu. Für das kommende Jahr dürfte die einsetzende Konjunkturerholung wieder zu einem Wachstum von über 4% führen.

Niedrige Gebühren

Die Gebühren für Geldüberweisungen rücken vermehrt ins Blickfeld, indem die Länder die wirtschaftliche Bedeutung dieser Geldflüsse erkannt haben. Die Überweisungsgebühren der Postanbieter sind moderat. Die vorliegenden Zahlen lassen Rückschlüsse zu, wie die vorgesehenen Postanbieter diese Entwicklung mit qualitativ hochwertigen Überweisungsdiensten zu günstigen Preisen weiter stützen können.

In ihrer jüngsten Analyse der Gebühren, die in den wichtigen Überweiskorridoren erhoben werden, kommt die Studie *Remittance Prices Worldwide* zum Schluss, dass die Poststellen nach wie vor die kostengünstigste Option darstellen. Deren Gebühren sanken im 2. Quartal 2015 von 5,69% im 1. Quartal auf 5,14% der gesamthaft überwiesenen Geldsumme. Bei den Geschäftsbanken lag dieser Wert bei knapp 11%, bei den privaten Geldüberweisungsfirmen bei 6,59%.

Die PosTransfer Group will diese wichtige Dienstleistung noch zugänglicher machen, indem sie die komplexen Prozesse vereinfacht und den Betrieb des Worldwide Electronic Postal Payment Network (WEPPN) der UPU unterstützt. Bis Ende 2014 wurde das Netzwerk von 69 vorgesehenen Postbetreibern genutzt, von denen mit einer Ausnahme auch alle das International Financial System (IFS) der UPU nutzte.

Das System soll die komplexen Beziehungen, die im globalen Geldüberweisungsgeschäft inhärent sind, vereinfachen. Wenn beispielsweise ein neuer Nutzer dem UPU-Netzwerk beitrifft, muss jeder Korridor einzeln verhandelt und in einem bilateralen Verfahren zwischen zwei Postbetreibern geöffnet werden. Im neuen System werden die vorgesehenen Postbetreiber in der Lage sein, neue Verbindungen zwischen Mitgliedern mittels einer multilateralen Dienstleistungsvereinbarung, die von der PosTransfer Group implementiert und verwaltet wird, viel rascher bereitzustellen.



Die neue Dachmarke

Neue Gruppe

Die UPU PosTransfer Group wurde in der Verwaltungsratssession 2015 ins Leben gerufen. Sie wird ihre Tätigkeit anlässlich der nächsten Sitzung des Rates für Postbetrieb im Februar 2016 offiziell aufnehmen. Die Mitglieder der PosTransfer Group sind berechtigt, die Handelsmarke zu benutzen, sofern die von der UPU festgelegten regulatorischen und vertraglichen Bestimmungen eingehalten werden. Zum Schutz der Handelsmarke, die ausschliesslich Eigentum der UPU ist, erfolgt die Registrierung durch verschiedene internationale Organisationen, in erster Linie über die Weltorganisation für geistiges Eigentum und das Madrider Markenabkommen sowie die Afrikanische regionale Organisation für geistiges Eigentum (ARIPO).

Die beiden Organisationen übernehmen die kollektive Registrierung aller 47 UPU-Mitglieder, welche 2012 die Vereinbarung über Postzahlungsdienstleistungen (Postal Payment Services Agreement) unterzeichneten. Ländern, die nicht unter diese internationalen Markenabkommen fallen, soll – in Abstimmung mit dem Internationalen Büro der UPU – indes ebenfalls die Möglichkeit zur Benutzung der PosTransfer-Marke gegeben werden. Da die Registrierungskosten weniger hoch als erwartet sind, verbleibt ein Budget-Betrag von 95 000 CHF für die Registrierung in bisher noch nicht abgedeckten Mitgliedsstaaten.

Die Tätigkeit der PosTransfer Group dürfte sich nach den Grundsätzen richten, die vom Rat für Postbetrieb dieses Jahr verabschiedet wurden. So werden alle von der PosTransfer Group implementierten Neuentwicklungen allen Mitgliedern offenstehen. Nicht-Mitglieder, welche die Postzahlungsdienstleistungs-Vereinbarung unterzeichnet haben, werden – gegen eine zusätzliche Gebühr – ebenfalls Zugang erhalten. Letztere werden indes nicht berechtigt sein, direkten Einfluss auf die Entwicklungsaktivitäten der PosTransfer Group zu nehmen, sondern erhalten einen Beobachterstatus.



Interkonnektivität

Die komplexe technische Systemanbindung zwischen Post- und privaten Anbietern dürfte im PosTransfer-Modell ebenfalls vereinfacht werden. Zahlreiche vorgesehene Postbetreiber haben Vereinbarungen mit privaten Anbietern von Zahlungs- und anderen Finanz-Services (beispielsweise Geldüberweisungsfirmen, Anbietern von mobilen Zahldiensten und Banken) abgeschlossen.

Dies hat zu einer wahren Flut technischer Systeme geführt. Und um die vorgesehenen Postbetreiber im Umgang mit diesen unterschiedlichen Systemen zu unterstützen, treibt die UPU zurzeit das Projekt *Interconnection Hub* voran, dessen Zielsetzung gemäss Business Plan der PosTransfer Group lautet, «es den vorgesehenen Postdienstleistern zu ermöglichen, das gleiche System, die gleichen Applikationen und den gleichen Personal Computer für die Erbringung aller ihrer Zahlungsdienstleistungen zu benutzen.»

Damit soll den Poststellen ein stark erweitertes Netz für ihre internationalen Finanzdienstleistungen verfügbar gemacht werden. In Ländern, in denen der vorgesehene Postbetreiber nicht an einem Netz wie das IFS angebunden ist, werde der *Interconnection Hub*, vorbehaltlich bestimmter regulatorischer Massnahmen seitens der UPU, es anderen MTO potenziell ermöglichen, eine Partnerschaft mit einem Postbetreiber einzugehen, so Dukelskiy.

«Wenn in einem Land der vorgesehene Postbetreiber die gewünschte Finanzdienstleistung nicht anbietet, braucht es einen Partner, der in die Bresche springt», sagt Dukelskiy. Solange Menschen im Ausland nach Arbeit suchen, solange werden Geldüberweisungen für viele Länder ein wichtiger Wirtschaftsfaktor bleiben. Durch die Konzentration ihrer Kräfte unter der Marke PosTransfer wer-

den die Postanbieter in der Lage sein, diese Überweisungen als konsolidierter Anbieter vorzunehmen, und so einerseits zur wirtschaftlichen Entwicklung dieser Länder beitragen und andererseits Fuss in einem wachsenden Markt fassen. **DK**

2014 verabschiedete der Rat für Postbetrieb verschiedene Standards für die Dienstleistungsqualität und schuf so die Grundlage für eine multilaterale Dienstleistungsvereinbarung für elektronische Postzahlungssysteme. Die Vereinbarung wird von der PosTransfer Group in Kraft gesetzt und verwaltet.

Die Standards sollen die Überwachung der Netzwerk-Performance ermöglichen und dazu beitragen, eine adäquate Abwicklung sicherzustellen. Ausserdem werden sie als Basis für das Vergütungssystem Pay-for-Performance dienen.

Die Qualitätsstandards können je nach Land variieren, denn sie hängen von Faktoren wie Topografie und ökonomische Entwicklung ab. Daher schliessen die Länder bilaterale Vereinbarungen über die anzuwendenden Dienstleistungsstandards ab, erklärt Dukelskiy. Die PosTransfer Group wird jedoch die Aufgabe haben, die Qualität der Zahlungsdienste über die gesamte operative Lieferkette zu überwachen.

«Wer die Konkurrenz schlagen will, muss zusehen, dass die Überweisungen fristgerecht ausgeführt werden», meint Dukelskiy. Entsprechende Schulungen für die Postangestellten werden bereits durchgeführt.

Regionale Konferenzen offenbaren gemeinsame Prioritäten

Es ist ein Meilenstein auf dem Weg nach Istanbul, Türkei, wo im nächsten Jahr der UPU Kongress stattfinden wird. Im Oktober ging eine Reihe hochrangiger regionaler Strategiekonferenzen zu Ende. Deren Beschlüsse dienen als Grundlage für die globale Poststrategie 2017–2020, die in Istanbul verabschiedet werden soll.

**TEXT:
DAVID
KOCH**

Die ähnlichen Prioritäten, die an den regionalen Strategiekonferenzen zutage traten – insbesondere der gemeinsame Fokus auf E-Commerce und Steigerung der operationellen Effizienz –, lassen den Schluss zu, dass die vorgesehenen Postbetreiber die Herausforderungen des sich rasch verändernden Umfelds gemeinsam bewältigen und entsprechende Massnahmen ergreifen wollen.

Vision 2020

An der Auftaktkonferenz in Karthum, Sudan, appellierte UPU-Generaldirektor Bishar A. Hussein an die Anspruchsgruppen im afrikanischen Postsektor, Innovationen gegenüber offen zu sein. «Die Postbetreiber des afrikanischen Kontinents müssen ihren in der Vergangenheit bewiesenen Pioniergeist wahren und ihre Innovationskraft nutzen, um den geänderten Kommunikationsbedürfnissen der Kunden Rechnung zu tragen», sagte er.

Innovation, Integration und Eingliederung sind die «drei Säulen», auf denen die Post aufbauen muss, wenn sie nicht in die Bedeutungslosigkeit versinken wolle, meinte Hussein. Dieses Thema zog sich wie ein roter Faden durch alle regionalen Konferenzen. Hussein forderte die Postbetreiber auf, sich einer «fundamentalen Transformation» zu unterziehen, flexibler zu werden und die Entscheidungswege zu straffen.

Er appellierte an die Postunternehmen innovativ zu bleiben und neue Geschäftsmodelle zu erschliessen, neue Technologien zu integrieren und stärker marktorientierte Produkte und Dienstleistungen anzubieten. Integration, so fuhr er fort, heisse die Behinderungen für grenzüberschreitende Postzustellungen mittels einer nahtlosen Postlieferkette abzubauen. Hussein betonte ausserdem, dass die Post die soziale, finanzielle und öko-



Region Karibik, Britische Jungferninseln (Foto: Blake Boyvi).

nomische Eingliederung fördern müsse, da sie wichtige Aspekte der jüngst verabschiedeten Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen sind.

Eine Reform der UPU, mit dem Ziel, die Entscheidungswege zu kürzen, war ein weiteres Leitmotiv der Konferenzen. In Limassol, Zypern, wo die Vollversammlung von PostEurop, der Vereinigung der europäischen öffentlichen Postbetreiber, und die regionale Strategiekonferenz für Europa stattfand, legte der stellvertretende Generaldirektor der UPU, Pascal Clivaz, dem UPU Affairs Committee einen Entwurf der vorgesehenen Reformen vor.

«Diese Reform wird die Entscheidungsprozesse innerhalb der UN-Sonderorganisation verbessern – passend zum 70-jährigen Jubiläum der Vereinten Nationen», sagte Cynthia Wee, Kommunikationsmanagerin von PostEurop in einem E-Mail an *Union Postale*. «Wir alle wissen, dass wir es uns nicht mehr leisten können, jahre-



Europa und GUS, Weissrussland.



Arabische Länder, Vereinigte Arabische Emirate.

lang zu debattieren, bevor wichtige Entscheidungen für den Postsektor getroffen werden», so Wee weiter.

Operationelle Effizienz

Die Themen Innovation, Integration und Eingliederung fanden jeweils auch Eingang in die Schlussklärung der sieben regionalen Konferenzen. Insbesondere die Entwicklung des E-Commerce und operationelle Effizienzsteigerungen gehörten in allen Regionen zu den Top-Prioritäten.

So forderten die Anspruchsgruppen an der Regionalkonferenz der lateinamerikanischen Länder, die im Juni in Santo Domingo in der Dominikanischen Republik stattfand, dass die Abläufe effizienter zu gestalten seien. In der Erklärung von Santo Domingo wurde festgehalten, dass «konkrete Verbesserungen» unabdingbar seien, dazu gehöre etwa die bessere Integration von Luftfrachtunternehmen sowie Zoll- und Sicherheitsbehörden.



Lateinamerika und UPAEP, Dominikanische Republik.

In seiner Ansprache anlässlich der regionalen Konferenz für Europa und die GUS-Staaten im Juni in Minsk, Weissrussland, betonte Hussein die Wichtigkeit einer operationellen Straffung im internationalen Postgeschäft.

«Wir werden die Hemmnisse für die grenzüberschreitende Postzustellung abbauen», versprach er.

Konkrete Verbesserungen

Im August fand in Bangkok, Thailand, die Postkonferenz der Region Asien-Pazifik statt, an der die Delegierten sich darauf einigten, dass «die Strategien endlich dem real existierenden durchgehenden Wettbewerb (End-to-end) Rechnung tragen müssen.»

Diese Einschätzung widerspiegelt die Notwendigkeit, qualitativ hochwertige Dienstleistungen zu erbringen, was im Übrigen weltweit für alle Regionen gilt.



Region Afrika, Sudan.

Regionale Prioritäten 2017–2020

		Stärkung der operationellen Effizienz sowie E-Commerce-Entwicklung	Verbesserung der Effizienz der «End-to-End»-Postlieferkette sowie E-Commerce-Entwicklung	Steigerung der operationellen Effizienz und E-Commerce-Entwicklung	Finanzdienstleistungen	Entwicklung des Postsektors	Diversifikation	Reform und Entwicklung des Postsektors	Entwicklung eines Finanzdienstleistungsangebots	E-Services und Diversifikation
Karibik	1	○								
	2				○	○	○			
Arabische Länder	1	○								
	2				○		○	○		
Asien-Pazifik	1		○							
	2					○	○		○	
Europa und GUS	1			○						
	2					○	○		○	
Lateinamerika und PUASP*	1	○								
	2				○	○	○			
Afrika	1			○						
	2					○			○	○

Amerikanisch-spanischer-portugiesischer Postverein (PAEP).

Und im September gaben die Delegierten in Tortola auf den Britischen Jungferninseln eine Erklärung heraus, laut der «es für die vorgesehenen Postbetreiber unabdingbar ist, sich im E-Commerce zu etablieren» und «ihre Wettbewerbsfähigkeit in diesem Markt zu erhalten, indem konkrete operative Verbesserungen im Postnetz umgesetzt werden.»

Noch im gleichen Monat wurden die Entwicklung einer E-Commerce-Strategie und Stärkung der operationellen Effizienz auch an der Poststrategiekonferenz für den arabischen Raum in Dubai, Vereinigte Arabische Emirate, als Hauptprioritäten genannt.

Auch bei den weiteren von den regionalen Konferenzen bezeichneten Prioritäten sind auffallende Ähnlichkeiten erkennbar. Alle Regionen erachteten die Entwicklung und Reformierung des Postsektors, Finanzdienstleistungen und Diversifikation als wichtige Vorhaben. Manche Regionen setzten E-Services besonders weit oben auf ihre Prioritätenliste. Insgesamt widerspiegeln die Prioritäten das gemeinsame Interesse der vorgesehenen Postbetreiber an der Neuausrichtung des Postgeschäfts.

Damit die vorgesehenen Postbetreiber sich rasch an das wandelnde Postumfeld anpassen können – insbeson-

dere auch weil manche Länder die Herausforderungen einer nachhaltigen Entwicklung meistern müssen – ist ein gemeinsames Vorgehen auf regionaler und globaler Ebene erforderlich. Wenn sich die Regionen in Bezug auf die Prioritäten weitgehend einig sind, darf das getrost als gutes Omen gelten. **DK**



Region Asien-Pazifik, Thailand.





Zurück in den schwarzen Zahlen

Die rumänische Post blickt auf 150 Jahre Unternehmensgeschichte zurück. Nach einigen verlustreichen Jahren schreibt sie heute wieder schwarze Zahlen. CEO Alexandru Petrescu erklärt weshalb.

TEXT: *Union Postale:* Ist die Post wieder zurück in den schwarzen Zahlen, nachdem sie jahrelang Verluste geschrieben hat?

FOTO: Ich kann bestätigen, dass wir das Unternehmen nach fünf verlustreichen Jahren wieder rentabel gemacht haben. Der Nettogewinn 2014 betrug 22,8 Millionen RON, was einem Reingewinn von 5 Millionen EUR entspricht. In erster Linie war dies möglich, indem wir uns entgangene Geschäftsmöglichkeiten hereingeholt haben. Dazu haben wir unser Gesamtportfolio mit Postdienstleistungen und -produkten umgeschichtet und genau auf unsere Kunden gehört.

Insbesondere welche Bereiche machten den Unterschied aus?

In Rumänien sind immer noch eine Menge Papierrechnungen im Umlauf und es ist uns gelungen, im allgemeinen Briefverkehr die Spitzenposition zu erlangen. Ein Grossteil dieses Marktes ging zwischen 2009 und 2013 verloren. Heute arbeiten wir an fertigen Komplettlösungen für unsere Versorgungsunternehmen, bei denen wir uns um die Gebühreneintreibung und Rechnungstellung kümmern. In einem weiteren Projekt bieten wir ihnen Zählerablesungsdienste und weitere Produkte an, damit sie ihre Kosten für die Gebühreneintreibung senken und ihren Kunden weitere Dienstleistungen offerieren können.

Gleichzeitig richtete sich die Strategie auf den abnehmenden Briefverkehr und darauf, wie wir diesen als Unternehmen wettmachen könnten. Wie andere Länder auch haben wir in den vergangenen sieben Jahren 40% des Briefvolumens eingebüsst. Die Erträge sind eingebrochen und müssen durch andere abgedeckt werden.

Wie gehen Sie dabei vor?

Wir eifern den Erfolgsmodellen der westlichen Postbetreiber in Europa nach. Im Oktober 2014 präsentierte sich die Post als Versicherungsvermittlerin. Dabei handelt es sich um eine eigene Einheit, die aber vollumfänglich zur Post gehört. Früher betrieben wir Partnerschaften mit regionalen Vermittlern. Dies funktionierte zwar, aber es gab landesweit keine einheitliche Vorgehensweise. Wir waren daher der Ansicht, dass wir unser eigenes Maklergeschäft aufbauen sollten. Dies hat eine Weile gedauert, aber es hat geklappt.

Wo liegen die Besonderheiten im rumänischen Markt und was macht ihn bezüglich des Versicherungsgeschäfts interessant für die Post?

Die Postzusteller haben eine besondere Beziehung zu ihren Kunden. Da sie ihre Tätigkeit meist seit vielen Jahren ausüben, verstehen sie die Kunden und genie-

ssen ihr Vertrauen. Ihre Empfehlungen sind weit mehr wert als jene von Versicherungsmaklern oder der Werbung. Gegenwärtig bilden wir 1000 Mitarbeitende zu Versicherungsagenten aus. Sie müssen Weiterbildungen absolvieren und Prüfungen und Beurteilungen bestehen, bevor sie Empfehlungen abgeben dürfen. Es ist vorgesehen, alle 12 000 Postzusteller zu schulen. Wohlgemerkt: Wir vereinfachen den Verkauf von Versicherungen, wir verkaufen keine Versicherungspolicen als solches.

Welchen Mehrwert bietet die Post ihren Kunden heute?

Das Unternehmen geht vermehrt auf die Bedürfnisse seiner Kunden ein. Ich gehe immer von der Annahme aus, dass sich der Markt von heute in stetem Wandel befindet. Wie ich meinen Mitarbeitenden oft sage: Das einzig Sichere im Postgeschäft ist der Wandel. Wir müssen uns ständig neu erfinden, während wir den Markt im Auge behalten. Jüngere Kunden sind beispielsweise anspruchsvoller, deshalb ist es wichtig, dass wir sie genau beobachten und ihnen massgeschneiderte Produkte und Dienste anbieten.

Die gesamte Poststruktur verändert sich. Unsere Webseite war mehr auf Transaktionen als Produktpräsentationen ausgerichtet. Heute kann man auf der neuen Webseite Produkte erstehen und besser nachverfolgen.

Die Post ist die wichtigste Auszahlungsstelle für Renten an über 7,5 Millionen Rentenbezüger. Um die jüngeren Rentenbezüger anzusprechen, lancieren wir Finanzdienste, mit denen sie von Barauszahlungen zu elektronischen Überweisungen wechseln können. Eines der Projekte ist die Einführung einer Postdebitkarte. Bei den Versicherungen versuchen wir Jugendliche anzusprechen, die für gewöhnlich unsere Verkaufsstellen nicht aufsuchen.

Wie hat die Öffentlichkeit auf die Privatisierungspläne der Post reagiert?

Ganz ehrlich gesagt waren die Reaktionen gemischt. Wenn es um die Post geht, entsteht rasch ein Gefühl der Teilhabe. Sie gehört zur Vergangenheit eines jeden einzelnen. Jeder und jede ist in seiner Kindheit einmal Hand in Hand mit den Eltern zur Post gegangen.

Als die Privatisierungspläne an die Öffentlichkeit gelangten, hat dies vermutlich für Verunsicherung gesorgt. Die Post wiederum ist darauf angewiesen. Sie ist reif für Investitionen, sei dies in Form einer Kapitalverstärkung oder eines Börsenganges. Die Zeit wird es zeigen. Die Post birgt heute interessante Chancen. In der Vergangenheit wurde sie als Verlustgeschäft betrachtet, aber heute bietet sie jedem Investor eine wertvolle Anlagemöglichkeit. **FM**



Gewinnerin 2016 in Bern geehrt

Sara Jadid aus Libanon, die Gewinnerin des 44. Internationalen Schreibwettbewerbs der UPU, war in Bern, um ihren Preis von Generaldirektor Bishar A. Hussein entgegenzunehmen.

TEXT:
CLARE O'DEA

«Der Name «Jadid» bedeutet «etwas Neues und Helles», was mit Sicherheit auf Sara zutrifft», erklärte Hussein gegenüber dem anwesenden Publikum von internationalen Delegierten und Würdenträgern. Saras Mutter Layla, die ebenfalls in Bern zugegen war, lobte den Wettbewerb dafür, dass er die Alphabetisierung fördern würde. «In einer Welt, in der Kinder mit ihren Augen an den Bildschirmen ihrer Handys und Tablets kleben, tragen Wettbewerbe wie jener der UPU viel dazu bei, dass Kinder sich angemessen schriftlich ausdrücken können», sagte die Mutter von acht Kindern.

Dem stimmte Generaldirektor Hussein bei.

«Wir würden unsere Freude am Briefeschreiben wohl verlieren, wenn wir solche Veranstaltungen nicht mehr hätten, um den Geist dieser Kunst lebendig zu halten», betonte er.

Als Sara vom Thema des UPU-Schreibwettbewerbs 2015 erfuhr – «Schreibe einen Brief über die Welt, in der du aufwachsen möchtest» – fühlte sie sich sofort inspiriert.

«Das ist meine Gelegenheit, mich auszudrücken», dachte sie sich. Denn die Welt, in der sie aufwachsen möchte, ist nicht jene Welt, die sie umgibt. Sara stammt aus einem armen Viertel in der libanesischen Stadt Tripoli und weiss mit ihren jungen dreizehn Jahren bereits genau, was Krieg und Konflikte bedeuten.

Saras Brief ist ein ergreifender, «mit Tränen der Verzweiflung getränkter» Aufruf an all jene Menschen, die ihre Träume zerstören wollen. Voller Emotionen verurteilt sie den Hass, den Krieg und das Sektierertum, das sie miterlebt hat, und malt sich eine neue, bessere Welt unter «dem Mond der Offenheit und der Sonne der Freiheit» aus. Mit bewegender Sprache beschreibt Sara in ihrem Brief detailliert und poetisch diese Traumwelt, die sie sich so sehr wünscht.

«Über ihr unbestrittenes Talent hinaus steht Sara mit ihrer Botschaft für Frieden, Hoffnung und Toleranz für alles, was der Libanon bietet», sagte Khalil Daoud, CEO von LibanPost anlässlich der Preisverleihung. Er sprach von den Opfern, die Saras Eltern erbringen mussten, um ihren Kindern eine Umgebung zu schaffen, in der sie

sicher aufwachsen und sich entwickeln konnten. Liban-Post hat Sara ein Preisgeld zugesprochen, von dem während der nächsten drei Jahre ein Teil in ihre Ausbildung fliessen wird.

Mit einer für ihr junges Alter bemerkenswerten Selbstsicherheit und Contenance sprach sie auf Französisch, Arabisch und Englisch zum Publikum. Sie bedankte sich bei ihren Eltern und Lehrern und sprach mit grosser Begeisterung über ihre fünf Schwestern und beiden Brüder, wobei sie die Talente jeder und jedes einzelnen hervorhob. Sara wurde auf ihrer Reise in die Schweiz von ihrer Mutter begleitet, was Teil des UPU-Preises ausmachte.

«Dich, meine Welt, sehe ich als einen Regenbogen, der nach Krisen erscheint, in denen keine Religion über eine andere siegen wird und keine Hautfarbe höhergestellt ist als eine andere. Du bist eine Welt, die menschengemachte Konflikte überwindet», steht in ihrem Brief.

Für ihre Zukunft wünscht sich Sara nichts lieber, als in ihrer Heimat zu bleiben, ihre Ausbildung zu beenden und zu arbeiten. Ihr Erfolg habe vielen ihrer Mitbürger Mut gemacht, so Mansour Chaya, einstweiliger Geschäftsträger der libanesischen Botschaft in Bern.

«Trotz allem, was im Libanon geschieht – zwei Millionen Flüchtlinge und Terroristen, die an unsere Tür klopfen – sendet diese beispielhafte junge Libanesin eine Friedensbotschaft an die ganze Welt», schwärmte Chaya gegenüber dem versammelten Publikum.

Dieses Jahr haben 65 Mitgliedsstaaten die Gewinnerbriefe der nationalen Ausscheidungen für die internationale Finalrunde eingereicht. Rund 1,5 Millionen Kinder nahmen teil.

Die internationale Jury verlieh zudem Miriam Campos Acín, einer elfjährigen Spanierin, die Silbermedaille, und Leonardo Silva Brito, einem fünfzehnjährigen Jungen aus Brasilien, die Bronzemedaille. Kinder aus neun Ländern erhielten eine besondere Erwähnung. **co**



LINK ZU DEN SIEGERBRIEFEN

<http://news.upu.int/outreach/letter-writing-competition/2015>



Sara Jadid in Bern (Foto: Marcel Bierl/keystone).



Zweiter Preis

Miriam Campos Acín

Miriam, ein elfjähriges Mädchen von Almudévar in der spanischen Provinz Huesca, hat die Silbermedaille gewonnen.

In ihrem an die Welt gerichteten Brief nimmt sie den Leser mit auf eine virtuelle Reise an Orte, wo Menschen und Umwelt leiden. Sie reist vom Nahen Osten nach Afrika, vom Nordpol in den Amazonas und wird Zeugin von Gewalt, Armut, Umweltverschmutzung und verschwendeten Ressourcen.

«Schliesslich kehre ich mit tausend Fragen im Kopf nach Hause: Wenn es dir heute schon so schlecht geht, liebe Welt, wie siehst du erst in ein paar Jahren aus, wenn ich älter bin? Was können wir tun, um dir zu helfen? Es scheint nicht einfach zu sein, denn trotz allem, was wir tagtäglich in den Medien erfahren, wollen wir uns nicht anstrengen, um dir zu helfen, wieder gesund zu werden.»

Miriam träumt von einer glücklicheren Zukunft. «Ich sehe wie Frieden auf Erden herrscht und kein Krieg es wagt, sein hässliches Haupt zu erheben. Deine vielen Ressourcen werden mit Verstand genutzt und der Reichtum, der aus ihnen hervorgeht, wird unter all deinen Bewohnern gerecht verteilt. Güte, Empathie, Glück, Freundschaft, Küsse und Umarmungen gibt es im Überfluss.»

Am Wettbewerb in Spanien dürfen die Kinder von Postangestellten teilnehmen. Miriams Vater arbeitet im Hauptverteilungszentrum von Huesca.



Dritter Preis

Leonardo Silva Brito

Leonardo aus Brasilien gewinnt die Bronzemedaille. Der fünfzehnjährige Brasilianer lobt in seinem Brief die Arbeit von freiwilligen Entwicklungshelfern weltweit.

In seinem Brief erzählt Leonardo, wie er von einer Welt träumt, in der die Menschen jeden Tag freiwillig arbeiten und ihre Zeit und Energie für ihre Nächsten einsetzen. Inspirieren liess er sich dabei von herausragenden Persönlichkeiten von gestern und heute.

«In der Welt, in der ich aufwachsen möchte, hallen berühmte Träume von früher und heute nach: John Lennons Plädoyer für den Frieden, Nelson Mandelas Gesellschaft ohne soziale Schranken, Malala Yousafzais Welt mit Bildung für alle, Martin Luther Kings Gesellschaft, in der Menschen danach beurteilt werden, wer sie sind und nicht nach ihrer Hautfarbe; Mutter Teresas Welt, die von Liebe beherrscht wird, und Chico Mendes' Engagement für den nachhaltigen Umgang mit natürlichen Ressourcen.»

Es ist nicht das erste Mal, dass Leonardo erfolgreich an einem internationalen Schreibwettbewerb teilgenommen hat. Als Schüler an der staatlichen Schule «Carlos Drummond de Andrade in Presidente Médici» gewann er im vergangenen Jahr einen Platz in einem kulturellen Austauschprogramm in den Vereinigten Staaten dank eines Aufsatzes über eine Flussexpedition.

In seinem Brief betont Leonardo, wie wichtig es sei, dass jeder Mensch dazu beiträgt, die Welt zu einem besseren Ort zu machen. «Ich sehe die kumulative Wirkung all dieser kleinen Beiträge und ich verstehe, dass aller Widrigkeiten zum Trotz die Welt, in der ich aufwachsen möchte, auch von mir abhängt – von meinen Händen, meinem Schweiß und meinem Verstand.»



UNO mit ehrgeizigen Zielen für die Post 2015-Agenda

Im Rahmen der von den Vereinten Nationen festgelegten Post 2015-Agenda für nachhaltige Entwicklung spielen die vorgesehenen Postbetreiber eine wichtige Rolle. In der Agenda für die kommenden 15 Jahre wurden 17 nachhaltige Entwicklungsziele formuliert; dazu gehören der Kampf gegen die Armut, die Bekämpfung des Klimawandels und Förderung von Frieden und Eingliederung in den Gesellschaften.

**TEXT:
DAVID
KOCH**

Die UNO-Generalversammlung hat ihre Ziele für die nachhaltige Entwicklung am 25. September verabschiedet. Sie treten an die Stelle der Millennium-Entwicklungsziele für die Periode 2000–2015.

«[Die neue Agenda] reflektiert das allgemeine Streben der Menschheit nach einem Leben in Frieden, Sicherheit und Würde auf einem gesunden Planeten», sagte UNO-Generalsekretär Ban Ki-moon am Gipfel in New York. Die Umsetzung der Post 2015-Agenda wird «wahrhaftes Engagement» der globalen Führungspersonlichkeiten erfordern.

Papst Franziskus, das Oberhaupt der katholischen Kirche, appellierte an die Generalversammlung, dass die

führenden Politiker mutig für Eingliederung, Umweltschutz und Frieden eintreten müssen. «Angesichts der Konflikte überall auf der Welt, die immer mehr Menschen ausschliessen und in Not und Elend treiben, müssen wir für die Zukunft Entscheidungen von globaler Tragweite fällen», sagte er.

Allumfassend

Durch ihren Status als UN-Sonderorganisation legitimiert, schickt sich die UPU an, den Mitgliedsstaaten bei der Erreichung der Entwicklungsziele zu helfen. In seiner Botschaft zum Weltposttag strich Bishar A. Hussein, Generaldirektor der UPU, die wichtige Rolle hervor,

UN-Entwicklungsziele

Der internationale Schreibwettbewerb der UPU ist ein leuchtendes Beispiel dafür, wie die UPU im Rahmen des vierten Entwicklungsziels direkt zur Bekämpfung des Analphabetismus beiträgt.

Jedes Jahr nehmen bis zu zwei Millionen Kinder und Jugendliche an diesem Wettbewerb teil, der schon über vierzig Mal ausgetragen wurde. Erfahren Sie mehr im Artikel ab Seite 20.



Leiterin International Relations, Correos, Spanien



welche die vorgesehenen Postbetreiber weltweit zur Erreichung der Ziele bis 2030 spielen.

«Aufgrund ihrer universellen Struktur ist die Post bestens positioniert, die wirtschaftliche, soziale, finanzielle und digitale Integration der Menschen überall auf der Welt voranzutreiben», sagte er.

Tatsächlich hat sich der Postsektor als robuste Kraft in der Durchsetzung der sozio-ökonomischen Eingliederung und der Handelserleichterungen erwiesen, indem er in den letzten 15 Jahren ein ganzes Spektrum von Projekten vorangetrieben hat, wie einem von Spanien verfassten Positionspapier der UPU zur Post 2015-Agenda zu entnehmen ist (siehe nebenstehendes Interview).

Die Post dürfte auch gut positioniert sein, um die Regierungen bei der Verwirklichung der Nachhaltigkeitsvorhaben im Rahmen der 17 Entwicklungsziele zu unterstützen. Das weitreichende Postnetz, welches rund 640 000 Poststellen weltweit umfasst, ist ein wichtiger Faktor im Kampf gegen die Armut, indem es den Migranten die Möglichkeit bietet, zu erschwinglichen Preisen Geldsendungen an ihre zurückgebliebenen Angehörigen zu überweisen.

Dies sind nur einige Beispiele, wie die vorgesehenen Postbetreiber als wichtiger Partner der Exekutive eine Schlüsselrolle bei der Umsetzung der Post 2015-Agenda übernehmen und so zu Frieden und Integration in einer sich immer schneller verändernden Welt beitragen können. **DK**

Weshalb ist es für die UPU wichtig, die nachhaltigen Entwicklungsziele der UN zu unterstützen?

Die UPU war bereits an der Umsetzung der Millennium-Entwicklungsziele aktiv beteiligt, daher ist das Engagement zugunsten der Post 2015-Agenda die logische Fortsetzung dieser Politik.

Es sprechen mehrere Gründe für eine aktive Beteiligung der UPU. Ich glaube, dass für die UPU als Sonderorganisation der UN die Ausrichtung ihrer Strategie an die globale Agenda der UN als Ganzes Priorität haben muss. Ausserdem verfolgt die UPU eine klare Vision, gemäss welcher der Postsektor als wichtige Komponente der globalen Wirtschaft wahrgenommen werden will.

Und die meisten der Post 2015-Entwicklungsziele sind direkt an die weltweite wirtschaftliche Entwicklung geknüpft. Die globale Agenda der UN bekräftigt, dass die Bekämpfung der Armut heute wohl die grösste globale Herausforderung ist. Armut fördert die Ausgrenzung. Und gerade hier ist das Postnetz mit seinen innovativen Dienstleistungen, dem integrierten Poststellennetz und der Eingliederungsstrategie ein sehr wirkungsvolles Instrument für die Reduktion von sozialen, wirtschaftlichen und nationalen Gefällen. Die Agenda bietet der UPU die einmalige Chance, nicht nur ihre wirtschaftliche Rolle, sondern auch ihre Funktion als Katalysator für die soziale, ökonomische und nationale Kohäsion ihrer Mitgliedsstaaten zu demonstrieren.

Überdies wird das Einbringen des Postnetzes als wichtiges Instrument für die Erreichung der nachhaltigen Entwicklungsziele dazu führen, dass die wichtige Rolle, welche die UPU und der Postsektor spielen, Anerkennung findet und neue Investitionsquellen erschlossen werden.

Wie gut ist der Postsektor aufgestellt, um die Regierungen bei der Erreichung der nachhaltigen Entwicklungsziele zu unterstützen?

Der Postsektor verfügt gegenüber den anderen Sektoren einen grossen Vorteil: Mit rund 640 000 Poststellen in 192 Ländern, ist er derjenige Sektor mit dem am feinsten verzweigten Netz und der grössten Präsenz weltweit. Die Post ist überall präsent, ob im weit abgelegenen Weiler in Kenia oder in der von Menschen wimmelnden Hauptstrasse Mumbais. Die Postangestellten wissen genau über die Bedürfnisse der lokalen Bevölkerung Bescheid.

Die Entwicklungsziele bieten wiederum Gelegenheit, die UPU als Synergieplattform ins Spiel zu bringen.

Die Post hat schon oft mit Erfolg demonstriert, dass das Postnetz nicht «bloss» der Zustellung von Briefen und Paketen dient, sondern dass es auch für Finanzdienstleistungen wie die Auszahlung von Darlehen und Stipendien genutzt werden kann, damit alle Kinder Zugang zu Schulbüchern und Computern erhalten. Zudem werden über das Postnetz auch Medikamente und Gesundheitsberatungen vertrieben oder der Handel erleichtert. Welch andere Branche vereint so viele unterschiedliche Dienstleistungen unter einem Hut? **FM**

4 QUALITY EDUCATION



5 GENDER EQUALITY



6 CLEAN WATER AND SANITATION



10 REDUCED INEQUALITIES



11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES



12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION



16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS



17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS





Post fördert globalen Handel

Mit einem verbesserten grenzüberschreitenden Zustellservice soll der globale Handel angekurbelt werden. So lautet die Botschaft an die Delegierten der Global Trade Facilitation Conference, die von der UPU im November ausgerichtet wurde.

TEXT:
CLARE O'DEA

Die Redner an der zweitägigen Konferenz, die im UPU-Hauptquartier stattfand, bezeichneten den internationalen Handel als wichtiges Element für die wirtschaftliche Entwicklung und als goldene Chance für die Post als Erbringerin qualitativ hochwertiger grenzüberschreitender Dienstleistungen.

«Handelserleichterungen, mehr administrative Effizienz, Kostenreduzierungen, schnellere Markteinführung und bessere Prognosefähigkeit sind wichtiger denn je», sagt UPU-Generaldirektor Bishar A. Hussein in seiner Ansprache zur Eröffnung der Konferenz.

Er identifizierte verschiedene Faktoren, die für bestehende Ineffizienzen verantwortlich sind, u.a. zu wenig transparente Regelungen und Richtlinien, überflüssige und langwierige Abwicklungsprozesse und eine unübersichtliche Vielzahl einzureichender Dokumente.

«Die UPU und die Regierungen können zu Handelserleichterungen beitragen, indem sie Vorgehensweisen und Informationsflüsse vereinfachen, standardisieren und harmonisieren», meint er.

Nachlassender Handel

Die globale Handelstätigkeit fiel nach der Finanzkrise 2010 auf einen Tiefpunkt. Seither vermochte das Wachstum nicht mehr an das Vorkrisenniveau anzuknüpfen. In den Jahren 2012 und 2013 nahm der Welthandel um rund 3% zu, wohingegen er vor der Krise durchschnittlich um 7,1% gewachsen war.

Handelserleichterungen seien ein wichtiges Instrument, um diesem Rückgang zu begegnen, so Marcus Bartley Johns, Experte für Handel und Wettbewerb bei der Weltbank. Er nennt die Wichtigkeit eines beschleunigten grenzüberschreitenden Warenverkehrs. Die Russische Föderation sei ein gutes Beispiel dafür, wie Handelserleichterungen umgesetzt würden. Dank besserer gesetzlicher Grundlagen, ICT-Systeme und organisatorischer Strukturen sowie effizienteren Managements

der Humanressourcen konnte Russland die Zollabfertigungsdauer um 60% senken. Die zur Kontrolle ausgewählten Importanmeldungen gingen von 30 auf 5% zurück, während nicht energiebezogene Exporterklärungen von 15 auf 3% sanken und gleichzeitig die Kontrollergebnisse verbessert wurden. Doch die beeindruckendste Verbesserung betrifft die Zeitspanne zwischen Einreichung einer Zollanmeldung und Ausstellung der Freigabeerklärung, diese konnte um 83% verkürzt werden.

Verbesserungen dieser Art können sich auf die ökonomische Entwicklung auswirken. So waren laut Bartley in Ländern, denen es gelungen ist, die Armut massgeblich zurückzudrängen, Handelserleichterungen ein zentrales Element der Entwicklungsstrategie.

«Kein Land erzielt nachhaltiges Wachstum und Rückgang der Armut, ohne sich in die globale Wirtschaft zu integrieren», weiss er und fügt hinzu, dass der zeiteffiziente grenzüberschreitende Warenverkehr elementar wichtig sei, um ausländische Direktinvestitionen anzulocken.

Erleichterung des Handels

Auch Jan Hoffman von der Konferenz der Vereinten Nationen für Handel und Entwicklung (UNCTAD) lässt nicht nach, auf die Bedeutung von kontinuierlichen, standardisierten Handelsprozessen hinzuweisen. «Was will der Handel? Er will einfache Prozesse», sagt Hoffman, der auch die Sektion für Handelserleichterungen der UNCTAD leitet.

«Er will einen einzigen Kontrollpunkt für alle öffentlichen Dienstleistungen, standardisierte Formulare und vor allem: keine Ungewissheit.»

Er hob auch die Veränderungen im Wesen des globalen Handels hervor. Im Gegensatz zu den vergangenen Jahren sind die Entwicklungsländer heute ein wichtiger Faktor in der globalisierten Produktion. Waren sie früher

nur im Export von Rohstoffen und Import von gefertigten Gütern tätig, importieren sie heute ebenfalls Rohstoffe und exportieren sie diese Güter. Es wird eine neue Geographie des Handels geschrieben, in welcher der Süd-Süd-Handel immer wichtiger wird.

Wichtige Herausforderungen

In Brasilien habe die Politik zur Bekämpfung der Armut eine grosse Gruppe von Verbrauchern hervorgebracht, die jetzt auch am Handel beteiligt sei, so Vantuyl Barbosa Jr., Corporate Manager für internationale Beziehungen bei Correios, dem brasilianischen Postanbieter. Die Anzahl E-Shopper hat in Brasilien von 2009 bis 2014 von 17,6 auf 61,6 Millionen zugenommen.

Doch Importen würden Steine in den Weg gelegt, meint Barbosa. So betrüge die Zustellzeit für internationale Postsendungen im Dezember 2014 durchschnittlich 42 Tage. «Das verärgert nicht nur Kunden, sondern auch die internationalen Käufer», weiss er.

Es braucht ein neues Modell für den Warenimport, u.a. elektronische Datenerhebung beim Importeur, aber auch elektronische Zollerklärungen und Risikoanalyse. «Wir müssen die Zustellzeiten internationaler Sendungen senken», betont er.

Riesige Chance

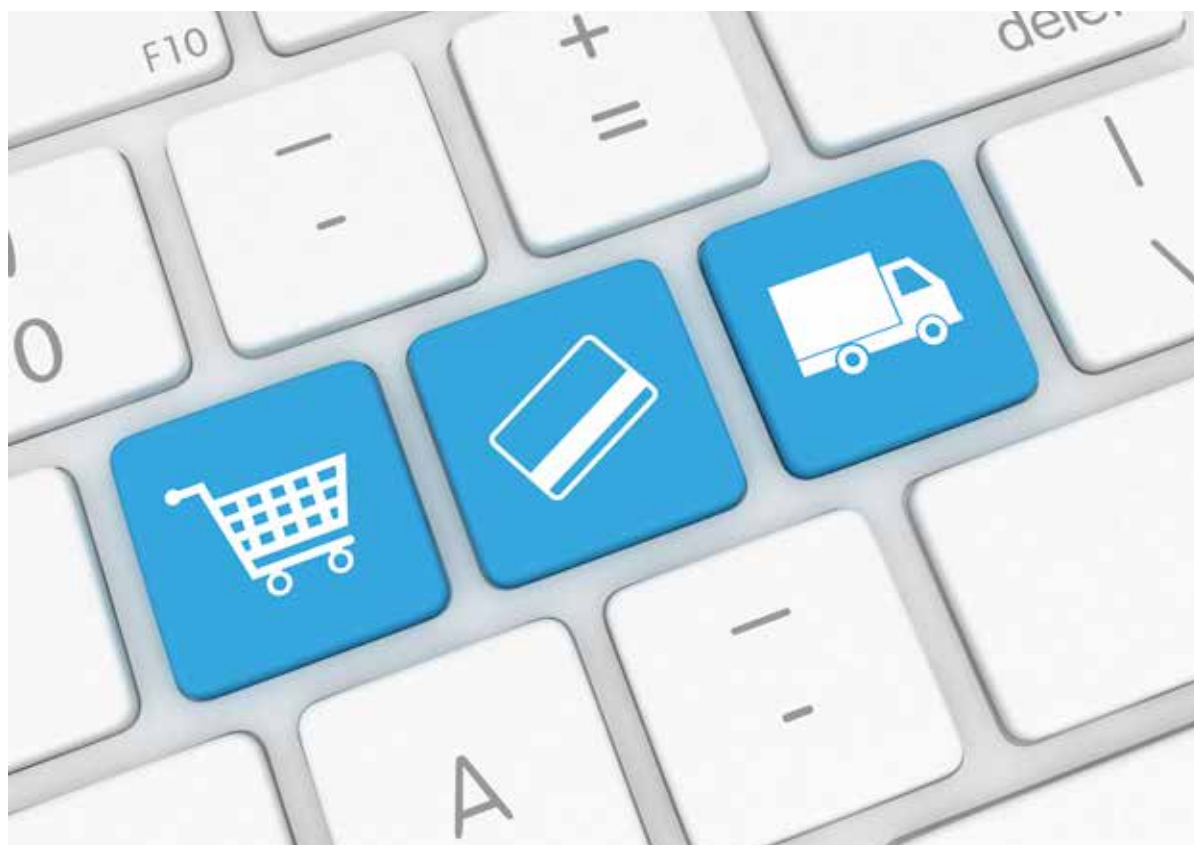
Wenn die Postbetreiber eine zuverlässige, erschwingliche, schnelle und nachverfolgbare grenzüberschreitende Zustellung garantieren könnten, hätten sie die Riesenchance, sich im E-Commerce-Markt erfolgreich zu etablieren, gibt sich Stefan Krawczyk, Head of Government Relations bei eBay, überzeugt.

«Trotz der Schwierigkeiten bei der Zustellung sind die KMUs mehr als gewillt, private Paketdienste links liegen zu lassen und die ihnen vertrauten lokalen Postbetreiber mit dem Versand zu betrauen», versichert Krawczyk den Konferenzteilnehmern.

Er hat festgestellt, dass 93% der Unternehmen in Europa, die eBay nutzen, auch im grenzüberschreitenden Handel tätig sind. In der Mehrzahl handelt es sich dabei um Kleinstbetriebe mit weniger als 10 Mitarbeitenden. Effiziente Postdienstleistungen seien gemäss Krawczyk das A und O eines modernen Handelsregimes.

«Diese international tätigen Kleinstunternehmen sind auf Ihre Hilfe angewiesen», beschwört er die Konferenzteilnehmer.

Dieser Appell eines Vertreters einer der weltweit grössten E-Commerce-Plattformen zeigt die Bedeutung der Postdienstleistungen im dynamischen und aufstrebenden Marktumfeld des E-Commerce. **co**



Grundstein für Zustellung per Paketdrohne gelegt

Einige Postbetreiber testen neueste Technologien, um Pakete rascher zustellen zu können. Insbesondere Drohnen scheinen Teil der Innovationswelle zu sein.

TEXT:
CATHERINE
MCLEAN

An einem heissen Julitag stellte die Schweizerische Post jene Drohnentechnologie der Öffentlichkeit vor, welche einst für Lieferungen im medizinischen Umfeld eingesetzt werden könnte. Während die Postbetreiberin einräumt, dass die breite kommerzielle Nutzung von Drohnen noch mindestens fünf Jahre auf sich warten lasse, möchte die Schweizerische Post bereits heute die neue Technologie testen und ihre mögliche Nutzung ausloten. Sie ist nicht das einzige Unternehmen, das Drohnen genauer unter die Lupe nimmt. Der finnische Postbetreiber Posti hat kürzlich ebenfalls vier Tage lang Tests mit Drohnen durchgeführt, während die französische La Poste diesen Sommer bereits das zweite Jahr in Folge Drohnentests durchführte. Es ist noch nicht lange her, da wurden Zustellungen per Drohne als Fantastereien abgetan. Heute tendieren indes einige Postbetreiber dazu, die Technologie zu prüfen, um so nicht Gefahr zu laufen, ins Hintertreffen zu geraten, falls die Zustellung per Paketdrohne tatsächlich durchstarten sollte.

«Wir möchten die verschiedenen Zustellungsmöglichkeiten, die in Finnland umsetzbar sind, ausprobieren und die Entscheidungsfreiheit der Kunden erhöhen», erklärte Jukka Rosenberg, Senior Vizepräsident Paket- und Logistik-Services bei Posti, in einer kürzlich abgegebenen Stellungnahme.

Es ist nicht mehr eine Frage der technischen Ausgereiftheit – Drohnen sind eindeutig flugtauglich. Die Schweizerische Post führte ihre Tests auf einem kleinen Flugplatz in der Nähe von Neuenburg durch, umgeben von Feldern und Wäldern. Kurz war das Summen der Drohne zu hören, als sie mit einem Päckchen beladen abhob und sich auf den Weg zu ihrem Bestimmungsort machte, wo sie kurz in der Luft stillschwebte, bevor sie unversehrt aufsetzte.

Sicherheitsfragen

Zweifellos gilt es noch einiges zu verbessern, bevor Paketdrohnen tatsächlich abheben. Als grösste technische Herausforderung erweist sich die Betriebsdauer der Batterien. Zudem bestehen ernsthafte Sicherheitsbedenken, denn Menschen könnten verletzt werden oder die Drohnen beschädigen, wenn sie ihnen zu nahe kommen. GeoPost von La Poste arbeitet derzeit an diesen Sicher-

heitsfragen. Im Juli gab das Unternehmen bekannt, dass es in Zusammenarbeit mit SAS Atechsys ein sicheres Zustellungsterminal für Drohnen entwickelt, welches Beladung, Start und Landung umfasst.

Auch die gesetzlichen Rahmenbedingungen in Bezug auf Drohnen müssen so rasch als möglich von staatlicher Seite angegangen werden. Regulierungsbehörden auf der ganzen Welt haben erst gerade begonnen, die Vorschriften und Bedingungen festzulegen, unter welchen Drohnen für kommerzielle Zwecke eingesetzt werden dürfen.

«Ich gebe zu, wir haben noch einen langen Weg vor uns», meinte Dieter Bambauer, Leiter PostLogistics bei der Schweizerischen Post anlässlich der Pressekonferenz im Juli.

Technologie als Ergänzung

Postbetreiber sind sich über den genauen geschäftlichen Nutzer dieser neuen Technologie noch nicht einig. Ein entscheidender Faktor werden die Grössenbeschränkungen sein: Drohnen eignen sich besonders für leichte Ladungen. Die Drohnen vom Typ Matternet ONE, welche die Schweizerische Post testet, können beispielsweise Pakete von bis zu einem Kilogramm schwer bis zu 20 Kilometer weit transportieren. Die Drohnen von GeoPost beförderten ein Paket, das drei Kilogramm wog.

«Viele denken, dass die Drohnen den Briefträgern die Arbeit wegnehmen würden», räumte Andreas Raptopoulos, CEO von Matternet, anlässlich der Pressekonferenz der Schweizerischen Post im Juli ein. «Ich betrachte es als Ergänzung. Ich glaube, die Anwendungen, die Drohnen ermöglichen, werden ganz andere sein.»

«Es geht darum, dieses Neuland zu erforschen, eine führende Rolle einzunehmen und zu verstehen, wie das System funktioniert», fügte Raptopoulos hinzu.

«Es stehen noch viele Fragen offen.»

Laut der Schweizerischen Post werden die Drohnen vor allem in Nischenbereichen eingesetzt werden. Sie könnten beispielsweise für Lieferungen in Gebiete verwendet werden, welche von Überschwemmungen oder Erdbeben betroffen sind. Drohnen sind zudem in der Lage, in schwer erreichbare Gebiete vorzudringen trotz natürlicher Hindernisse wie Berge oder grosse Gewässer.



Die Drohne der Schweizerischen Post hebt ab (Bild: Schweizerische Post).

Andere Postbetreiber sehen das ähnlich. GeoPost hat den Einsatz von Drohnen in Notfallsituationen oder unwegsamem Gelände untersucht. Der Paketdienst von Deutsche Post DHL hat die Drohnenzustellung von Medikamenten auf die Nordseeinsel Juist getestet. Zwischen September und Dezember wurden rund vierzig Drohnenvflüge mit den so genannten DHL-Paketkoptern durchgeführt. «Mit dieser Art der Zustellung können wir strukturelle Lücken in dünn besiedelten oder abgeschiedenen Gebieten wie Inseln schliessen», erklärte Dunja Kuhlmann, Sprecherin für Deutsche Post DHL, in einer E-Mail. «Wir haben aber noch keine konkreten Pläne für den Einsatz der DHL-Paketkopter in der herkömmlichen Zustellung.»

Momentan zählt der Gesundheitsbereich zu den vielversprechendsten Kundensegmenten für Drohnen. Maternet arbeitete zusammen mit der Regierung Bhutans an einem Projekt zur Auslieferung von Medikamenten

quer durchs ganze Land. Die Schweizerische Post könnte Drohnen einsetzen, um Bewohner von abgeschiedenen Gebieten regelmässig mit Medikamenten zu versorgen oder hochprioritäre Laborproben zu transportieren.

«In der frühen Entwicklungsphase bedeuten die hohen Technologiekosten und der Einsatz in kleinem Rahmen, dass sich das Angebot auf Güter von höchstem Wert beschränken wird», erläutert Oliver Evans, Chief Cargo Officer der Swiss International Air Lines, welche mit der Schweizerischen Post für die Drohnentests zusammenarbeitete. «Dieser Bereich der Technologie interessiert die Pharma- und Gesundheitsindustrie am meisten, denn sie sind auf eine sichere, rasche und verlässliche Beförderung angewiesen.»

«Im Laufe der Zeit werden die Entwicklungskosten markant zurückgehen. Dann werden sicherlich auch andere Anwendungsbereiche interessanter werden», fügte er hinzu. **CM**



DIE FINNISCHE POSTDROHNE IM EINSATZ

<https://www.youtube.com/watch?v=712Pt2x8ixQ>

Japan Post geht an die Börse

Japan Post Holdings Co. und die ihr angeschlossenen Bank- und Versicherungsunternehmen legten beim Gang an die Tokioter Börse im November einen guten Start hin. Dies ist vielversprechend für das Vorhaben der Regierung, 4 Billionen JPY (32,9 Milliarden USD) für den Wiederaufbau der vom grossen Erdbeben vom März 2011 verwüsteten Gebiete in Nordostjapan aufzubringen.

TEXT:
JULIAN RYALL
IN TOKYO

Der Börsengang ist der grösste in Japan seit 1987, als die Nippon Telegraph and Telephone Corp abgestossen wurde, und der weltweit bedeutendste Börsengang im Postsektor, der je durchgeführt wurde. Er bildet zudem den Höhepunkt eines 2005 vom damaligen Premierminister Junichiro Koizumi in Gang gesetzten Prozesses, der immer wieder in der Kritik stand.

Die ersten Zahlen waren positiv: Am ersten Handelstag erreichte Japan Post Holdings einen Höchstwert von 1631 JPY (13.40 USD) bei einem Erstemissionspreis von 1400 JPY und Japan Post Bank einen Höchstwert von 1680 JPY bei einem Ausgabepreis von 1450 JPY. Die Japan Post Insurance Co. schnitt jedoch am besten ab: Die Aktie wurde am ersten Tag kurz nach 10 Uhr morgens zu einem Preis von 2929 JPY gehandelt, wobei der Erstemissionspreis 2200 JPY betragen hatte.

Wirtschaftsreformen

In Premierminister Shinzo Abes Wirtschaftsreformen, den so genannten «Abenomics», spielt der Börsengang eine Schlüsselrolle: Die Regierung hofft, das Abstossen des Postbetreibers werde zu einem positiven Wirtschaftskreislauf führen, in dem private Ersparnisse von Bankkonten in Investitionen in den Aktienmarkt verlagert werden.

Die Privatisierung des gewinnbringendsten Bereiches von Japan Post sei umfassender als alles, was jemals zuvor im Postsektor in Angriff genommen wurde, erklärt Marie-Odile Pilley, ehemalige Wettbewerbsanalystin in der Europäischen Kommission und Expertin für Entwicklung und Finanzdienste bei der Universal Postal Union. Andere Länder hätten unterschiedliche Erfahrungen gemacht, betont sie.

«Die Deutsche Post wurde schrittweise privatisiert und wurde aufgrund ihrer Post- und Logistikkompetenzen zu einem weltweit erfolgreichen Unternehmen. Dieser Bereich ist in Japan wegen der starken Konkurrenz von China Post im internationalen Geschäft eher schwach ausgebildet», erklärt Pilley.

Für den belgischen Postdienst und Singapore Post sei es ähnlich gut verlaufen, obwohl ein direkter Vergleich im Falle von Singapur schwierig sei, da ein Grossteil des Unternehmens indirekt immer noch im Besitz des Staates läge, gibt sie zu bedenken. In Argentinien war die Privatisierung hingegen kein Erfolg, derweil Deutsche Post

und der niederländische Postbetreiber sich von ihren Finanzdienstleistungsgeschäften trennten.

Die Erfahrungen in Portugal bleiben weiterhin unbekannt, obwohl der Börsengang erfolgreich zu sein scheint. Die Privatisierung von Poste Italiane verlief jedoch nicht ganz reibungslos, da das Postgeschäft im Vergleich mit den Finanzdiensten als schwach beurteilt wird.

Blick nach vorn

Zur Zukunft des japanischen Postdienstes äussert man sich besorgt: Der Sektor ist aufgrund des raschen Wachstums der elektronischen Kommunikationsmittel und der alternden und schrumpfenden Bevölkerung Japans rückläufig. Nach Ansicht von Analysten muss der Postdienst für das 21. Jahrhundert an Relevanz gewinnen. Naoyuki Yoshino, emeritierter Professor an der Keio Universität und Präsident von Premierminister Abes Financial Systems Council, gibt zu, dass beispielsweise die physischen Postdienste in den entlegenen Gebieten Japans gefährdet sind, aber er ist der Meinung, dass der Postdienst sich den Tatsachen der heutigen Zeit anpassen muss.

«Ich habe vorgeschlagen, dass nicht zwingend in jeder Gemeinde des Landes ein herkömmliches Postamt betrieben werden müsse. Stattdessen könnte ein Postfahrzeug als mobiles Postamt dienen und in jedem Dorf an einem Tag in der Woche halt machen», erklärt er.

Eine andere Funktion, die das Postamt der Zukunft übernehmen könnte, wäre die eines Vertriebskanals für Produkte aus dem Private-Banking-Sektor wie Anleihen, Aktien und Versicherungsprodukte.

Analysten zufolge braucht es operative Verbesserungen im Postgeschäft des Postbetreibers sowie Massnahmen, um den Kundenanforderungen in den Vermögensverwaltungsgeschäften der beiden Finanzeinheiten besser gerecht zu werden. Sie verweisen dabei auf den von der Japan Post Holding prognostizierten Rückgang des Nettogewinns um 23,2% bis März 2016.

Das Postunternehmen bleibt jedoch weiterhin ein Wirtschaftsgigant: Mit 237 000 Angestellten in ganz Japan, einem Umsatz von 152 Milliarden USD im Jahr 2014 und einem Gesamtkapital von 2,84 Billionen USD steht es auf Platz 13 der Rangliste «Fortune Global 500», einer Liste der umsatzstärksten Unternehmen der Welt.

JR



BELGIEN

BPOST hat in Antwerpen einen neuen Online-Lebensmittellieferdienst lanciert. Die Kunden können ihre Bestellungen bei beteiligten Händlern unter www.combo.be aufgeben. Die Lieferkosten betragen 9.95 EUR für Zustellungen am nächsten Tag, in manchen Fällen sogar am selben Tag.

CHINA

Der chinesische Online-Gigant **ALIBABA** weitet seine Präsenz auf den europäischen Markt aus. Das Büro in London wird zur europäischen Zentrale ausgebaut und in Mailand, Italien, wird ein Länderbüro eröffnet. Weitere Standorte in Frankreich und Deutschland werden folgen.

DÄNEMARK/SCHWEDEN

In ihrem Zwischenbericht für die Geschäftsperiode Januar bis September 2015 erklärt **POSTNORD**, das Unternehmen sei «immer noch auf dem richtigen Weg, aber in einer Welt mit immer grösseren Herausforderungen». Der Nettoumsatz für Januar bis September sank von 29,350 Mrd. SEK in der Vorjahresperiode auf 28,917 Mrd. SEK (3,4 Mrd. USD), während die bereinigten operativen Ergebnisse leicht angestiegen sind auf 426 Mio. SEK.

DEUTSCHLAND

DEUTSCHE POST hat mit der Lancierung des POSTID-Portals ihr Portfolio mit Identitätsmanagementdiensten erweitert. Kunden von Unternehmen, die POSTID verwenden, können ab jetzt ihre postrelevanten Identifizierungsprozesse, darunter der neue, ausschliesslich digital verfügbare Prozess, auf einer einzigen Plattform abwickeln.

FINNLAND

POSTI GROUP liess verlauten, dass der Nettoumsatz für das dritte Quartal 2015 373,5 Mio. EUR betrug, 14,2% weniger im Vergleich zur Vorjahresperiode. Über die ersten drei Quartale (Januar bis September 2015) hinweg betrachtet, ging der Nettoumsatz der Gruppe um 11,1% auf 1,2 Mrd. USD zurück. Das Paketvolumen verzeichnete ein Wachstum von 4% und die zugestellten Briefvolumen haben wie erwartet weiterhin abgenommen. Die Ergebnisse für das dritte Quartal wurden in derselben Woche bekanntgegeben, als hunderte Postangestellte ihre Arbeit in Helsinki, Vantaa, Turku, Oulu, Jyväskylä, Kemi und Seinäjoki niederlegten, um gegen die Beschäftigung von Zeitarbeitnehmern durch Posti zu demonstrieren.

INDIEN

AMAZON INDIA hat Indiens ersten integrierten Zahlungs- und Logistikservice für E-Commerce-Webseiten vorgestellt. Die Kunden haben so die Möglichkeit, auf der Webseite von Verkäufern und Markenanbietern ihr Amazon-Konto zu verwenden, auf eine Reihe von Zahlungsmöglichkeiten, unter anderem Nachnahme, zurückzugreifen und ihre Einkäufe über das Zustellnetz von Amazon geliefert zu bekommen.

Amazon India bietet seinen Zustellungspartnern Fahrzeugkredite ohne Anzahlung an. Mit diesem Angebot können Zustellungspartner sich Darlehen sichern, um ihre zweirädrigen Fahrzeuge gegen den Minitruck «Jeeto» des Herstellers Mahindra auszutauschen.

Das Pilotprojekt startet zunächst in Hyderabad und wird auf Amazon-Lieferpartner im ganzen Land ausgeweitet. Profitieren von diesem Angebot können Partner in Hyderabad, die seit mindestens fünf Monaten mit dem Unternehmen zusammenarbeiten.

ITALIEN

Die italienische Regierung hat den Börsengang von **POSTE ITALIANE** eingeleitet. Eine Investoren-Roadshow fand im Oktober statt, ebenso wie ein Aktienverkauf für die Postangestellten. Das Finanzministerium gab bekannt, dass eine Beteiligung von rund 38% angeboten würde. Der Initialwert des Unternehmens wird auf 8,8 Mrd. EUR geschätzt.

KANADA

Nach dem jüngsten Wahlsieg der Liberalen Partei kündigte **CANADA POST** an, das Programm zur Umstellung von Tür-zu-Tür-Zustellung auf Gemeinschaftsbriefkästen vorläufig auf Eis zu legen.

Laut dem Postbetreiber seien Bemühungen im Gange, das Programm ordnungsgemäss zu unterbrechen. Landesweit sind rund 460 000 Adressen betroffen, die derzeit auf Gemeinschaftsbriefkästen umgestellt werden. Alle auf November und Dezember 2015 angesetzten und für 2016 angekündigten Umstellungen wurden gestoppt.

Canada Post hat im Rahmen eines neuen Konzepts ein Drive-in- und Paketabholgeschäft in Richmond Hill, Ontario, eröffnet, das auf die Bedürfnisse von Online-Käufern ausgerichtet ist. In der Selbstbedienungszone befinden sich Paketschalter, an denen Kunden ihre Rücksendungen aufgeben können.

Canada Post stellt in Kanada derzeit zwei von drei E-Commerce-Pakete zu und wittert in diesem Bereich grosses Wachstumspotenzial.

KATAR

Q-POST lanciert anfangs 2016 ein Pilotprogramm für Paketschliessfächer. Firmenchef Faleh Al-Naimi erklärt, Q-Post werde zusätzliche Zustellorte wie Einkaufszentren, Wohngebiete und Campus anbieten, um «das Online-Einkaufserlebnis zu fördern».

KENIA

Das kenianische Postunternehmen **POSTA KENYA** hat mit dem E-Commerce-Anbieter Kili-Mall eine Vereinbarung unterzeichnet, die es Online-Kunden ermöglichen wird, das nationale Postnetzwerk mit rund 600 Postämtern zu benutzen, um Bestellungen aufzugeben und Pakete abzuholen. Im Juni hat Posta Kenya bereits eine Absichtserklärung mit Jumia, einem weiteren Online-Portal, unterzeichnet, wodurch dessen Online-Kunden Postämter als Abholstellen wählen können.

KROATIEN

Die **KROATISCHE POST** setzt auf Grün: Anstelle von Mopeds sollen sich die Zustellungsmitarbeiter einer Flotte von 180 E-Bikes bedienen. Das Unternehmen ist überzeugt, dass die Umstellung auf E-Bikes sowohl Kosten als auch CO₂-Emissionen senken wird. Die elektrischen Fahrräder erreichen eine Höchstgeschwindigkeit von 25 km/h und verfügen über eine Reichweite von mindestens 60 km.

KUBA

Im Anschluss an die Wiederaufnahme der diplomatischen Beziehungen zwischen den Vereinigten Staaten und Kuba im Juli soll laut amerikanischen Quellen der direkte Postdienst zwischen den beiden Ländern bis Ende Jahr eingeführt werden. Berichten zufolge werden die USA und Kuba mit einem Pilotpostprogramm beginnen, bei dem von den Flughäfen Miami und Havanna aus operiert werde. Die direkte Postverbindung zwischen den beiden Ländern wurde 1963 eingestellt, wobei Briefe und Pakete über Drittländer wie Kanada oder Mexiko versandt werden können.

LITAUEN

BALTIC POST, ein Tochterunternehmen von Lithuania Post, erweitert ihr Netzwerk von LP EXPRESS Selbstbedienungspaketterminals von 71 auf 80. Die neuen Terminals werden in grossen Einkaufszentren eingerichtet. Das

Unternehmen beabsichtigt weiter, bestehende Terminals mit neuen Paketfächern auszustatten. 2015 hat sich die Zahl der Postsendungen, die über die Selbstbedienungsterminals versendet und abgeholt werden, mehr als verdoppelt. Kunden können die Terminals nutzen, um Pakete an Adressen in Litauen sowie in 22 weiteren europäischen Länder zu versenden.

MALAYSIA

POS MALAYSIA verzeichnet weiterhin ein Wachstum bei ihren Kurierdienst-, Express- und Paketgeschäften. Für das erste Quartal des laufenden Geschäftsjahres, das am 30. Juni 2015 zu Ende ging, meldete Pos Malaysia einen Reingewinn von 22,7 Mio. MYR (5,2 Mio. USD), 16% weniger als in der Vorjahresperiode. Der Umsatz nahm hingegen um 6% zu auf 390,37 Mio. MYR, hauptsächlich dank der grösseren Volumen im Güterumschlagsgeschäft und im Briefpostsegment.

NEUSEELAND

NEW ZEALAND POST wird für weitere 6% ihrer Kunden auf dem Land die Zustellungsdienste von sechs auf fünf Tage pro Woche kürzen, wodurch sich der Gesamtanteil der Kunden in ländlichen Regionen, die von einem eingeschränkten Service betroffen sind, auf 16% bezieht. Rückläufige Briefvolumen waren verantwortlich dafür, dass die Vereinbarung zwischen New Zealand Post und der Regierung 2013 dahingehend angepasst wurde, dass Zustellungen in ländlichen Gebieten auf fünf Tage reduziert werden dürfen.

SINGAPUR

SINGPOST, der offizielle Postbetreiber von Singapur, erstet einen Anteil von 96,3% an TradeGlobal, einem US-amerikanischen Unternehmen, das End-to-End (E2E) E-Commerce-Lösungen für Mode-, Beauty- und Lifestyle-Marken anbietet.

Zudem sicherte sich SingPost in einer zweiten E-Commerce-Akquisition die Mehrheit an Jagged Peak, einem Unternehmen im Bereich E-Commerce-Softwarelösungen und Lieferketten-tendienste. Es verfügt über Lagerhallen an über 20 Standorten in den USA.

SingPost darf zudem von sich behaupten, der erste Postdienst zu sein, der erfolgreich ein unbemanntes Luftfahrzeug – eine Drohne – für eine authentifizierte Punkt-zu-Punkt-Zustellung eingesetzt hat. Der Versuch für eine Brief- und Paketzustellung per Drohne fand zwischen den Orten Lorong Halus und Pulau Ubin in Singapur statt, die ein fünfminütiger Flug voneinander trennt. Der zwei Kilometer lange Testflug führte

einen Brief sowie ein Paket mit einem T-Shirt mit.

SingPost entwickelt derzeit das erste Shopping-Center Singapurs, das eine komplette Reihe von E-Commerce-Logistiklösungen anbietet. Gemäss SingPost wird das neue Einkaufserlebnis im Singapore Post Centre «Online-Händler und herkömmliche Offline-Läden unter einem Dach vereinen».

Das Online-Einkaufen über E-Händler beinhaltet unter anderem das Online-Bestellen im Laden und vermehrte Flexibilität bei Zustellungs- und Abholzeiten. Das Einkaufszentrum wird seine Tore voraussichtlich Mitte 2017 öffnen.

ST KITTS UND NEVIS

Das **GENERAL POST OFFICE** führt einen neuen Postfachservice ein. Dieser erlaubt es den Bewohnern von St. Kitts und Nevis, online einzukaufen, ihre Einkäufe an eine Adresse in den USA zu versenden und anschliessend auf die Inseln liefern zu lassen. Der General Post Office Package and Cargo Service beziehungsweise GPO PAC hatte seine Testphase erfolgreich abgeschlossen, bevor der Dienst im Oktober offiziell vorgestellt wurde.

VEREINIGTES KÖNIGREICH

Die britische Regierung hat alle ihre Anteile an **ROYAL MAIL** veräussert – eine Beteiligung von 13% im Wert von 591 Mio. GBP (894,6 Mio. USD) – und den verbleibenden Anteil von 1% an die Postangestellten übergeben. Dieser Verkauf hat zur Folge, dass Royal Mail zum ersten Mal in ihrer 500-jährigen Geschichte nun vollständig in privater Hand ist. Den Angestellten von Royal Mail gehören nun 12% des Unternehmens.

Ausserdem hat Royal Mail ihr Local-Collect-Netzwerk mit neuen Abholstellen an 1222 Royal-Mail-Anlieferstellen erweitert. Amazon werde als erstes vom erweiterten Local-Collect-Netzwerk Gebrauch machen, so Royal Mail. Local Collect ist bereits in rund 10 500 Postämtern verfügbar. Royal Mail lancierte den Local-Collect-Dienst 2013 in Zusammenarbeit mit The Post Office.

VEREINIGTE STAATEN

ETSY hat in Zusammenarbeit mit Postmates in New York ein Pilotprojekt für eine «Zustellung am selben oder darauffolgenden Tag» lanciert: Etsy ASAP. Der Dienst wird von teilnehmenden Verkäufern für Käufer in Manhattan und in Teilen von Brooklyn und Queens zu einem Festpreis von 20 USD angeboten, ungeachtet des

Inhalts oder des Bestimmungsorts der Bestellung.

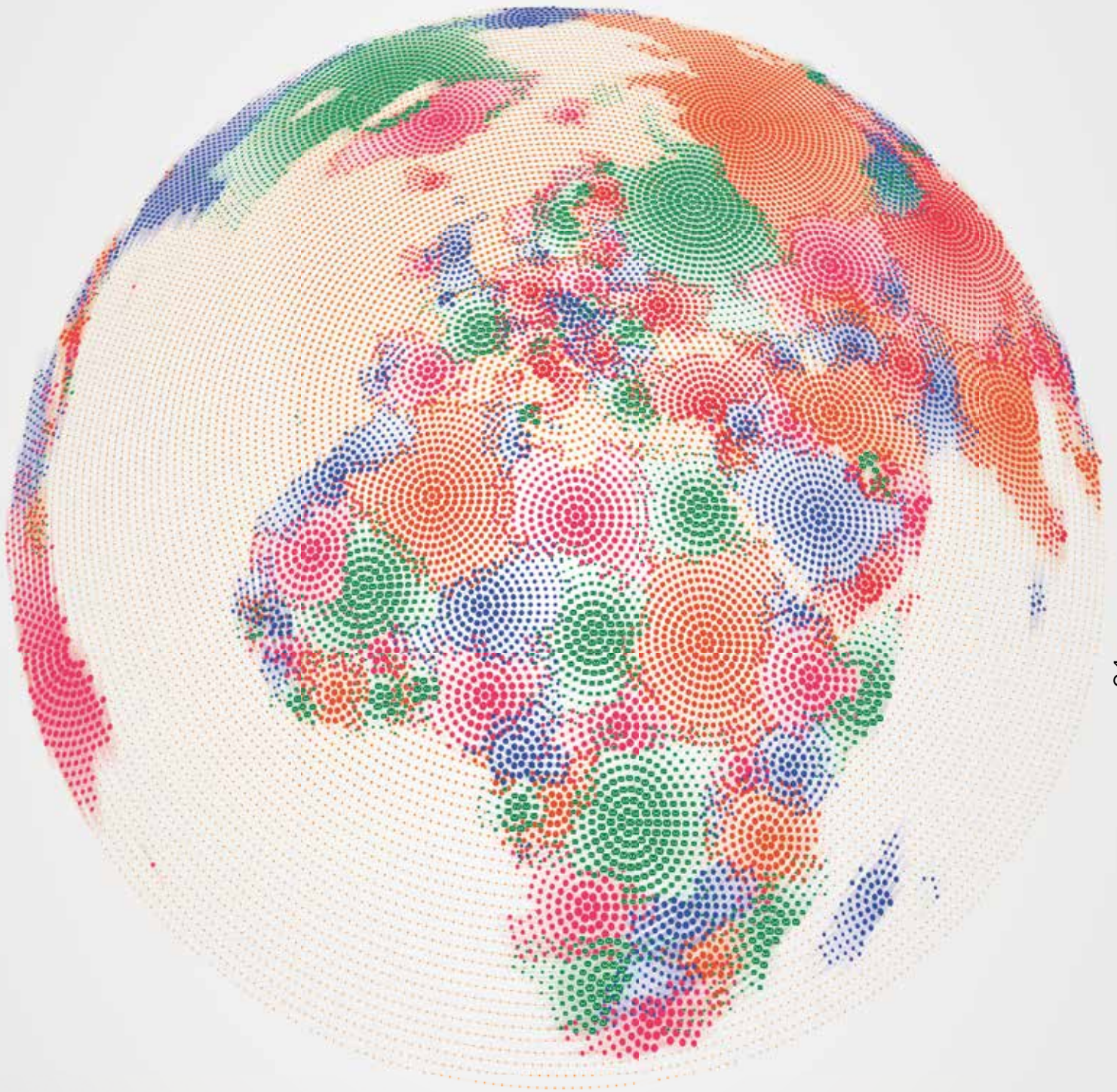
Alibabas Logistikpartner **CAINIAO** und der **UNITED STATES POSTAL SERVICE (USPS)** haben sich zusammengeschlossen, um «neue internationale Versandlösungen zu entwickeln und die Logistikerfahrung und den Service für Käufer und Verkäufer im grenzüberschreitenden E-Commerce zu verbessern». Ziel der Zusammenarbeit zwischen den beiden Unternehmen ist es, die Zustellung von über AliExpress verkauften Waren an Kunden in den USA zu beschleunigen, während der USPS Cainiao dabei unterstützen wird, seine Liefernetzwerke weltweit und insbesondere in Südamerika auszubauen.

Der Online-Riese **EBAY** stellt einen neuen Lieferzeitmassstab sowie Änderungen der Rückgabebestimmungen vor. Laut eBay erfolgten die Änderungen, damit die Bewertung der Leistungen der Verkäufer, insbesondere in Bezug auf die Zustellung, «mehr auf objektiven Daten als auf den subjektiven Meinungen der Käufer beruht».

Ab Mai 2016 wird eBay die erforderliche Rücknahmefrist für Top-Verkäufer von 14 Tagen auf 30 Tage für die meisten Angebote verlängern. David Vos, Leiter des Projekts **WIN** von **GOOGLE X**, erklärte anlässlich einer Fluglotsenkonferenz in Washington D.C., dass das Unternehmen hoffe, bis 2017 einen Zustelldienst mit seinen Wing-Luftfahrzeugen betreiben zu können. Während seiner Rede an der jährlichen ATCA-Konferenz am 2. November verriet Vos weder Einzelheiten zu den Drohnen, die Google für seinen Dienst einsetzen könnte, noch welche Art von Paketen diese zustellen werden. Google X bestätigte später die Äusserungen, räumte jedoch ein, dass 2017 eher ein Wunschdatum sei als ein Versprechen.

Alle Beiträge von Clare O'Dea

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

TOGETHER



POSTAL AND LOGISTICS SOLUTIONS

Your postal object processing activities require expertise and flexibility. We understand this reality and put all of our know-how at your disposal. Together, we can implement customised solutions to achieve your objectives.

Building the future – Together.

www.solystic.com

