

Nummer 3/2006

Juli

August

September 2006

UNION POSTALE 3

In dieser Nummer...

Seite

Titelseite

Das Hauptthema dieser Nummer, Ein Plan für Afrika, untersucht die Pläne für eine Zusammenarbeit des WPV mit den wichtigsten am Postsektor interessierten Partnern um die grössten Schwierigkeiten der Post auf dem schwarzen Kontinent bis zum Jahre 2008 zu beheben. (Titelseite: Postbedienstete in Nigeria)

Vorwort

1

Unser Briefkasten

Gedanken, Ratschläge und Vorschläge unserer Leser

3

In aller Kürze

Neues vom WPV und vom Postsektor

5

Postentwicklung in Afrika

Ein Plan für Afrika

8

Zukunftsansichten der Post

Die Post im Jahre 2012: Was bringt die Zukunft?

13

Der Postsektor im Wandel: Die Zukunft aus Sicht der Experten

15

Ein Idealbild der Post

18

Post und Geldtransfers: Internationale Migrationsorganisation und Weltpostverein auf der gemeinsamen Suche nach Lösungen

20

Regelmässige Kolumnen

Im Gespräch mit Führungskräften der Post

Peter Bakker, Generaldirektor von TNT

22

Weltposttag 2006

Botschaft des Generaldirektors

25

Ein Zeuge sagt aus: Was mir die Post bedeutet

27

Philatelieforum

Neue Frankierungstrends

28

Wenn nicht anders angegeben, beziehen sich die in der Zeitschrift *Union Postale* verwendeten Ausdrücke Generaldirektor und Vize-Generaldirektor auf den Generaldirektor und den Vize-Generaldirektor des Internationalen Büros des Weltpostvereins.

Gemeinsam für Afrika

Afrika... Schon das Wort allein weckt viele Gedanken: Ein Kontinent mit traumhaft schönen Landschaften, einer dramatischen Geschichte, unzähligen Kulturen und freundlichen stets hilfsbereiten Menschen. Doch ist dieser Kontinent wirtschaftlich geschwächt, hat nicht Teil an der neuen Informationsgesellschaft, kann sich nur schwer dazu Zugang verschaffen, ein Kontinent der Armut und endemisch auftretender Krankheiten. Alle Welt ist sich darin einig, dass Afrika vor allem Wirtschaftshilfe und humanitäre Massnahmen braucht.

Als Sonderorganisation der Vereinten Nationen will der WPV, der Tatsache Rechnung tragend, dass der Postsektor über Lösungen verfügt, die das schwere Los des schwarzen Kontinents erleichtern könnten, unbedingt seinen Beitrag leisten und hat daher einen äusserst ehrgeizigen Plan zur Entwicklung der Post in Afrika (PDPA) entwickelt.

Der Plan ist Teil der Massnahmen des WPV zur Erfüllung der Millenniums-Entwicklungsziele der Vereinten Nationen und zur Überwindung des «postalischen Ausschlusses». Zahlreiche Wirtschaftswissenschaftler bestätigen der Post ihre Möglichkeiten zur Verbesserung der

wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Bedingungen der am stärksten benachteiligten Menschen durch Öffnung des Zugangs zu einem Telekommunikations-Grundnetz, zu Waren, die in ihrem Lande anders nicht erhältlich sind und zu Finanzdiensten. Der PDPA ist aber auch eine konkrete Reaktion auf die beim Weltgipfel zur Informationsgesellschaft in Tunis eingegangene Verpflichtung, alles nur Mögliche zu unternehmen, um Afrika die Vorteile der globalisierten Wirtschaft zu sichern, ihm Zugang zu neuen Technologien zu garantieren und ihm die Möglichkeit zu geben, ein eigenes Postnetz zu betreiben.

In dieser Nummer werden aber auch einige Aktivitäten des WPV in Hinblick auf die Zukunft der Post vorgestellt. Im November werden etwa 800 Delegierte aus allen Bereichen des Postsektors und verwandter Unternehmen in Dubai zur Diskussion der Markttrends sowie der Massnahmen der Postunternehmen angesichts der Globalisierung, der Einführung immer höher entwickelter neuer Technologien und der Entwicklung besserer gesellschaftlicher Bedingungen in aller Welt zusammentreten. *Union Postale* gibt zur Anregung der Diskussion einen Überblick über einige der Probleme.

Der Herausgeber

Unser Briefkasten

Qualität ist schön und gut... wie steht es aber mit den Mitarbeitern?

Ich habe die April/Mai/Juni 2006-Nummer der Zeitschrift *Union Postale* sehr aufmerksam gelesen, und fand darin den Artikel über die Dienstqualität und Ihre Anmerkungen besonders lehrreich. Selbstverständlich ist die Dienstqualität für uns alle von besonderer Bedeutung, doch darf ich wohl hinzufügen, dass wir im Rahmen unserer regionalen Bemühungen um Qualitätsverbesserung auch den Menschen, unseren Mitarbeitern, sowie ihren besonderen Fähigkeiten Beachtung schenken müssen.

Postreformen und Entwicklungspläne dienen grundsätzlich der praktischen Umsetzung der Qualitätsverbesserungsmassnahmen, müssen aber auch mit der Aufwertung der Fähigkeiten und Kompetenzen eines jeden Mitarbeiters einhergehen, und unser Ziel ist es ja den Kunden in Ghana genau so wie in Botswana, Südafrika, Lesotho und anderen Ländern einen gut funktionierenden Dienst anzubieten, denn genau das wäre ein Universaldienst im eigentlichen Sinne des Wortes.

Vergessen wir nicht die Basis, von der aus wir unsere schönsten Pläne verwirklichen wollen, denn von ihr hängt es ab, ob wir unsere Visionen verwirklichen können oder daran scheitern. Diese Basis aber sind die Menschen, mit denen wir es zu tun haben.

Shada Ratshosa, Leiterin der Personalabteilung bei der Post von Botswana, Gaborone

Die Hoffnung darf nicht sterben

Ich danke Ihnen herzlich für die Veröffentlichung eines Artikels über mich in der März-Ausgabe 2006 der *Union Postale* als Beispiel für Menschen, die trotz HIV bzw. AIDS ihr Leben positiv in die Hand nehmen. Sie liessen mich damit hoffen, dass HIV-Infizierte länger leben, wenn opportunistische Infektionen bei ihnen rechtzeitig erkannt und behandelt werden, wenn sie bestimmte Hygienemassnahmen einhalten, sich einer antiretroviralen Therapie unterziehen und ihnen psychologische Begleitung gesichert wird.

Hellen Atieno Opivo, Post von Kenia, Kisumu

Die Post von Südafrika unterstützt ihre an HIV infizierten bzw. AIDS erkrankten Mitarbeiter

Ich habe Ihren Artikel «AIDS am Arbeitsplatz: Handlungsbedarf?» (*Union Postale* 1/2006) mit grossem Interesse gelesen, und freue mich, Ihnen mitteilen zu dürfen, dass die Post von Südafrika (SAPO) nunmehr «die Verpflichtung eingegangen ist». Ende Juni haben wir unter dem Schlagwort «Wir helfen Ihnen» im Rahmen der HIV/AIDS-Politik des Unternehmens ein Unterstützungsprogramm für Mitarbeiter in die Wege geleitet. Anlässlich der Vorstellung des Programms nahmen hunderte Mitarbeiter der Post an einer Solidaritätsdemonstration für ihre mit HIV infizierten bzw. an AIDS erkrankten Kollegen teil. Eine Woche zuvor wurde im Hauptpostamt eine Diskussionsrunde über die Auswirkungen von AIDS auf das Unternehmen veranstaltet, das allen am Thema interessierten Kreisen, unter anderem auch den Gewerkschaften, offen stand. Das Programm geniesst die volle Unterstützung der Unternehmensleitung, und Generaldirektor Khutso Mampeule hat sich als erster einem HIV-Test unterzogen. Seinem Beispiel folgten mehr als 500 Postler der Nordregion, die als erste freiwillige Tests und Beratungsgespräche einführte. Der Personalabteilung werden Statistiken über die Anzahl der HIV-infizierten Mitarbeiter zur Verfügung gestellt, dies aber nur, um ihnen die Möglichkeit zu geben, die Mittel für die Unterstützung der HIV-Positiven zur Verfügung zu halten. Ungefähr 11% der 18 000 Mitarbeiter sind HIV-positiv, was natürlich zu zahlreichen Kranken- und Todesfällen führt, aber auch zu einer Verringerung der Arbeitsleistung. Wir befassen uns intensiv mit der auch unser Unternehmen betreffenden Pandemie und sind uns absolut der gesellschaftlichen Auswirkungen von AIDS auf die Gemeinschaft, in der unsere Mitarbeiter leben, bewusst. Besonders wichtig ist es in diesem Zusammenhang, zeitgerecht und zielgerichtet Massnahmen zu setzen.

Liz Thebe, Leiterin der Personalabteilung der Post von Südafrika

Union Postale freut sich über Ihre Briefe

Wir freuen und über Briefe an die Redaktion. Senden Sie Ihren Beitrag per Post oder über e-Mail an *rheal.leblanc@upu.int*. Vergessen Sie aber bitte nicht, darin Name, Anschrift, Telefonnummer und e-Mail-Adresse anzugeben. Falls erforderlich, werden die Briefe für die Veröffentlichung gekürzt.

Foto:

Krankenschwester Nomonde Akinjolire führt unter Aufsicht von Dr. Lisca Nel den HIV-Test an Khutso Mampeule, dem Generaldirektor der Post von Südafrika, durch.

In aller Kürze

Michael Regan folgt James Wade als Vorsitzender des Rates für Postbetrieb

Die Vereinigten Staaten haben Michael Regan zum Vorsitzenden des Rates für Postbetrieb des WPV ernannt. Der Leiter der Abteilung für Auslandsbeziehungen der Post der Vereinigten Staaten (USPS) übernimmt den Posten von James P. Wade, der im August nach mehr als 39 Jahren im Postdienst in den Ruhestand trat.

Der seit 38 Jahren bei der Post der USA beschäftigte Michael Regan war in verschiedenen Bereichen der Auslandsabteilung tätig und beteiligte sich aktiv an den Arbeiten des WPV. Seit 2004 befasste er sich vor allem mit den Arbeiten des WPV zu den Endvergütungen und bilateralen Beziehungen. Im Übrigen befasste er sich in Zusammenarbeit mit dem US State Department intensiv mit der Reform des WPV und der Öffnung des Vereins für den Privatsektor.

James Wade, zum Zeitpunkt seiner Pensionierung Vizepräsident der Auslandsabteilung von USPS, erklärte, er habe sich seine ganze Laufbahn hindurch besonders «um die Unterstützung des WPV bei der Erarbeitung strategischer Pläne und bei der Anpassung von dessen Weltsicht an die künftige Entwicklung des Marktes bemüht. Meine Arbeit auf internationaler Ebene war sicherlich die Krönung eines Postlerlebens», meinte er abschliessend.

Neuzugang beim Weltpostverein

Am 21. Mai 2006 entschieden sich die Staatsbürger von Montenegro in einer Volksabstimmung für die Schaffung der Republik Montenegro als souveränen, unabhängigen Staat. Mit seinen 670 000 Einwohnern und seiner Hauptstadt Podgorica wurde Montenegro am 12. Juli 2006 als 192. Mitglied in die Vereinten Nationen aufgenommen und am 26. Juli 2006 als 191. Mitglied in den WPV. Ironie der Geschichte: Montenegro war seit dem XV. Jahrhundert Teil des Postnetzes. Damals machten die Venezianischen Boten auf ihrem Weg nach Konstantinopel in diesem Lande halt. Das erste Postamt des Landes wurde 1854 eröffnet, und am 1. Juli 1875, vor 131 Jahren also, trat das damalige Montenegro dem Allgemeinen Postverein (dem Vorgänger des WPV) bei.

Neue Königin des Briefschreibwettbewerbs

Laura de Paula, eine vierzehnjährige Brasilianerin, ging als Siegerin des Internationalen Briefschreibwettbewerbs 2006 des WPV hervor. Ihr Beitrag, in dem sie beschreibt, wie die Post sie mit aller Welt verbindet, wurde unter 64 eingereichten Beiträgen der teilnehmenden Mitgliedsländer des WPV als der Beste ausgewählt. Der zweite und der dritte Preis gingen an Ginette Viviane Ouefa aus Benin und Rebecca Keeley aus Sambia. Akvilė Klovaite aus Litauen, Carina Petschner aus Deutschland und Bouhila Bakiri aus Algerien erhalten Ehrenpreise.

Die Preise werden den Gewinnerinnen am 9. Oktober, dem Weltposttag, im Rahmen von in ihrem Lande von der Post veranstalteten Zeremonien überreicht. Der preisgekrönte Brief wird in der nächsten Ausgabe der *Union Postale* zu lesen sein. In den 35 Jahren seit Bestehen des Wettbewerbs erhält Brasilien schon zum dritten Mal die höchste Auszeichnung.

Junges Talent

Der WPV hat Nils Clotto, einen 28-jährigen Franzosen, als Junior-Fachberater aufgenommen. Er wird im Oktober 2006 seinen Posten in Cotonou, Benin, antreten und dort den Regionalberater Laurent Boucoungou bei der Umsetzung von Postentwicklungsprojekten unterstützen.

Nach Erwerb seines Diploms der *Ecole des hautes études commerciales* in Jouy-en-Josas, Frankreich, hatte Nils Clotteau Gelegenheit, sich mit Entwicklungsarbeit vertraut zu machen als er sich im Jahre 2004 als Freiwilliger an einem landwirtschaftlichen Programm in einer abgeschiedenen Gegend der Komoreninsel Anjouan beteiligte. Ausserdem arbeitete er für Firmen wie Ernst & Young in Paris sowie TrendSpotting in New York.

Der WPV sicherte sich seine Dienste dank einer Vereinbarung mit dem Entwicklungsprogramm der Vereinten Nationen, die jungen Experten Gelegenheit zum Erwerb von Erfahrungen mit multilateraler technischer Zusammenarbeit in Organisationen der Familie der Vereinten Nationen bietet, wo nahezu 15% des gesamten Mitarbeiterstabes aus solchen Jungexperten besteht.

Da es sich um ein Programm handelt, das von den teilnehmenden Ländern finanziert wird, trägt das französische Aussenministerium die Kosten für den Posten

in Cotonou ein Jahr lang, wobei eine Verlängerung nicht ausgeschlossen ist.

Informationsgesellschaft: Der nächste Schritt

Der WPV gehört zu den 22 Organisationen der Vereinten Nationen, die am 14. Juli 2006 in Genf zur ersten Tagung der neuen Gruppe der Vereinten Nationen zur Informationsgesellschaft zusammentraten. Die von Kofi Annan, dem Generalsekretär der Vereinten Nationen, geschaffene Gruppe wird sich im Rahmen der UNO mit der Umsetzung der Schlussfolgerungen des Weltgipfels zur Informationsgesellschaft (WSIS) befassen. Im Rahmen der Vereinten Nationen hat die Gruppe alle zur Umsetzung des vom Gipfel verabschiedeten Aktionsplans erforderlichen Tätigkeiten zu koordinieren. Der WPV wurde zusammen mit der Internationalen Arbeitsorganisation, dem Internationalen Handelszentrum und der Handels- und Entwicklungskonferenz der Vereinten Nationen mit der Koordination aller Aktivitäten zum elektronischen Handel beauftragt und wird der Gruppe über ihre Leistungen in diesem Bereich Bericht erstatten. Der WPV wird sich aber auch mit anderen Zielen des Aktionsplanes befassen, wie Vereinfachung des Zugangs zu Informationen und zu neuen Technologien sowie Verbesserung der Sicherheit elektronischer Kommunikation. Der WPV plant übrigens im Rahmen seiner Konferenztätigkeit 2007 die Veranstaltung einer Konferenz zur Informationsgesellschaft.

Die Gruppe, die heuer unter dem Vorsitz der Internationalen Telekommunikationsunion steht, wird jährlich zusammentreten.

Identitätsmanagement und Kommunikationssicherheit, ein hoch aktuelles Thema

Ein Forum zu Identitätsmanagement und Sicherheit der Kommunikation fand am 20. und 21. September 2006 in der berühmten Stanford University in Kalifornien statt. Zu dieser von der Aktionsgruppe Postsicherheit des Weltpostvereins veranstalteten Tagung kamen führende Fachleute aus den Bereichen internationale Finanzsicherheit, Identitätsmanagement und e-Commerce. Ausführlich wurden die Möglichkeiten zur Nutzung der bestehenden Infrastrukturen der Postunternehmen in aller Welt als idealer Ausgangspunkt für die Verbesserung des Identitätsmanagements und zur Kommunikationssicherheit besprochen.

Etwa vierzig international angesehene Institutionen beteiligten sich an dieser der Verbesserung der Sicherheit im elektronischen Handel gewidmeten Veranstaltung. Microsoft, Apple, American Express, Visa International, die Universitäten von Stanford und Berkeley und die Postunternehmen von Kanada, den Vereinigten Staaten und Frankreich brachten ihr Know-how und ihre besonderen Fachkenntnisse ein. Besonders hervorgehoben wurden die Einführung der Domänebezeichnung *.post* und die Entwicklung des elektronischen Poststempels, zwei derzeit vom WPV intensiv verfolgte Projekte. Der grösste Vorteil der Einführung der *.post*-Domäne liegt in der verstärkten Sicherheit, da damit eine Internet-Adresse mit der Postanschrift verknüpft werden kann, während der digitale Poststempel elektronischen Dokumenten alle Garantien des konventionellen Poststempels bietet.

Nepal ist nunmehr auch angeschlossen

Nach erfolgreicher Beteiligung an einem Projekt in Bhutan arbeitet der WPV einmal mehr mit der Internationalen Telekommunikationsunion und der Nepalesischen Telekommunikationsagentur zusammen, um diesmal Nepal die Vorteile der Digitalisierungen zu bringen. In diesem Projekt, das im Oktober beginnen soll, werden die Partner bei der Automatisierung der Postschalter und der Schaffung von Telekommunikationszentren in ausgewählten Postämtern im gesamten Königreich zusammenwirken, um so allen Kunden im Lande e-Mail- und e-Postdienstleistungen anbieten zu können. Durch die Automatisierung der verschiedenen Transaktionen erhält die Post von Nepal die Möglichkeit, ihren Kunden elektronische Geldüberweisungsdienste, die Online-Bezahlung von Rechnungen öffentlicher Versorgungsunternehmen, elektronische Postsysteme usw. anzubieten.

Ähnlich dem in Bhutan eingeführten Dienst, werden Postämter – allenfalls auch jeder Haushalt – eine einmalige elektronische Postanschrift erhalten. Diese Anschrift ist eine der Postleitzahl entsprechende e-Mail-Anschrift mit der es möglich sein wird, von bestimmten Postämtern aus e-Mails überallhin abzusenden. Diese werden dann vom Bestimmungspostamt ausgedruckt und an die codierte Postanschrift zugestellt. Der WPV beteiligt sich mit 15 000 USD an diesem 85 000 USD-Projekt und wird Personal in den Betrieb der automatisierten Schalter einweisen, ihm aber auch zeigen, wie die Dienstqualität verbessert werden kann.

Richtigstellung: Die Inter-Governmental Philatelic Corporation wird der Post von Liberia zwölf Fahrzeuge zur Verfügung stellen, und nicht 25, wie irrtümlich in der letzten Nummer der *Union Postale* angegeben.

Foto:

Juliana Nel wurde zur Leiterin des Sekretariats und der Kommunikation im Internationalen Büro (IB) ernannt. Die ehemalige Leiterin des Kommunikationsprogramms trat ihre neue Stelle am 1. August an. Sie ist für die Koordination der Arbeit des gemeinsamen Sekretariats, bestehend aus den Büros des Generaldirektors und Vize-Generaldirektors, zuständig. Sie ist ausserdem für die allgemeinen Kommunikationsfunktionen des WPV verantwortlich. Die aus Südafrika stammende Juliana Nel gehört seit 1998 dem IB an.

Förderung der Postdienste

Ein Plan für Afrika

Jérôme Deutschmann

«**D**er Entwicklungsplan der Post für Afrika (PDPA) ist sowohl notwendig als auch praktisch. Daher werden die Länder Afrikas Massnahmen zur Einarbeitung seiner wesentlichsten Bestandteile in den bis zum Jahre 2008 geltenden Strategieplan unseres Vereins ergreifen,» meint Kainet Moyo, Generaldirektor des Vereins der Postbetreiber im südlichen Afrika (SAPOA), der den neuen vom WPV und seinen Partnern entwickelten Aktionsplan als Lichtblick für den Postsektor in Afrika sieht.

Derzeit steht der afrikanische Kontinent mit zahlreichen besonders entwicklungsbedürftigen Ländern im Mittelpunkt der Entwicklungsbemühungen des Vereins. Mehr als anderswo ist in dieser Gegend die Infrastruktur der Post für die Gesellschaft, viele Dienstleistungen und den öffentlichen Sektor, sowie auch für Finanzdienstleistungen unverzichtbar.

Für Afrika wurden bereits zahlreiche Projekte entwickelt, doch bisher waren sie weit über den ganzen Kontinent verstreut und wurden von Experten, Konsulenten und Mitarbeitern des Internationalen Büros nur einzeln bewertet. Nur selten wurden sie regional oder subregional geprüft, und dies auch nur unzureichend. Daher hat der WPV mit am Postsektor in Afrika Beteiligten einen Entwicklungsplan für die Post in Afrika ausgearbeitet, durch den alle Betroffenen um erreichbare Ziele mit messbaren Ergebnissen geschart werden sollen.

Seit Ausarbeitung dieses Plans anschliessend an eine Reihe erfolgreicher Gespräche kooperiert das Internationale Büro mit Regionalberatern in Afrika und Engeren Vereinen zur Sammlung wirtschaftlicher und statistischer Daten sowie bei der Überwachung der Umsetzung der Projekte.

Dem afrikanischen Kontinent werden im Vergleich zu anderen Gegenden der Welt bedeutende Mittel zur Verfügung gestellt (38% der Mittel des WPV sind der technischen Hilfe vorbehalten), doch sind sie angesichts der unermesslichen Bedürfnisse der Region absolut unzureichend. Von April 2001 bis Januar 2005 hat der Fonds zur Verbesserung der Dienstqualität seinerseits 44 Projekte mit insgesamt 4,7 Millionen USD finanziert. Die eingesetzten Beträge mögen bedeutend sein, doch

erfolgt ihre weltweite Zuteilung nunmehr nach neuen, der Internationalen Poststrategie von Bukarest entsprechenden, Kriterien.

Eine verbesserte Dienstqualität

Worin besteht dieser Plan eigentlich? Die Partner des Postsektors – vor allem aber die Regierungen, sowie die Engeren Vereine in Afrika, die regionalen regierungsübergreifenden Organisationen, die Entwicklungsbanken und alle bereits an den Aktionsplänen beteiligten privaten Institutionen, sowie natürlich die Neue Partnerschaft für Entwicklung in Afrika – haben sich das Ziel gesetzt, Afrika in ein weltweites traditionelles, elektronisches und finanzielles Postnetz einzubinden.

Wilfrid Martin, Generalsekretär der Westafrikanischen Postkonferenz (CPAO/WAPC) meint dazu: «Das subregionale Landbeförderungsprojekt ist eine wichtige CPAO/WAPC-Initiative im Rahmen dieses Plans. Sie dient der Verbesserung der Dienstqualität der Post in dieser Subregion und der Sicherung der Einhaltung der für die nächsten zwei Jahre festgelegten Dienstqualitätsnorm der Zustellung von 65% aller Sendungen innerhalb der Frist von J + 5.» Es ist dies die vom Kongress in Bukarest festgelegte Norm laut der zumindest 65% aller Sendungen im Auslandsverkehr ihren Empfänger spätestens am fünften Werktag nach Aufgabe erreichen müssen.

Es gibt aber noch immer viele Länder, die dieses Qualitätsziel nicht erreichen. Angesichts einer sich stets verschlechternden Qualität und dem daraus entstehenden sinkenden Aufkommen, sahen sich die Postbetreiber gezwungen, Qualitätsstandards zu entwickeln. Dazu müssen die besten Strassen- und Flugverbindungen ausfindig gemacht, aber auch ein elektronisches Sendungsverfolgungssystem eingeführt werden. Bisher verfügen nur 36% aller Länder in Afrika über das vom WPV entwickelte Sendungsverfolgungs- und -auffindungssystem International Postal System (IPS).

Manche Länder ergreifen nunmehr energische Massnahmen: Die Post von Nigeria verkürzte die Fristen durch Umstrukturierung und Zentralisierung der Sendungsbearbeitung in den wichtigsten Flughäfen. «Wir haben zudem unsere Mittel aus dem Fonds zur

Verbesserung der Dienstqualität für die Einrichtung des IPS verwendet», meint Mori Baba, der Generaldirektor der Nigerianischen Post. Es müssen auch interne und externe Kontrollmassnahmen eingeführt werden, wozu engere Kontakte mit dem Zoll, der Polizei und Hafen- und Flughafeneinrichtungen erforderlich sind, dann sollten die Ergebnisse veröffentlicht werden.

Im Plan werden die begünstigten Länder daran erinnert, dass der Fonds zur Verbesserung der Dienstqualität zur Finanzierung von Projekten über etwas mehr als vier Millionen US-Dollars verfügt. Diese Gelder können sehr wirksam eingesetzt werden: die Postunternehmen können sich damit an ständigen Laufzeitkontrollen beteiligen oder aber ein standardisiertes Bezeichnungssystem mit Postleitzahlen einführen.

Die Post im ländlichen Bereich

Die Postunternehmen in Afrika müssen sich heute um eine verstärkte Präsenz auf dem Lande bemühen. Erreicht ein Netz nicht ausserhalb der Hauptkommunikationswege liegende Gegenden, verliert das betreffende Postunternehmen Geschäftsmöglichkeit, stagniert bzw. verringert sich der Umsatz, und die Bevölkerung muss auf Grunddienste verzichten. Ziel ist es daher, den Universaldienst der Post zu stärken, die Länder bei der Einführung eines Universaldienst-Modells zu unterstützen und bis zum Jahre 2008 die durchschnittliche Flächendeckung der Post in Afrika zu verbessern (derzeit bedient ein Postamt 93 963 Einwohner).

Heute ist Informations- und Kommunikationstechnologie mehr denn je das beste Instrument zur Überwindung der digitalen Rückständigkeit ländlicher Gebiete. Trotz vieler möglicher Lösungen wie Anschluss von Postämtern an das Internet mittels Satellitenverbindungen, Einrichtung von Cyberkiosks oder Einsatz der EDV im Schalterbereich, reichen die Mittel noch immer nicht aus. Aus Geldmangel kann wohl die Telekommunikationsinfrastruktur nicht überall hinkommen, doch werden sich örtliche an der Entwicklung interessierte Kreise immer stärker der Tatsache bewusst, dass diese Technologie für sie nicht unerreichbar ist, und wir kennen viele Fälle, in denen sich erwies, dass moderne Technologie zu sozialen Partnerschaften führt, die der wirtschaftlichen Entwicklung eines Ortes durchaus zugute kommen.

Aus- und Fortbildung

Im Plan sind Aus- und Fortbildung der Benutzer bei Einführung einer neuen Technologie oder einer neuen technischen Einrichtung vorgesehen. Laut Justine

Beyaraaza, im Internationalen Büro Experte für Angelegenheiten des anglophonen Afrika, «ist es nicht einfach, die Kunden auf die Vorteile neuer Produkte und Dienstleistungen aufmerksam zu machen, wenn das Personal, das sie anbietet, damit nicht umzugehen weiss.» Gute Geschäftspraxis in einem Postamt erfordert Ausbildung und die Einführung von Verkaufs- und Marketinginstrumenten, die Ausstattung des Personals zur Erkennung der Kundenbedürfnisse und der Tendenzen des Inlandsmarktes.»

Aus- und Fortbildungsmassnahmen stützen sich auf das vom WPV entwickelte modulare Fernunterrichtssystem TRAINPOST, das eine ganze Reihe von Kursen – Kostenrechnung, Dienstqualität, Direktwerbung, Sicherheit bei der Post usw. – anbietet und kostenlos über das Internet genutzt werden können. Das virtuelle Ausbildungszentrum der Post von Tunesien und das Kommunikationstechnologie-Kolleg in Kenia sind ebenfalls bereit, Mitarbeiter der Post bei ihrer Karriere zu fördern und damit die Reform der Postdienste zu beschleunigen.

Regulierung ist unverzichtbar

Fehlt die Regulierung, können sich die Aktivitäten der Konkurrenz katastrophal auf zahlreiche Dienstleistungen und Produkte des bisher einzigen nationalen Postbetreibers auswirken. Die derzeit gemeinsam vom WPV und dem Gemeinsamen Markt für das östliche und südliche Afrika (COMESA) ausgearbeiteten Musterdokumente zur Postgesetzgebung und -politik sind ein besonders gutes Beispiel für die Bewältigung dieser Probleme. Verschiedene Sprachfassungen der so ausgearbeiteten in allen Ländern Afrikas einsetzbaren Mustergesetze werden noch im Herbst dieses Jahres veröffentlicht.

«Im Jahre 2007 wird COMESA Burundi, Sudan und drei weitere Länder der Region bei der Festlegung ihrer nationalen Postpolitik und nationalen gesetzlichen Rahmenbedingungen unterstützen, und so die Schaffung einer Regulierungsbehörde im jeweiligen Lande ermöglichen», meint Abu Sufian Dafalla, Postmanager bei COMESA. «Unser regionaler Verband wird den Plan zur Unterstützung der Mitgliedsländer bei der Restrukturierung ihrer Postunternehmen einsetzen, wobei die neuen Regeln jeweils für jedes Land massgeschneidert werden. Nächstes Jahr sollen Mitarbeiter der Post in einem von COMESA veranstalteten Reformseminar des Postsektors geschult werden. WPV und Weltbank wurden ersucht, dieses Seminar zu unterstützen.»

Diversifizierung der Dienstleistungen

Kainet Moyo, Generaldirektor der Vereinigung der Postbetreiber im südlichen Afrika (SAPOA) meint: «Die Nutzung von IPS und anderen Sendungsverfolgungs- bzw. EDV-Lösungen des WPV für Geldtransfers erfordern eine entsprechende Tarifgestaltung der Entwicklungsländer. Heute sind die Kosten angesichts sinkenden Verkehrsaufkommens sehr hoch.» Diese Stellungnahme ist berechtigt, vor allem da wir wissen, dass 67% aller Einnahmen der Post in Afrika aus dem Briefsektor kommen, und dass die Finanzdienste der Post ein derzeit noch sehr wenig genützter Wachstumsmarkt sind, da nur 5% aller Geldüberweisungen nach Afrika über den nationalen Postbetreiber laufen. Daher ist Diversifizierung für die Postunternehmen in Afrika vordringlich um den steten Rückgang des traditionellen Briefverkehrs auszugleichen.

Der Plan berücksichtigt solche Erwartungen und sieht die Teilnahme des WPV an Projekten vor, die zu einer besseren Ausstattung mit Postbankendiensten in Afrika führen, wobei auch die Vergabe von Mikrokrediten über ein ausgedehntes Sparnetz auf dem Lande gefördert werden soll.

«Das Postmanagement kann nicht ohne Instrumente wie die Kostenrechnung modernisiert werden, daher wird im Plan besonderer Wert auf deren Einführung in den am wenigsten entwickelten Ländern bis zum Jahre 2008 gelegt», erklärt Wilfrid Martin. «Die genaue Kenntnis der finanziellen Lage eines Postunternehmens erfordert die Einführung der Kostenrechnung, eines Systems, das den Postunternehmen ermöglicht, den Markt und die Betriebskosten richtig einzuschätzen. Sie ist ein effizientes analytisches Instrument zur Beschaffung der für den Universaldienst der Post erforderlichen Finanzen.»

Eine Methode zur Einnahmensteigerung ist die Ausarbeitung von Projekten zur Verbesserung von Geldtransfers, vor allem in Ländern mit vielen Emigranten. Nach Erweiterung der Palette von Internetdiensten kann die Post auch das Wachstumspotential des elektronischen Handels nutzen und damit ihren Anteil am Paketmarkt vergrößern, wobei eine jährliche Zuwachsrate von 3% angestrebt wird. Die Postunternehmen in Afrika müssen Ehrgeiz an den Tag legen, denn ohne einen solchen ist jede Reformpolitik zum Scheitern verurteilt.

«Der WPV verfügt mit seinem Entwicklungsplan für die Post in Afrika über die erforderlichen Mittel und den Willen zur Unterstützung dieser Bestrebungen, kann den Erfolg aber nicht allein garantieren», meint Claude Defoundoux, Programmmanager für die Region Afrika im Internationalen Büro.

Die Erreichung der Planziele erfordert eine genaue Untersuchung des Sektors sowohl national als auch regional, und in dieser frühen Phase, bevor man sich noch auf eine gemeinsam ausgearbeitete Initiative oder ein bestimmtes Ziel festlegt, muss der betreffenden Regierung deutlich gemacht werden, was sie zur Entwicklung des Postsektors beizutragen hat. Laut Claude Defoundoux «betrifft dieser Plan vor allem Regierungen, denn sie haben die Postgesetze, Postregulierung und Postreform zu verantworten. Regierungen sind aber auch am besten in der Lage, den Plan afrikanischen politischen Organisationen, subregionalen Wirtschaftsgemeinschaften und internationalen politischen und Finanzinstitutionen nahe bringen.»

Partnerschaften

Um es mit Abdelilah Bousseta, Direktor für Entwicklungszusammenarbeit im Internationalen Büro zu sagen, «ist unser eigentliches Ziel die Förderung der Annahme des Plans durch die betreffenden Länder, aber auch seiner Umsetzung.» Je nach Projekt und Umfang sind im Plan Anweisungen für die Durchführung von Reformen, Richtlinien zur Projektentwicklung oder ein Rahmen für den Einsatz privater bzw. öffentlicher Mittel der Spenderländer oder Darlehensgeber wie die Weltbank enthalten.

Der Plan ist also die Partnerschaft aller an der Hilfe für Afrika und an der Postreform Beteiligten. Nationale oder regionale Partnerschaften sollten von der Regierung und den Engeren Vereinen als Sammelstellen aller Beteiligten unterstützt werden.

Der Einfluss der Entwicklung des Postsektors auf den wirtschaftlichen Aufschwung eines Landes ist so gross, dass Erfolg bzw. Misserfolg des Projekts am Engagement aller an ihm Mitwirkenden gemessen werden. Kann dieser Plan für Afrika zum Modell für andere Kontinente werden, kann damit Afrika an der Spitze des Fortschritts der Postgemeinschaft stehen? Nur die Zukunft wird es weisen, aber wir sind fest davon überzeugt.

Der Entwicklungsplan der Post verfolgt zehn Ziele

Heute

Von einem Postamt im Durchschnitt betreute Bevölkerung: 93 000 Einwohner (10% der Bevölkerung hat keinen Zugang zu Postdiensten).

Zwanzig afrikanische Länder (45%) beteiligen sich an den vom WPV durchgeführten regelmässigen Laufzeitkontrollen.

Sieben dieser zwanzig an Laufzeitkontrollen teilnehmenden Länder weisen Ergebnisse auf, die zumindest dem afrikanischen Durchschnitt entsprechen (Zustellung von 44% aller Sendungen am Tag J + 5).

Die Briefpost sichert 67% der Gesamteinnahmen der Postunternehmen in Afrika; 50% aller Postunternehmen erwirtschaften ein Defizit.

Die Post führt nur 5% aller Geldtransfers nach Afrika durch, nur 6% aller Beträge laufen über Banken.

Sinkendes Paketaufkommen sowohl im Inlands- als auch im Auslandsverkehr. Pakete bringen nur 9% der Gesamteinnahmen der afrikanischen Postunternehmen.

Heute verfügen nur sechs afrikanische Länder über ein Kostenrechnungssystem.

Der Fonds zur Verbesserung der Dienstqualität hält mehr als vier Millionen USD für afrikanische Länder bereit.

30% aller afrikanischen Postämter bieten einen Internetzugang an.

Nur 16 afrikanische Länder (36%) haben IPS, das Verfolgungssystem für Postsendungen (EMS, Pakete und eingeschriebene Sendungen) eingeführt. Von den 28 Ländern, die noch nicht darüber verfügen, bieten 25 den EMS-Dienst an. Das Qualitätsziel für EMS-Sendungen (fristgerechte Zustellung von 95% aller Sendungen) wird in 85% der Länder Afrikas nicht eingehalten.

Im Jahre 2008

Senkung dieses Durchschnitts durch Stärkung des Universaldienstes und Modernisierung der Post. Ausarbeitung eines Entwicklungsplanes für wenigstens vier Länder jedes Jahr.

Teilnahme von 44 afrikanischen Ländern an solchen Laufzeitkontrollen.

Dem weltweiten Standard entsprechend, Zustellung von 65% aller Sendungen am Tag J + 5.

Diversifizierung des Postangebots und Erschliessung neuer Einnahmequellen.

Steigerung der Geldtransfers durch Ausweitung des IFS, vor allem mit jenen Ländern, die viele Arbeiter ins Ausland entsenden. Erweiterung des Sparangebots auf dem Lande.

Entwicklung des Pakelsektors und Aufkommenssteigerung um 3% jährlich, beginnend mit dem Jahr 2006.

Einführung eines Kostenrechnungssystems, vor allem in den 30 am wenigsten entwickelten Ländern.

Aufforderung der Länder zur Vorlage von Qualitätsverbesserungsprojekten.

Ausweitung dieses Angebots auf 50% aller afrikanischen Postämter.

Ausweitung von IPS Light (für geringes Verkehrsaufkommen) auf 85% aller afrikanischen Länder und 100% jener Länder, die den EMS-Dienst anbieten, dort Sicherstellung der fristgerechten Zustellung von 80% aller Sendungen.

Der Entwicklungsplan der Post für Afrika: Der afrikanische Postsektor in Bewegung

Die zur Unterstützung des Generalsekretariats des Panafrikanischen Postvereins (UPAP/PAPUA) geschaffene Beratergruppe wird den Mitgliedsländern die Bedeutung dieses Entwicklungsplans vor Augen führen. Wir werden uns bemühen, sie systematisch bei der Umsetzung des Plans zu unterstützen und ihnen zu helfen, selbst ihre Stärken und Schwächen zu erkennen um sie in die Lage zu versetzen, sich auf die wichtigsten Bereiche des Plans zu konzentrieren. Wir wollen in den nächsten zwei Jahren sowohl für den Kontinent als auch für die einzelnen UPAP/PAPUA-Mitglieder den Durchbruch erreichen.

*Kofi Dua-Adonteng,
Stellvertretender Generaldirektor der Post von Ghana
und derzeit Vorsitzender des Verwaltungsrates des UPAP/PAPU*

«Die afrikanischen Postbetreiber werden den Plan als Leitfaden in Bereichen einsetzen, in denen eine Reform dringend erforderlich ist.»

*Khutso Mampeule,
Generaldirektor der Post von Südafrika*

Ich verpflichte mich zur Einhaltung der strategischen Prioritäten des Plans im Aktionsplan 2006–2008 der Post von Madagaskar.

*Bruno Andriantavison,
Telekommunikations-, Post- und Kommunikationsminister von Madagaskar*

Das IPS-AICEO-Projekt entspricht absolut dem Postentwicklungsplan für Afrika und ist Bestandteil seiner drei Dimensionen.

*Rui Marques,
Generalsekretär des Verbandes der Post- und Telekommunikationsbetreiber
der Portugiesisch sprechenden Länder und Territorien (AICEP)*

Foto:

Der Universaldienst der Post kann das Internet zu seinem Nutzen einsetzen. Die Aufstellung von Endgeräten in Postämtern vereinfacht amtliche Wege, was bisher nur in Haupt- bzw. Grossstädten möglich war.

Die Post im Jahr 2012

Was bringt die Zukunft?

Rhéal LeBlanc

«Vorhersagen sind ausserordentlich schwierig, vor allem was die Zukunft betrifft», meinte Niels Bohr, dänischer Nobelpreisträger für Physik. Es stimmt ja, dass es trotz verlässlichster Daten oft schwierig ist, festzustellen, wohin die Geschichte uns führen wird. Einige Imponderabilien können auch die beste Kristallkugel in die Irre führen.

Wie können wir also vorhersagen, wie sich die Zukunft des Postsektors in den nächsten fünf, ja zehn Jahren gestalten wird? Vor nicht allzu langer Zeit sprachen Kritiker unseres Gewerbes vom endgültigen Aus für die klassische Post, sie würde ganz einfach von einigen wenigen Privatunternehmen, die sich wie Raubvögel auf sie stürzen würden, verschluckt. In jüngster Zeit haben wir aber gesehen, dass Postunternehmen noch sehr stark sein können, einige von ihnen – so die Deutsche und die Niederländische Post – haben selbst einige dieser so gefürchteten Privaten geschluckt, andere wiederum haben die neuen Technologien zur Modernisierung ihrer Dienste oder zur Einführung neuer Dienste genutzt, um so besser den Wünschen ihrer Kunden entsprechen zu können.

Im Vorfeld der Strategiekonferenz des WPV, 16. bis 18. November in Dubai, versuchen Experten die Identifizierung jener Tendenzen des Postsektors, die es allen daran Beteiligten ermöglichen könnten, ihren Weg in die Zukunft zu finden und die Poststrategie vorzubereiten, die vom Weltpostkongress 2008 in Nairobi verabschiedet werden soll.

Als Anstoss zur Debatte wird die Strategieplanungsgruppe des WPV der Oktobertagung des Verwaltungsrates einen von den Vereinigten Staaten ausgearbeiteten Bericht vorlegen. Dieser enthält die wesentlichen Einflussfaktoren für die zukünftige Ausrichtung des Postsektors und eine Definition der Rolle des WPV bis zum Jahre 2012 und dürfte zu lebhaften Diskussionen und einem regen Gedankenaustausch in Dubai, aber auch in Nairobi führen.

Erste Feststellung der Gruppe: Der Postsektor hat sich so stark entwickelt, dass nationale Postbetreiber nicht mehr allein den Markt bestimmen. Regierungen, Regulierungsbehörden, Kunden, andere Betreiber, Lieferanten sowie regionale und internationale Organisa-

tionen werden sich zweifellos in Zukunft immer stärker einbringen.

Durch Herausarbeitung jener Faktoren, die den Sektor wahrscheinlich beeinflussen werden, weist der Bericht den Weg zum Übergang von der konventionellen Post zu vier möglichen Szenarien – je nach Tempo der Veränderungen im Einnahmenbereich: sehr langsame Veränderung (Entwicklung der Infrastruktur und Verbesserungen im Kerngeschäft), langsame Aufwärtsentwicklung (das gleiche besser machen), mittleres Veränderungstempo (die Dinge anders machen) oder rapide Veränderung (zu etwas anderem wechseln).

Der Autor des Berichts ist der Ansicht, dass sehr langsame Veränderungen dazu führen, dass viele Postbetreiber, vor allem in Entwicklungsländern, das konventionelle Geschäft weiterhin besonders fördern und zum Hauptfaktor der Wirtschaft ihres Landes machen werden. Langsame Veränderungen führen zu einem Postsektor, der sich kaum vom heutigen unterscheidet, kleine Änderungen wären einfach in laufende politische Entscheidungen und Programmen einzubauen. Mittleres Veränderungstempo andererseits könnte zu grösseren und weniger vorhersehbaren Umwälzungen führen. Der Postsektor muss sich als flexibel erweisen, wenn er auf sein neues Umfeld entsprechend reagieren soll, und es wird zu grösseren Unterschieden zwischen Postbetreibern kommen, wobei jeder seine eigene Art finden muss, auf die Bedürfnisse des örtlichen Marktes und das politische Umfeld einzugehen. Bei plötzlichen durch eine technische Revolution oder neue politische Vorgaben verursachten Veränderungen schliesslich kommt es zu einer radikalen Umwandlung des Marktes, sodass sich die Postbetreiber immer stärker vom klassischen Modell entfernen müssen, um konkurrenzfähig und autonom zu werden.

Im Bericht heisst es weiter, dass diese Veränderungen im Zusammenhang mit den politischen Entscheidungen der Regierungen zu sehen sind, von der Vorgangsweise der Regulierungsbehörden bzw. vom Grad der Liberalisierung der Post und den betrieblichen Massnahmen, die die Postbetreiber ergreifen, um sich an diese Veränderungen anzupassen. Hier gibt es drei Möglichkeiten: in traditioneller Art weiterzumachen, sich selbst in

Richtung eines hybriden Unternehmens zu verändern, oder aber den kommerziellen Weg einzuschlagen.

Und welche Rolle spielt dabei der WPV?

Wie entwickelt sich die Rolle des WPV im Lichte dieser Szenarien und strategischen Optionen? Die Autoren des Berichtes sind der Meinung, dass der WPV seinen Mitgliedern eine ganze Reihe unterschiedlichster Dienstleistungen anbieten müssen. In Ländern, in denen der Postbetreiber weiterhin bei seiner traditionellen Rolle bleibt, wird der WPV die Betreiber bei der Entwicklung und Modernisierung ihrer Infrastruktur, bei der Vervollkommnung ihrer Managementkenntnisse unterstützen, sich aber auch um die Abwicklung der Endvergütungen kümmern müssen. Dort, wo die Post zu einem hybriden Unternehmen wird, obliegt es dem WPV, sich auf Effi-

zienz und Verbesserung der Dienstleistungen, Technologietransfers, strategische Partnerschaften und Allianzen, Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen, Wahrung des Postgeheimnisses und Sicherheit bei der Entwicklung der Wertekette, vielleicht sogar Nachhaltigkeit im Sektor, zu konzentrieren. Was nun die rein kommerziell geführten Postunternehmen betrifft, wird sich der WPV vor allem mit internationalen Normen, der multilateralen und regionalen Zusammenarbeit und der Vertretung des Sektors in anderen internationalen Organisationen befassen müssen.

Kurz gesagt, der Postsektor hat sich in jüngster Zeit grundlegend verändert, und alles weist darauf hin, dass es so weiter gehen wird. Die Zukunft des Sektors muss gut vorbereitet werden – und daher ist die Debatte bei der Oktobertagung des Verwaltungsrates fortzuführen.

Weitere Informationen

Die Zukunft des Sektors wird in zahlreichen Studien, Büchern und Berichten behandelt. Die meisten von ihnen befassen sich ausschliesslich mit den Industrieländern, insbesondere in Europa, doch gibt es auch erste Artikel zu den Entwicklungsländern. Hier einige Beispiele dazu:

http://ec.europa.eu/internal_market/post/consultations_en.htm

Ergebnisse einer umfassenden von der Europäischen Kommission Ende 2005, Anfang 2006 durchgeführten Umfrage zur Entwicklung des Postsektors und zur Zukunft der EU-Politik bei Privaten und Unternehmen in 31 Ländern. Der Online-Fragebogen wurde von 3000 Privaten und 200 Unternehmen ausgefüllt zurückgesendet.

<http://www.fedma.org/img/db/EuropeanMMFINALJulyPUG.pdf>

The European Mail Manifesto: growth, partnership and innovation in a changing industry (2006), von Tim Walsh im Auftrag von Postal Users Group, einer ad hoc Gruppierung der grossen Postbenützer innerhalb der Federation of European Direct and Interactive Marketing. Nur in englischer Sprache verfügbar.

European Postal Landscape 2015

Von der Boston Consulting Group (www.bcg.com) im April 2006 veröffentlichter Bericht.

First Steps towards New Postal Economics Models for Developing Countries: Learning from the Latin American Experience, J. Ansón, R. Cuadra, A. Linhares, G. Ronderos und J. Toledano, Internationales Büro des WPV. Dieser Artikel wird in *Liberalization of the Postal and Delivery Sector* (Edgar Elgar Publishing, Cheltenham, 2007) erscheinen. Weitere Informationen sind bei José Ansón erhältlich (jose.anson@upu.int).

Foto:

Globalisierung, wachsendes Auslandsbriefaufkommen, Verstädterung, Konkurrenz und Management der Kundenbeziehungen sind die Faktoren, die die Zukunft der Post mitentscheiden werden.

Der Postsektor im Wandel

Die Zukunft aus Sicht der Experten

Welche Faktoren entscheiden in den kommenden fünf Jahren über die Zukunft der Post? *Union Postale* hat Experten verschiedener Bereiche des Postsektors dazu befragt. Hier ihre Ansichten:

Einwandfreie Qualität

Qualität ist in nächster Zeit der Schlüssel zur Zukunft der Post, denn sie fördert Vertrauen und schafft die zur Weiterentwicklung erforderlichen Bedingungen. Der Postsektor verfügt über zahlreiche Möglichkeiten, doch müssen die richtigen Umstände geschaffen werden, um sie alle zu nützen. Mit Magie kann sicherlich nichts erreicht werden. Eine der Bedingungen ist es, das Vertrauen von Geschäftswelt und Privatkunden zu gewinnen, ohne das Entwicklung unmöglich ist. Unter anderem ist für die Sicherheit der Beförderungskette, die Einhaltung der Zustelltermine und Garantien für alle Kunden Sorge zu tragen. Die Globalisierung des Handels erfordert ein weltweites Postnetz höchster Qualität. Es gibt Wachstumsbereiche, die erst am Anfang stehen, zum Beispiel das Online Shopping. Angesichts dieses beträchtlichen Wachstumspotentials ist es besonders wichtig, sich das Vertrauen der Kunden nicht von Anfang an zu verscherzen. Es gilt gerade jetzt, noch bevor verschiedene Kräfte des Marktes sich gegen den Postsektor wenden, vor allem aber bevor Sendungen anders als über das Postnetz befördert und zugestellt werden, zu handeln. Alles in allem aber hat die Post meiner Ansicht nach glänzende Zukunftsaussichten. Strategien und Aktivitäten sind umfassend zu entwickeln, zu berücksichtigen sind dabei Faktoren wie Sicherheit, Einhaltung von Normen und regelmässige Verfolgung und Ortung der Sendungen.

Generaldirektor Edouard Dayan

Entwicklung einmaliger aber unbedingt unternehmensgerechter Regeln

Wie jedes Geschäft, wird die Zukunft der Post von drei Faktoren bestimmt: dem Markt, der Konkurrenz und der strategischen Ausrichtung, und zwar immer im Rahmen von Regeln und Zwängen, darunter auch die Postregulierung. In fünf Jahren jedoch wird sich höchst wahrscheinlich alles um die Strategie drehen.

Ganz allgemein versteht man unter Strategie die Positionierung eines Unternehmens aufgrund seiner

Mittel. Suzanne Berger zeigt in ihrem Buch *Made in monde – Les nouvelles frontières de l'économie mondiale* (Verlag Editions du Seuil, 2006), dass die Globalisierung den Unternehmen eines bestimmten Sektors niemals ein einziges Modell aufzwingt, sondern dass jedes einzelne Unternehmen in seinem Bereich eine Vorgangsweise finden muss, die den eigenen «Unternehmensregeln» entspricht, d.h. es muss die entsprechende Mischung seiner Vorteile zu nutzen wissen.

Zur Mobilisierung der Ressourcen sind in der Wertekette allfällig anderen Unternehmen entsprechende Identifikation, Organisation und bestmögliche Nutzung aller ideellen und materiellen Möglichkeiten erforderlich. Es ist eine flexible, überprüfbare Vorgangsweise zu wählen, Flexibilität ist sowohl im Bereich Kapital als auch in jenem der Arbeitskräfte wichtig, vor allem wenn es sich um einen mit zahlreichen Unsicherheiten behafteten Bereich handelt, und zwar unabhängig davon, ob es sich um gefährdete Dienstleistungen wie der Briefsektor oder aber um Wachstumsbereiche wie Pakete und Finanzdienstleistungen handelt.

Anpassung an die durch Geschäftsregeln aufgezungenen Bedingungen erfolgt durch Ausdehnung des strategischen Spielraums auch in einem hinsichtlich Umfang, Mittel und Art des Unternehmens heterogenen Postsektor. Meiner Meinung haben die Postunternehmen im Allgemeinen und alle Postbetreiber im Einzelnen fünf Jahre Zeit, sich an die neuen Gegebenheiten anzupassen.

Paul Soriano, Präsident des Institut de recherches et de prospectives postales, Paris

Innovation ist der Schlüssel zum Erfolg

Im Laufe der nächsten Jahre stehen die Postunternehmen unserer Region vor der doppelten Herausforderung der Erhaltung eines erschwinglichen Universaldienstes der Post und des Angebots dieses Dienstes an möglichst viele Menschen, wobei zu bedenken ist, dass der Zugang zu einem solchen Dienst heute noch vielen Menschen verschlossen ist.

In den meisten Ländern unserer Region hinkt die Entwicklung der Post hinter der wirtschaftlichen Entwicklung her. Dieser Rückstand muss durch geeignete, der Region und der Bevölkerung entsprechende Veränderungen aufgeholt werden. Ausserdem sind neue Geschäftsbereiche einzuführen, um Marktanteile zu

gewinnen und damit die Einnahmen zu steigern. Die Post muss sich auf die Bereitstellung von den Kundenbedürfnissen angepassten und Einnahmefördernden Mehrwert-Logistikdiensten konzentrieren, um so Überschüsse in den Sektor investieren zu können. Ausserdem sollten alle Dienste kundenorientiert angeboten werden und alle Bearbeitungsschritte – von der Sortierung zur Zustellung – umfassen.

Postunternehmen müssen unbedingt das Internet für ihre Geschäftszwecke nutzen, kommerzielle Transaktionen online durchführen, dürfen dabei aber nicht auf die materielle Zustellung verzichten.

Angesichts dieser Herausforderungen sollten die Postunternehmen die wirtschaftliche Lage unserer Region nutzen, unbedingt aber ihre Dienste sowie die politischen und finanziellen Risiken vernünftig managen. Es ist durchaus möglich, die Post in Lateinamerika und der Karibik durch Innovation weiterzubringen, und ich bin überzeugt, dass wir diesen Herausforderungen gewachsen sind.

Serrana Bassini Casco, Generalsekretärin, Amerikanisch-spanisch-portugiesischer Postverein (UPAEP/PUASP)

Innovation und Diversifizierung

Die Fähigkeit zum Angebot integrierter Dienste ist der Schlüssel zum Erfolg im Postbetrieb. Angesichts der durch e-Mail und Wettbewerb hervorgerufenen Veränderungen gibt es für die Post nur einen Überlebensweg: Diversifizierung

Waren schon die letzten fünf Jahre hart, werden die nächsten fünf Jahre für manche Postunternehmen noch schwieriger. Besonders wichtig ist es, Geschäftsmodelle zu entwickeln, die sich auf die eigentlichen Stärken der Post stützen, wir müssen daher neue Produkte und Dienstleistungen einführen und erbringen, z.B. Gesamtservice der Post, Logistik, Direktvermarktung, Finanz-, Bank-, Kurier-, Postsparkassen-, Einzelhandels-, verbesserte Paket- und verschiedene Behördendienste. Jedes Land muss selbst die den lokalen Bedürfnissen und seiner Lage entsprechenden Produkte auswählen.

Im Wettbewerbsumfeld müssen die Postunternehmen aktiver vorgehen, wir können nicht damit rechnen, dass die Kunden angesichts der zahlreichen Möglichkeiten zur Deckung ihres Bedarfs automatisch zu uns kommen.

Die Fähigkeit eines Postunternehmens, sich neue Wege zur Diversifizierung seiner Dienste zu erschliessen ist für sein Überleben und seinen Erfolg entscheidend. Wer statisch verharrt, wird immer grössere Schwierigkeiten haben, jene aber, die frei und weitsichtig genug

sind, moderne Unternehmen zu führen, werden die Früchte des Erfolgs ernten.

*Abdullah Ibrahim Al Daboos,
Generaldirektor der Post der Emirate*

Harmonisierte Liberalisierung ist der Schlüssel zum Erfolg

Die europäische Vorgangsweise einer schrittweisen kontrollierten Liberalisierung der Postmärkte ermöglichte den öffentlichen Postbetreibern die Modernisierung und Vorbereitung auf den Wettbewerb bei gleichzeitiger Erhaltung des Universaldienstes.

Das Jahr 2009 als Frist zur vollständigen Liberalisierung des Postmarktes dürfte fair und vernünftig sein. Liberalisierung bietet die einmalige Gelegenheit zur Schaffung eines zeitgemässen, den Kommunikationsbedürfnissen der Wirtschaft und dem Konsumentenschutz entsprechenden Universaldienstes. Sie bietet aber auch alle Vorteile eines dem Wettbewerb offen stehenden, innovativen und effizienten Marktes mit reichlichen Auswahlmöglichkeiten. Einige Mitgliedsstaaten preschen schon heute vor und öffnen ihre Postmärkte noch vor dem für ganz Europa festgelegten Termin. Laut geltendem Postgesetz läuft die Exklusivklausel für die Deutsche Post Ende 2007 aus. Da die Schaffung eines einheitlichen europäischen Postmarktes gewisse Spielregeln erfordert, muss die Liberalisierung in der Europäischen Union sorgfältig abgestimmt werden.

Angesichts der Verfügbarkeit neuer Medien wie Internet, e-Mail und Mobilkommunikation, sollten moderne Universaldienstbestimmungen die Kunden und kleineren Unternehmen dort schützen, wo der Markt allein die erforderlichen Dienste nicht anbieten kann. Kommerzielle Versender, die 85% des Postmarktes ausmachen, profitieren am ehesten von einem der Konkurrenz offenen Markt.

Eine wesentliche Frage im Zuge der Liberalisierung ist die Finanzierung des Universaldienstes, wenn es keine reservierten Bereiche mehr gibt. Das Finanzierungsproblem kann durch eine Neudefinition der Verpflichtung zur Erbringung des Universaldienstes im Sinne des Konsumentenschutzes verringert werden. Sollte es dennoch zu einem Defizit beim Universaldienst kommen, sollte dessen Finanzierung unter Einhaltung fairer Wettbewerbsbedingungen und ohne Verzerrung des Marktes erfolgen.

*Klaus Zumwinkel,
Generaldirektor von Deutsche Post World Net*

Lasst uns auf unsere Kunden hören

Vor allem sollten auf den grössten europäischen Postmärkten wie Deutschland, Vereinigtes Königreich, Frankreich und Italien gleiche Regeln gelten, das heisst unter anderem, dass die Postbetreiber dieser Länder nunmehr endlich Mehrwertsteuer für ihre Dienstleistungen einheben sollten.

Andererseits bin ich davon überzeugt, dass Kundentreue der Schlüssel zum Erfolg sowohl der heutigen Postbetreiber als auch ihrer Herausforderer wie TNT Post ist. Wir müssen neue Kommunikationslösungen finden, z.B. die Kombination der klassischen und elektronischen Zustellung, und für unsere Produkte neue Mehrwertdienste entwickeln. Hören wir auf unsere Kunden und schaffen wir enge Bindungen zu ihnen, so ist uns der Erfolg sicher.

Mario Frusch, Generaldirektor, TNT Post Deutschland

Gute Managementstrukturen sind der Schlüssel zur Zukunft der Post

Die Globalisierung hat internationale Postvereinbarungen in Bedrängnis gebracht, denn der Übergang des Sektors vom öffentlichen in einen vorwiegend privat bestimmten Markt führte zu grossen Veränderungen. Neue internationale Mitspieler und Prozesse machen eine Anpassung des WPV an die veränderte Lage erforderlich. Die Entwicklung der Vertragswerke wird die Zukunft entscheidend beeinflussen.

Postunternehmen und internationaler Postverkehr werden die Liberalisierung überstehen, ja werden diese gestalten. Die Verpflichtung zur Erbringung des Universaldienstes verbietet ein Überhandnehmen der reinen Marktwirtschaft, daher werden internationale Regulierung und Liberalisierung miteinander einhergehen. Meiner Ansicht nach wird auch eine betriebsorientierte internationale Organisation des Postsektors entstehen. Änderungen der internationalen Managementstrukturen werden die Liberalisierung der Post und die Entwicklung des Sektors beeinflussen.

Da die Form dieser Strukturen heute noch nicht zu erkennen ist, stellt sich die Frage, welche internationale Organisation die Aufgaben und die Abstimmung übernehmen könnte, die heute vom WPV wahrgenommen werden.

Erstens muss es eine Organisation als Sprachrohr des Sektors geben, die die Post führen und auf längere Sicht gesund erhalten kann. Zweitens werden Veränderungen der internationalen Managementstrukturen bestimmen, ob die Post zu einer völlig unregulierten «Privatangelegenheit» wird oder ein notwendiges «öffentliches» Gut

mit einer Angebotspalette an Universaldiensten bleibt. Drittens bleibt festzustellen ob es vielleicht einen «dritten Weg» zwischen einer marktorientierten und einer öffentlichen Vorgangsweise gibt, oder ob die Post vollständig vom Privatsektor geschluckt werden soll. Internationale Massnahmen werden sich auf die nationale Lage auswirken und sind für die Entwicklung des Postsektors entscheidend.

Dr. Robert M. Campbell, Präsident und Vizerektor, Mount Allison University, Kanada

Setzen wir auf die Post der Zukunft

Die Investitionen von CVC in den Postsektor zeigen deutlich, dass wir von dessen Potential überzeugt sind. Zahlreiche Studien zeigen eine eindeutige Präferenz der Kunden für schriftliche Kommunikation, da Papier heute der einzige Träger für schriftliche Kommunikation ist, sind wir davon überzeugt, dass Kreativität diese Präferenz noch fördern kann.

In den nächsten fünf Jahren ist das Hauptproblem in Europa die Definition eines Rahmens zur Ausschöpfung des Potentials des Postsektors bei gleichzeitiger Erhaltung seiner so wichtigen Rolle für die Gemeinschaft. Die Postbetreiber sollten zusätzlich zur Bereitstellung qualitativ anspruchsvoller und erschwinglicher Dienste für Kunden ihres gesamten Tätigkeitsbereiches (Universaldienst) die Möglichkeit haben, massgeschneiderte, den Bedürfnissen ihrer Kunden angepasste Lösungen zu entwickeln. In diesem Rahmen sollte Rechts- aber auch finanzielle Sicherheit hinsichtlich der Deckung der Kosten des Universaldienstes gewährleistet sein.

Wichtig wäre auch die Untersuchung der Probleme in zweierlei Hinsicht: Sicherung der Erbringung der Universaldienste und Entwicklung neuer Produkte. Es sind entsprechende, dynamische Regulierungsmodalitäten zu entwickeln. Die traditionellen Beziehungen von öffentlichen Postbetreibern, Regulierungsbehörden und Regierungen sind zu überdenken und der neuen Situation anzupassen.

Die Zukunft des Postsektors liegt in seiner Fähigkeit, neueste, den Kundenbedürfnissen entsprechende Dienstleistungen nach üblichen Markt- und Handelsbedingungen anzubieten, gleichzeitig aber die Finanzierung des Universaldienstes zu sichern. Unter diesen Bedingungen ist CVC überzeugt, dass dem Postsektor eine glänzende Zukunft bevorsteht, die auch allen Kunden grosse Vorteile bringen wird.

Søren Vestergaard-Poulsen, Generaldirektor, CVC Capital Partner und Mitglied des Aufsichtsrates von Post Danmark A/S und De Post, Belgien

Ein Idealbild der Post

Jody Berenblatt

Wie könnte das Postnetz in Zukunft aussehen? *Union Postale* bat Jody Berenblatt von der Bank of America, Leiterin der Sektion Postanlässigkeiten bei der in Paris ansässigen Internationalen Handelskammer, um Darstellung ihres Idealbilds der Post. Für Jody Berenblatt, die aktiv an der Entwicklung der internationalen Beanschriftungsnorm S42 des WPV beteiligt war, müssen hoch entwickelte Adressiermethoden und der effiziente Einsatz neuer Technologien maximiert werden, um so das weltweite Postnetz – und damit das Leben von Postbetreibern und Kunden – möglichst zu erleichtern.

Stellen Sie sich den grenzenlosen Ozean als Modell für den Handel über die Post vor. Ein Märchen wird Wirklichkeit, zahllose wirtschaftliche Probleme sind plötzlich ganz einfach zu lösen. Regelmässige, verlässliche Zustelleistungen machen uns frei, wir können uns auf geschäftliche Möglichkeiten, z.B. die Einrichtung eines mehreren Ländern, wenn nicht der ganzen Welt zugänglichen Anschriftenänderungssystems oder eines grenzüberschreitenden Validierungsverfahrens für Adressen, konzentrieren.

Kurz gesagt, mit entsprechenden Änderungen der Bestimmungen kommt es zu Steigerungen des Postaufkommens, entsteht ein gesunder Wettbewerb mit allgemein positiven Ergebnissen. Schriftverkehr bleibt als Mittel zur «Basiskommunikation» bestehen, für Werbungs- und Marketingzwecke wird eine Mischung verschiedener Medien eingesetzt, und damit bleibt die Post für Einzelpersonen sowie Klein- und Mittelbetriebe erschwinglich.

Die ideale Post bietet absolute Dienstqualität, und um sich davon zu überzeugen verfügt der Kunde über Track und Trace-Daten. Der gesamte Sendungsstrom fliesst ruhig und ohne Unterbrechung vom Drucker zur Post. Die erfassten Leistungsdaten werden für alle Sendungsarten im Web veröffentlicht, Ergebnisse nach Kategorien wie einzelne Geschäftskunden (Firmen-ABC), Fachbereichen (z.B. Finanzsektor oder Einzelvertrieb) oder Sendungsart (Brief oder Paket) zusammenfassend dargestellt.

Die Postdaten werden ausserdem auch für Geschäftszwecke in unterschiedlicher Aufbereitung zur Verfügung gestellt. Da gibt es unter anderem Beschreibungen der verschiedenen Zustellmöglichkeiten für Unternehmen, öffentliche Ämter, das Militär, Private (Wohnungen, wo-

bei unterschieden wird zwischen Mehrfamilienhäusern und Einfamilienhäusern) und Universitäten.

Verwendet werden für diese verschiedenen Zustellmöglichkeiten verschiedene Anschriftenformate. Für jede dieser Kategorien gibt es weiters unterschiedliche Übersiedlungsraten und jeweils angepasste beste Adressenbearbeitungsverfahren.

In den Vereinigten Staaten übersiedelt jedes Jahr ungefähr 17% der Bevölkerung, im Vereinigten Königreich 10%. Wie hoch ist der Anteil der Einwohner eines Landes, die ein Adressenänderungsformblatt ausfüllen? In den Vereinigten Staaten verursachen laut Schätzungen des USPS unzustellbare beanschriftete Sendungen Kosten von 1,9 Milliarden US-Dollars, ungenaue Anschriften 0,2 Milliarden. Man stelle sich die Höhe dieser Zahlen weltweit vor...

Internationale Adressierung . . . eine Norm fürs Leben

Briefe sind ein wichtiges Kommunikationsmittel zum Aufbau und zur Erhaltung von Beziehungen, doch ist der Aufbau einer Beziehung mit jemandem, von dem man nicht weiss, wo er sich aufhält, unmöglich. Daher ist eine effiziente internationale Beanschriftung so wichtig.

Der Standardisierungsausschuss des WPV verabschiedete im ersten Trimester 2006 die Norm S42, die das richtige Format der Bestimmungsanschrift definiert, die laut der Post des Bestimmungslandes die korrekte Zustellung der Sendung garantiert.

Die Postfamilie sollte für diese und mit dieser Norm S42 werben, da sie sowohl den Postbetreibern als auch den Kunden grosse Vorteile bringt. In einer vollkommenen Welt stützt sich die voll entwickelte Marktumfassende Software auf die Adressendatenaustausch-Spezifikation (Address Data Interchange Specification – ADIS – siehe unter www.idealliance.org) oder ähnliche Datenübertragungsmittel durch Automatisierung zahlreicher Daten zu Namen und Anschriften sowie Versandart aufgrund der Norm S42.

Zur Verwirklichung dieser «Postutopie» müssen die elf Länder, die die Norm bereits anwenden (Australien, Brasilien, Chile, Finnland Frankreich, Marokko – französisch und arabisch –, Neuseeland, Niederlande, Venezuela und Vereinigtes Königreich) die anderen Länder

dazu bringen, jedermann Zugriff zu einer Datenbank aller Zustelladressen ihres Landes zu gewähren. Weitere Vorteile, wie die Validierung der Anschriften über .post Webseiten für Geschäfts- und Privatkunden mit nationalen und internationalen Aussendungen würde eine eindeutige Identifizierung und Wartung aller Zustelladressen erlauben. Im Falle grosser Katastrophen wäre leicht festzustellen, welche Zustelladressen nicht bedient werden können.

In einer idealen Postwelt werden Sendungen vollautomatisch bearbeitet. In Gegenden mit hohem Auslandsaufkommen werden allgemein lesbare Strichcodes an allen Austausch- und Übergabestellen des Netzes verwendet. Die genaue Verfolgung von Containern und Beförderungsmitteln (Flugzeug, Eisenbahn, LKWs usw.) erlaubt eine Gesamtsicht auf den Zustellzyklus. Routinemässig werden Strichcodes auf einzelnen Sendungen sowohl für die Sortierung als auch für die Verfolgung genutzt, was massgeschneiderte Kundenorientierte Daten ergibt. Gesammelte Daten spiegeln genau die gesicherte Bewertung der Zustelleistungen im In- und Ausland und helfen den Absendern und der Postgemeinschaft, ihre Tätigkeit besser zu organisieren. Die Dienstqualität stützt sich auf Standards für die verschiedenen Ebenen (regional, national und international).

Zur Verbesserung der Verfolgung von Adressenänderungen könnten Gemeinschafts-Datenbanken für Anschriftenänderungen kurzfristig von Postunternehmen, die sich dazu bereit erklären, getestet werden, wobei die einzelnen Unternehmen ihre eigenen Daten überprüfen und sie möglichst rasch an die anderen weitergeben. Langfristiges Ziel des Projektes ist es, Privatpersonen dazu zu bringen, der Post jede Änderung ihrer Anschrift bekannt zu geben (um so den Prozentsatz solcher Meldungen von 50 auf 99% anzuheben). Auch soll es zu einer Senkung der den Postunternehmen aufgrund von Adressenänderungen erwachsenden Kosten führen, und schliesslich zur Ermächtigung von Unternehmen zur Einsicht in internationale, jeweils von den betreffenden Ländern gewartete und gesicherte, Anschriftenänderungsdateien.

Derzeit wird ein Projekt zu den Vorgangsweisen der Postunternehmen bei Unzustellbarkeit beanschrifteter Sendungen geprüft, um dem WPV die Ausarbeitung von Empfehlungen zu diesem Problemkreis zu ermöglichen.

Eine vollständige Liste aller von den einzelnen Postbetreibern angebotenen Produkte und Dienstleistungen wäre ebenfalls ein guter Einstieg in eine Zukunft, von der wir heute nur träumen können.

Geldüberweisungen und Migration

Internationale Migrationsorganisation und Weltpostverein auf der gemeinsamen Suche nach Lösungen

Migranten vorrangigen Zugang zu verlässlichen und erschwinglichen Geldüberweisungsmöglichkeiten zu verhelfen ist sicherlich eine Herausforderung, doch weist alles darauf hin, dass solche Überweisungen ein grosses Entwicklungspotential für die ärmsten Länder der Welt und ihre Einwohner bieten. Der WPV hat dieses Jahr den Beobachterstatus bei der Internationalen Migrationsorganisation (IMO) erhalten und bemüht sich nunmehr zwecks entsprechender Gestaltung der Finanzdienste der Post um ein besseres Verständnis der Migrationsströme und der Bedürfnisse der Migranten. Beim im Juli 2006 in Genf abgehaltenen Seminar «Dialog mit der Post zu Migration und Entwicklung» unterstrich Ndioro Ndiaye, stellvertretende Generaldirektorin der IMO, die Rolle der Post bei der Lösung von Problemen des Geldtransfers.

Welches sind derzeit die besonderen Bedürfnisse der Migranten in Bezug auf Geldüberweisungen?

Besonders dringend wünschen sich die Migranten eine Senkung der Überweisungskosten, und dazu sollten unbedingt günstigere Wechselkurse eingeführt werden. Die meisten Transferinstitute wenden Wechselkurse an, die um mehr als 10% über jenen des Geldmarktes liegen, obwohl sie aufgrund der Mengenvorteile auch mit einer Marge von 3% recht gut verdienen könnten.

Die Kostensenkung darf jedoch die Sicherheit keinesfalls beeinträchtigen (die Kunden müssen Gewissheit haben, dass ihre Zahlungen nicht in Verlust geraten und dass allfällig auftretende Probleme fachgerecht gelöst werden), auch ist auf möglichst rasche Abwicklung von Geldüberweisungen zu achten. Kurzum, den Migranten gebotene Geldüberweisungsdienste sind sicher, effizient und erschwinglich zu gestalten.

Welche Weltgegenden haben heute den höchsten Bedarf an effizienten Geldüberweisungs- oder -auszahlungsdiensten für Migranten?

Besonders hoher Bedarf an effizienten Geldüberweisungsdiensten besteht in den am wenigsten entwickelten Ländern, den ärmsten und schwächsten Mitgliedern der internationalen Gemeinschaft. Über öffentliche und pri-

vate Betreiber werden in diesen Ländern von Migranten eingezahlte Beträge in Höhe von etwa 167 Milliarden USD zur Auszahlung gebracht, das sind Summen, die dem doppelten der öffentlichen Ausgaben für Entwicklungshilfe entsprechen. Geldtransfers sind daher für manche der am wenigsten entwickelten Länder eine bedeutende externe Einnahmequelle.

Die vielen am wenigsten entwickelten Länder in Afrika erfordern besondere Aufmerksamkeit für die Lösung der dringlichsten Bedürfnisse dieses Kontinents. Lösungen sind aber auch anderen Gegenden wie Asien und Lateinamerika anzubieten, da eine Verbesserung der Dienstleistungen in aller Welt erforderlich ist und selbstverständlich aller Welt zugute kommt. Dazu sind die Initiativen der am wenigsten entwickelten Länder zu prüfen um jene herauszufinden, die den Zielen am besten gerecht werden.

Welches sind die wichtigsten Probleme im Zusammenhang mit Geldüberweisungen?

Geldüberweisungen erfolgen zwar im privaten Rahmen, doch tragen sie nachweislich lokal, regional und national zur wirtschaftlichen Entwicklung bei, und damit zur Bekämpfung der Armut jener Länder, die Arbeitskräfte exportieren.

Zur besseren Nutzung der transferierten Mittel für die Entwicklung der Ursprungsländer in der Fremde arbeitender Menschen sind vor allem Informationen zu den Überweisungsströmen und -modalitäten, erforderlich, sowie zur allgemeinen Einstellung zu Sparen und Investitionen. Zum Beispiel stehen in etwa zwei Dritteln aller Länder Schwarzafrikas keine Daten zu einlangenden Geldüberweisungen zur Verfügung.

Eine weitere Etappe wäre die Förderung von Massnahmen zur Senkung der Kosten von Überweisungen und zur Verbesserung des Zugangs zu diesem Dienst sowie seiner Sicherheit. Die Senkung der Überweisungskosten und vereinfachter Zugang zu erschwinglichen, schnellen und sicheren Überweisungsmöglichkeiten sind nicht nur für Migranten von Vorteil, sondern könnten auch das Überweisungsaufkommen, das Begünstigten in den am wenigsten entwickelten Ländern zugute kommt, steigern.

Schliesslich sind Massnahmen zur unmittelbaren Stärkung der Auswirkungen der überwiesenen Mittel auf die mikro- und makroökonomische Entwicklung zu ergreifen. Angesichts der Tatsache, dass es sich dabei um private Mittel handelt, sollte ihr Entwicklungspotential für die am wenigsten entwickelten Länder durch Auffinden produktiver und wertvoller Investitionsmöglichkeiten besser genutzt werden, und zwar vor allem durch Vereinfachung der Unternehmensgründung durch Migranten, aber auch in jeder anderen Weise. Zu fördern wäre ausserdem die Erarbeitung einer Politik zur Förderung der Steigerung der Beiträge von Migrantenvereinen zur Entwicklung ihres Ursprungslandes.

Was könnte die Post Ihrer Ansicht nach zur Lösung dieser Probleme beitragen?

Für viele Kunden in Stadt und Land bieten öffentliche Postbetreiber einen besonders einfachen Zugang zu Geldüberweisungsdiensten. Im Zahlungsverkehr verfügt der Postsektor über drei wesentliche Vorteile: erstens anerkanntes Know-how und ein praktisch weltweit besonders gutes Image, zweitens das grösste Schalernetz der Welt, das den meisten Menschen der Welt allgemeine Postdienste aber auch und vor allem Finanzdienste zugänglich macht, und drittens einfache, sichere und erschwingliche Zahlungsprodukte.

Die von der Post angebotenen traditionellen Überweisungsverfahren (insbesondere die Postanweisung) sind jedoch veraltet und entsprechen kaum mehr der Kundennachfrage. Kunden vertrauen ihr Geld daher eher Instituten an, die elektronische Überweisungsdienste

anbieten. Diese Tendenz sollte umgekehrt werden, den Migranten sollten die Möglichkeiten der Post im Bereich der Geldüberweisungen wieder nahe gebracht werden.

Als offizielle Kanäle für Geldtransfers in die Heimat können die Postunternehmen mit ihrem grossen Netz eine Schlüsselrolle bei der Verbesserung der den Migranten gebotenen Überweisungsmodalitäten bieten.

Weltpostverein und Internationale Migrationsorganisation verpflichten sich zur Zusammenarbeit in den Bereichen Geldüberweisungen in die jeweiligen Heimatländer und der Migrationsströme. Was erwarten Sie sich davon?

In seiner Rede anlässlich der 91. ausserordentlichen Tagung der IMO in Genf unterstrich Edouard Dayan, Generaldirektor des Internationalen Büros des WPV, die wesentliche Rolle des Postsektors weltweit, der allen Migranten Zugang sichere, effiziente und erschwingliche Geldtransferdiensten anbietet. In diesem Zusammenhang beteiligt sich der Postsektor an der Bekämpfung der Armut in Entwicklungsländern und an der Förderung ihrer sozialen und wirtschaftlichen Entwicklung. Das Postnetz ist dazu besonders geeignet, seine Stärke sollte ein besseres internationales Management der Geldüberweisungen von Migranten erlauben, daher müssen IMO und WPV zusammenarbeiten, ihre Kenntnisse austauschen und neue Strategien entwickeln. Ich bin sicher, dass unsere gemeinsamen Bemühungen zur Lösung der mit Geldtransfers zusammenhängenden Probleme beitragen können.

Foto:

Die meisten Geldinstitute, die Überweisungsdienste anbieten, setzen dafür Wechselkurse an, die um mindestens 10% über dem Marktkurs liegen.

Im Gespräch mit Führungskräften der Post

Peter Bakker, Generaldirektor von TNT

Interview von Rhéal LeBlanc

Spricht man von den Niederlanden, denkt man sofort an Windmühlen und Tulpenfelder. Doch immer bekannter wird dieses Land in der Welt durch seine Post. Keiner kennt die Bedeutung des Wortes «Export» übrigens besser als Peter Bakker. Der 45jährige Generaldirektor von TNT steht an der Spitze einer Post- und Kurierfirma, die heute über Niederlassungen in sechzig Ländern in aller Welt verfügt und in über 200 Ländern tätig ist. Der holländische Post- und Kurierdienstbetreiber bereitet sich auf die weltweite Einführung der Markenbezeichnung TNT Group vor, die für Oktober dieses Jahres geplant ist. Das Unternehmen konzentriert sich auf die Zukunftsmärkte China, Indien, Russland und Brasilien. TPG, einer der ersten, bereits vor fast zwanzig Jahren privatisierten Postbetreiber hat kürzlich für das erste Halbjahr 2006 Einnahmen von 5,3 Milliarden Euro und Gewinne in Höhe von 426 Millionen Euro bekannt gegeben. Vergangenes Jahr waren es noch 402 Millionen.

Union Postale: Wie haben Sie zum Zeitpunkt Ihrer Ernennung zum Generaldirektor im Jahre 2001 die Zukunft der Post in Europa und in aller Welt gesehen? Haben sich Ihre damaligen Visionen bestätigt?

Peter Bakker: Zur Zeit meiner Ernennung zum Generaldirektor von TNT waren zwei Hauptrichtungen in der Entwicklung festzustellen: Die Liberalisierung des Europäischen Postmarktes und der Ersatz der traditionellen Briefpost durch verschiedene Formen elektronischer Kommunikation.

Damals erwarteten wir die schrittweise Liberalisierung in Europa, die mit der vollen Liberalisierung des Postmarktes im Jahre 2007 abgeschlossen werden sollte. Wohl erfolgte die Liberalisierung etwas langsamer, doch grundsätzlich lagen wir damals richtig. Grosse Märkte wie Deutschland und das Vereinigte Königreich haben bereits einige Liberalisierungsschritte gemacht, auch die Niederlande. Es kommt daher auf diesen Märkten zu einer zunehmenden Konkurrenz, bei der Neuankömmlinge Aufkommen von den offiziellen Betreibern abzweigen.

Unser europäisches Postnetz ist dafür ganz typisch. Im Laufe der letzten fünf Jahre hat es sich sehr rasch

entwickelt, letztes Jahr sogar den Aufkommensrückgang in den Niederlanden mehr als wettgemacht.

Auch durch Substitution konnte viel erreicht werden. Im Laufe der letzten fünf Jahre kam es in den Niederlanden zu einem Rückgang des Inlandspostaufkommens um zehn Prozent. Ein Drittel davon wurde durch Substitution verursacht, ein weiteres Drittel durch die Konkurrenz. Das letzte Drittel schliesslich ging dadurch verloren, dass aus wirtschaftlichen Gründen auf die Versendung von Briefen verzichtet wurde.

Union Postale: TNT ist heute weltweit aktiv. Wie gross wollen Sie eigentlich werden?

Peter Bakker: Wir wollen zum grössten paneuropäischen Postbetreiber werden, d.h., dass wir in allen grösseren Ländern Europas die zweite Stelle hinter dem nationalen Postbetreiber einnehmen wollen. Seit Jahren ist unser Joint Venture Spring weltweit Nummer eins bei der internationalen Geschäftspost. Wir wollen unsere Präsenz auf bestimmten Märkten ausserhalb Europas durch Allianzen mit anderen Postunternehmen verstärken.

Wir wollen auch unseren ersten Platz im innereuropäischen Expressverkehr halten, wollen die Nummer eins im innerchinesischen Expressverkehr, aber auch im Eilsendungsverkehr von China nach Europa werden. Wir wollen über unser asiatisches Strassennetz durch Verbindung der Länder von Südostasien und China eine führende Position in Asien erreichen. Auch in einigen grossen viel versprechenden Märkten wie Indien, mittlerer Osten, Afrika und Südamerika wollen wir die Ersten sein. Schliesslich wollen wir auf dem Expressmarkt für Sonderdienste eine führende Stelle einnehmen.

Union Postale: Ihr geplantes Joint Venture mit der japanischen Post im Bereich internationaler Expresssendungen ist, wie der Presse zu entnehmen ist, noch lange nicht unter Dach und Fach. Wie wichtig sind Ihre Beziehungen zur japanischen Post für die Ausweitung Ihrer Aktivitäten auf dem asiatischen Markt?

Peter Bakker: Sie sind sicherlich ein wichtiger Teil unserer Wachstumsstrategie in Asien, doch eben nur einer. Wie bereits erwähnt, machen wir über unsere Inlandsnetze

in China und Indien und unser asiatisches Strassennetz, ganz gute Fortschritte.

Union Postale: TNT hat gerade seinen Logistikzweig abgestossen. Warum dieser Ausstieg?

Peter Bakker: TNT Logistics nimmt als Logistikanbieter weltweit den zweiten Platz ein, und kann in bestimmten Bereichen beeindruckende Ergebnisse vorweisen: Erster Platz weltweit im Kraftfahrzeugsektor, erster Platz im Reifensektor in Europa und zweiter Platz in den weltweit sich rasch entwickelnden Konsumgüter- und High-Tech-Bereichen.

Logistik hat nicht viel mit dem Express- oder Postnetz zu tun. Das TNT Logistics Portfolio umfasst 1400 massgeschneiderte Einzelverträge mit Industriekunden. Der Wahlspruch von TNT Logistics lautet «Klarheit in einer komplexen Welt», damit sind Kreativität, Intelligenz und profunde Marktkenntnis verbunden. Vertragslogistik erfordert umfassende Managementkenntnisse für jeden einzelnen Vertrag und nicht nur solche für ein Gesamtunternehmen. Lösungen müssen zumeist für einen einzelnen Kunden gefunden werden. Logistik hat nichts mit einem Netz zu tun und passt daher nicht in die auf Netze konzentrierte TNT-Strategie.

Union Postale: TNT konzentriert sich auf Brief-, Paket- und Expresssendungen. Inwieweit wollen Sie sich mit elektronischer Kommunikation befassen?

Peter Bakker: Vergangenes Jahr haben die niederländischen Banken Rabobank, ABN AMRO, Postbank, ING Bank und TPG Post eine Vereinbarung zum Austausch und zur Bezahlung digitaler Rechnungen über das Internet-Bankensystem vereinbart. Dieser Dienst wird den Empfang und die Bezahlung von Rechnungen für Privatkunden, Unternehmen, aber auch Banken bedeutend vereinfachen. Das neue digitale Verrechnungs- und Zahlungsverfahren soll noch dieses Jahr eingeführt werden.

Die Möglichkeit der Begleichung digitaler Rechnungen über das Internet-Bankensystem trägt dem Bedürfnis der Kunden nach Geschwindigkeit, Bequemlichkeit und Sicherheit Rechnung. Die Kunden werden in Zukunft keine Zahlungsbelege händisch ausfüllen müssen, erhalten alle Einzelheiten zu Direktzahlungen von ihrem Konto im sicheren Umfeld des Internet-Bankensystems, und haben damit stets einen vollständigen Überblick über ihren Kontostand.

Die digitale Verrechnung bringt Firmen viele Vorteile durch beschleunigte und vereinfachte Abwicklung.

Ausserdem sinken damit die Druck- und Versandkosten. Banken werden immer weniger schriftliche Dokumente bearbeiten, was zweifellos zu einer Beschleunigung des Zahlungsverkehrs führen wird.

Union Postale: Im Oktober werden Sie Royal TPG Post in TNT Post umbenennen. TNT war ursprünglich eine australische Firma. Haben die Holländer keine Angst, einen Teil ihrer nationalen Identität zu verlieren? Warum wollen Sie die Post umbenennen?

Peter Bakker: Der niederländische Postbetreiber TPG Post blickt auf eine mehr als zweihundertjährige Geschichte zurück. Im Laufe dieser beiden Jahrhunderte waren wir ein wichtiger Teil der holländischen Geschichte. Königin Beatrix der Niederlande hat dies übrigens anerkannt, als sie die königlich niederländische Post ermächtigte, auch nach einer Namensänderung das Wort «königlich» in ihre Bezeichnung aufzunehmen. Ich glaube gefahrlos behaupten zu können, dass unsere 60 000 niederländischen Mitarbeiter keineswegs befürchten, nach der Umbenennung ihre nationale Identität zu verlieren. Wir haben auch sorgfältig geprüft, was unsere Kunden von einer Umbenennung unserer Post halten könnten und festgestellt, dass sie die Namensänderung absolut nicht stört.

Wir wollen ganz allgemein unter der Marke TNT laufen, da dies einen hohen Bekanntheitsgrad unserer Gruppe in aller Welt sichert. Ausserdem kommt es dadurch zu Synergien im Marketingbereich und zu einer besseren Information über die Dienste, die wir anbieten.

Union Postale: Die Niederlande werden die Post mit 1. Januar 2008 voll liberalisieren. Sind Sie sicher, dass die grossen Unterschiede, die derzeit zwischen europäischen Postbetreibern bestehen, ausgeglichen werden können? Was muss geschehen, damit es allenfalls so weit kommt?

Peter Bakker: Einer der Hauptpunkte, die diese Unterschiede derzeit prägen, ist die unterschiedliche Behandlung der verschiedenen Postbetreiber hinsichtlich der Mehrwertsteuer. Im Vereinigten Königreich und Deutschland z.B. wird auf Dienstleistungen des öffentlichen Postbetreibers keine Mehrwertsteuer verrechnet. Obwohl Royal Mail und Deutsche Post bezahlte Mehrwertsteuern nicht absetzen können, haben sie gegenüber Neuankömmlingen auf dem Markt bedeutende Wettbewerbsvorteile.

Angesichts der Ankündigung der vollständigen Liberalisierung der Post der Niederlande muss die

holländische Regierung entscheiden, ob trotz allfälliger Ungleichheiten an diesem Zeitpunkt festgehalten werden soll. Bisher haben wir keinen Grund anzunehmen, dass es bis dahin keine entsprechenden Regelungen zur Gleichbehandlung geben wird.

Union Postale: TNT beweist durch seine Partnerschaft mit dem Welternährungsprogramm und dem Umweltprogramm der Vereinten Nationen ein hohes soziales Gewissen. Welche Verantwortung übernehmen Sie als Mitglied des WPV, einer weiteren Sonderorganisation der Vereinten Nationen, im Bereich der Unterstützung der Entwicklungsländer bei der Stärkung ihres nationalen Postnetzes und damit des weltweiten Postnetzes?

Peter Bakker: Unsere Erfahrung mit der Unterstützung der Bemühungen anderer Betreiber um die Verbesserung ihres Managements, Marketings, Finanzwesens aber auch um die Regulierung war einer der Gründe für uns, besondere Initiativen zu ergreifen. Wir konzentrieren uns vor allem auf die Grundbedingung für die Entwicklung, die Ernährung der Bevölkerung. Daher haben wir vor fünf Jahren beschlossen, uns am Welternährungsprogramm der Vereinten Nationen zu beteiligen.

Was das Umweltprogramm der Vereinten Nationen betrifft, müssen wir angesichts unserer Stellung im Beförderungsbereich Verantwortungsbewusstsein an den Tag legen, d.h. natürliche Ressourcen sparsam einsetzen und Schadstoffe möglichst vermeiden. Daher unterstützen wir jede Massnahme, die der Umwelt und der Gesellschaft

nachhaltige Vorteile bietet. Eine unserer letzten Initiativen ist ein als «Schadstoffarmes Fahren» bezeichnetes Programm, im Laufe dessen wir unsere LKW-Flotte mit schadstoffarmen und energiesparenden Fahrzeugen ausstatten und all unsere Fahrer verpflichten, sparsam zu fahren.

Union Postale: Was bietet der WPV Ihrem Unternehmen und was bietet Ihr Unternehmen dem WPV?

Peter Bakker: Der WPV garantiert die Bedingungen für den Austausch von Sendungen des Universaldienstes mit allen Ländern der Welt. Der WPV verfügt über ein virtuelles Netz in alle Länder und Regionen des Globus. Selbstverständlich obliegt die Wartung und Weiterentwicklung dieses Netzes in erster Linie den nationalen Postbetreibern, doch ist beim WPV – und vor allem beim Internationalen Büro – heute ein starker Unternehmungsgeist festzustellen, sowie der ehrliche Wunsch zur Hebung von Dienstqualität und Effizienz mit Markt- und Technologieentwicklung Schritt zu halten. Darüber bin ich sehr glücklich. Wir bieten unsere Erfahrung an, denn vor fast zwanzig Jahren haben wir den steinigen Weg der Privatisierung eingeschlagen. Seither gelang es uns, einer der erfolgreichsten und kundenfreundlichsten Post- und Expressbetreiber der Welt zu werden und zu bleiben. Unser Beitrag zum WPV stützte und stützt sich auf diese einmalige Erfahrung. Ich bin davon überzeugt, dass wir als aktives Mitglied des Rates für Postbetrieb auch in Zukunft sinnvolle Beiträge zum Auftrag des WPV werden erbringen können.

Foto:

Peter Bakker, Generaldirektor von TNT.

Die Post, ist überall und für jedermann

Mit weltweit umfassender Qualität gewinnt man das Vertrauen der Kunden

Generaldirektor Edouard Dayan

Mein Motto lautet: Heute einen Brief oder ein Paket mit der Post versenden heisst nicht mehr eine Flasche ins Meer werfen. Die neuen Technologien haben der Post die Möglichkeit an die Hand gegeben, Sendungen von End zu End stets unter Kontrolle zu haben.

Das ist wichtig, denn heute stehen die Postbetreiber in aller Welt vor einer grossen Herausforderung – es geht um die Dienstqualität. Anlässlich des Weltposttages 2006, den wir wie jedes Jahr am 9. Oktober begehen, fordere ich alle am Postsektor Beteiligten auf, sich besonders um Qualität zu bemühen und die erforderlichen Mittel zu ergreifen, um sicherzustellen, dass die von ihnen angebotenen Dienste zur gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Entwicklung ihrer jeweiligen Länder beitragen, aber auch alle privaten und geschäftlichen Versender zufrieden stellen.

Es gibt viele Möglichkeiten zur Verbesserung der Dienstqualität, und der Weltpostverein bietet dazu laufend Unterstützung an. Er hat dies übrigens zur Priorität gemacht und handelt auf mehreren Fronten um in den drei Zweigen des weltweiten Postnetzes – klassische Post, elektronische Post und Finanzdienste der Post – bestmögliche Dienstqualität zu bieten, und zwar sowohl hinsichtlich Verfolgung und Lokalisierung der Sendungen als auch hinsichtlich der Leistungserfassung und der Sicherheit.

In diesem Sinne ist der Fonds des WPV zur Verbesserung der Dienstqualität ein einmaliges und im Rahmen der Vereinten Nationen einzigartiges Finanzierungs- und Entwicklungsinstrument. Der Fonds hat im Laufe von fünf Jahren etwa 280 Projekte zur Verbesserung der Postdienste in Entwicklungsländern und in den am wenigsten entwickelten Ländern finanziert. Diese Projekte betrafen vor allem Schnelligkeit und Verlässlichkeit der Postdienste, den Zugang zu den einzelnen Diensten, aber auch die Einführung von Kostenkontrollsystemen und die Preisgestaltung.

Es gibt einen engen Zusammenhang zwischen Standardisierung und Qualität. Standards vereinfachen das Zusammenwirken der Postnetze, begünstigen Neuerungen und senken die Kosten. Viele internationale Normen, von denen mehr als hundert durch den WPV ausgearbeitet wurden, tragen so zur Harmonisierung, zur Regelmässigkeit und zur Qualität der Postdienste in aller Welt bei. Normen werden aber nur dann wirklich wirksam, wenn sie von einer möglichst grossen Zahl von am Postbetrieb Beteiligten, vor allem die Betreiber und die Kundenvertreter, aber auch die Hersteller von Briefumschlägen, die Anbieter technischer Einrichtungen sowie die Zeitschriftenherausgeber, eingehalten werden. Will man den Kunden in einer globalisierten Welt den bestmöglichen Dienst anbieten, sind die Standardisierung der Bearbeitung, und Track und Trace der Sendungen unerlässlich.

Dank dieser Normen wird den Bestimmungsländern die Ankunft von Auslandssendungen im Voraus angekündigt, können auf einer Sendung im Benin angebrachte Strichcodes in China oder Brasilien eingelesen werden bzw. wird der in Kanada verwendete elektronischen Poststempel in Frankreich anerkannt. Standardisierte Mitteilungen zu den in rasanter Entwicklung befindlichen Finanzdiensten der Post können an Dienststellen im Ausland versendet werden. Schon im Jahre 2005 wurden mehr als eine Million elektronische Postanweisungen unter Verwendung von Standardnachrichten übermittelt. Standardisierung ist für die in aller Welt immer stärker gebrauchten verlässlichen und sicheren Geldüberweisungen unerlässlich. Menschen, die im Ausland arbeiten – 3% der Weltbevölkerung – ist die Möglichkeit zu bieten, Teile ihrer Ersparnisse rasch und zu erschwinglichen Preisen an ihre Familien zu übermitteln. Die so transferierten Beträge stellen die nach Direktinvestitionen zweitwichtigste Finanzierungsquelle für Entwicklungsländer dar.

Es wurden standardisierte Mitteilungen zur Optimierung der Zollbehandlung von Postsendungen

ausgearbeitet und verabschiedet. Seit Kurzem gibt es weiters einen weltweiten Standard für alle wesentlichen Bestandteile einer Postanschrift.

Noch bleibt jedoch viel zu tun, und wir dürfen unser Ziel niemals aus den Augen lassen. Weltweite

totale Qualität sichert das Vertrauen, das die Kunden in die Post setzen. Wir brauchen dieses Vertrauen zur Weiterentwicklung des postalischen Kommunikationsmarktes, und an uns, die wir im Postsektor tätig sind, liegt es, dieses zu gewinnen und zu erhalten.

Foto:

Die Menschen in Bern und die Besucher des WPV können nicht übersehen, dass der 9. Oktober Weltposttag ist. Ein 20 x 7 Meter grosses Plakat, das einige Wochen lang vor dem Internationalen Büro aufgestellt wird, wird nunmehr jedes Jahr darauf hinweisen.

Union Postale Bestellschein

Jahresabonnement: Schweiz CHF 12 Andere Länder CHF 21

Den Postverwaltungen können Sondertarife gewährt werden. Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an das Internationale Büro.

Ich bestelle _____ Jahresabonnement(s)

Zahlungsweise: Postanweisung
 Bankscheck (in Schweizer Franken und auf eine Bank in der Schweiz ausgestellt)
 Postüberweisung (30-820-4 Bern)
 Banküberweisung (143996-61-10, Credit Suisse, Bern)

Kreditkarte: American Express Visa Euro-/Mastercard

Kartenummer _____ Verfalldatum _____

Karteninhaber _____

Name des Abonnenten _____ Vorname _____

Postanschrift _____

Ort _____ Postleitzahl _____

Land _____ Unterschrift _____

Bitte senden an: Redaktion *Union Postale*, Weltpostverein, Postfach, 3000 BERN 15, SCHWEIZ

Mit seinen eigenen Worten

Was mir die Post bedeutet

Wenn sich die Postgemeinschaft auf den Weltposttag am 9. Oktober vorbereitet, ist die Frage berechtigt, was der Mann von der Strasse eigentlich von der Post hält. Für jemanden wie J.B. Jakavula aus Port Elizabeth in Südafrika ist die Post lebenswichtig. Er verlor 1969 das Augenlicht. Heute bringt ihm die Post regelmässig Bücher aus dem Ausland oder aus der südafrikanischen Blindenbibliothek in Grahamstown, das 130 Kilometer weit von seinem Wohnort entfernt ist. Die Sendungen erhält er absolut kostenfrei, da laut Bestimmungen des WPV mit einem weissen Klebezettel mit der Darstellung eines Mannes mit Stock und eines Briefumschlages versehene Blindensendungen kostenlos zu befördern sind.

«Vor einigen Jahren hat mich ein Mann mit seinem Gürtel ins Gesicht geschlagen und dabei meine Augen getroffen. Der Arzt erklärte mir, ich würde nie mehr sehen können. Da verfiel ich in Depressionen, das war für mich das Ende und ich glaubte, nie wieder irgendetwas tun

zu können. Ich sperrte mich den ganzen Tag zu Hause ein und wollte niemanden sehen.

Nach einiger Zeit wurde ich Mitglied der südafrikanischen Blindenorganisation. Dort erfuhr ich von der Blindenbibliothek und gleichzeitig, dass sie mir gratis Bücher zur Verfügung stellen kann um so zu verhindern, dass ich untätig bleibe. Ich konnte damals die Blindenschrift nur unvollkommen lesen, da ich sie gerade erst erlernte, was mein Leben vollkommen umkrempelte. Mit dem ersten Buch hatte ich noch grosse Schwierigkeiten, doch als ich es zu Ende gelesen hatte, wusste ich, dass ich wieder lesen konnte.

Diese gratis versendeten Bücher sind für Blinde sehr wichtig, die ja meist nur von einer Beihilfe leben und die Kosten für den Versand oder gar den Kauf von Büchern nicht aufbringen könnten. Diese Bücher sind für mich lebenswichtig, denn heute treffe ich mich mit vielen Menschen, besuche sie oder gehe zu Versammlungen. Ich kann jetzt überall mitreden, sodass ich geistig wach bleibe.»

Herausgeber: Juliana Nel
Chefredakteur: Rhéal LeBlanc
Redakteur: Jérôme Deutschmann
Redaktionssekretärin: Gisèle Läubli
Graphische Gestaltung: Gil Bez
Deutsche Übersetzung: Brigitta Novotny und Jeanne Gauster-Glaubauf
Abonnements: publications@upu.int
Druck: Benteli-Hallwag Druck AG, Bern
Weitere Sprachen: Arabisch, Chinesisch, Englisch, Französisch, Russisch, Spanisch

Anschrift:
 Union Postale
 Internationales Büro
 Weltpostverein
 Postfach
 3000 BERN 15
 SCHWEIZ
 Telefon: +41 31 350 33 10
 Fax: +41 31 350 31 77
 E-Mail: rheal.leblanc@upu.int

Die in den einzelnen Artikeln zum Ausdruck gebrachten Meinungen entsprechen nicht unbedingt jener des WPV. Nachdruck, auch auszugsweise, mit Angabe des © UPU *Union Postale* gestattet.

Neue Frankierungstrends

Jürgen Olschimke

Im Jahre 1840 wurden in England auf Anregungen von Rowland Hill die ersten Briefmarken eingeführt. Schrittweise trat die Briefmarke ihren Siegeszug um die Welt an. Die Entwertung erfolgte anfangs durch Handstempel. Zur Bewältigung des stark wachsenden Postverkehrs wurden bald handbetätigte Stempelapparate eingesetzt und ab 1867 die ersten von Robert Hinrichsen in Hamburg entwickelten Stempelmaschinen erprobt. Auf Dauer war aber auch dies nicht ausreichend, die Entwicklung von Absenderfreistempelmaschinen für die Post und die Kunden begann in den zwanziger Jahren. 1925 wurden die ersten Absenderfreistempelmaschinen mit einem Ortsstempel eingeführt. In den folgenden Jahrzehnten verbesserte sich zwar ständig die Technik, wesentliche Änderungen gab es aber nicht.

Im März 1998 wurden dann die Information Based Indicia (IBI) als neue Form des Nachweises der entrichteten Postgebühr eingeführt. IBIs benutzen einen zweidimensionalen Barcode, der neben einer Reihe von anderen Informationen sicherheitsrelevante Daten enthält. Im Gegensatz zu Abdrucken bisheriger Frankiermaschinen ist jedes IBI ein Unikat. Der Einschluss von Sicherheits-Elementen ermöglicht, die Indicia mit gewöhnlichen PCs und Druckern aufzubringen, die sogenannte PC-Frankierung beginnt sich ab August 1999 weltweit auszubreiten. Da die damaligen modernsten Absenderfreistempel aber oft auch schon mit Tintenstrahldrucksystemen ausgestattet waren, war es prinzipiell auch hier kein Problem den zweidimensionalen Barcode (2D-Barcode) in den Freistempelabdruck zu integrieren. Dazu wurde in einem Pilotversuch in Deutschland im November 1999 die neuen Frankierverfahren getestet. Bei dem Projekt handelte es sich um den Pilotversuch REMPI (Re-Engineering the Mailer – Post Interface). Beteiligt an diesem Projekt der International Post Corporation (IPC) waren die Firma Pitney Bowes und Neopost sowie die Deutsche Post und die englische Post. In Deutschland wurde dabei mit dem Pilotkunden Lufthansa AirPlus in Neu-Isenburg zusammen gearbeitet. Ziel des Projektes waren die Entwicklung und Verifizierung von allgemeingültigen IT-Verfahren bei kundenindividueller Serviceabwicklung im Briefbereich, die fälschungssichere Freimachung mit 2-D-Barcodes,

Erfassung von Prozessdaten im Kuvertiersystem, Abrechnungsverfahren im EDIFACT Format, Austausch von Plan- und Prozessdaten in diesem Format und deren Übermittlung über das Internet sowie eine zugehörige Informationsdatenbank und Servicelinks im Internet. Dazu wurden mit dem bereits erwähnten Pilotpartner Lufthansa AirPlus im Zeitraum Oktober 1999 bis März 2000 einmal wöchentlich Briefe mit den zu testenden Freimachungsvermerken produziert. Neben den bisherigen Absenderfreistempel der Lufthansa AirPlus aus Neu-Isenburg in klassischer Form befindet sich links oben ein weiterer schwarzer Freimachungsvermerk zu Testzwecken. Ausser den Namen der beteiligten (Pitney Bowes, Lufthansa AirPlus, Deutsche Post) befindet sich darunter ein schwarzer 2D-Barcode, daneben befindet sich die Sendungsnummer, die Währungsangabe, das Einlieferungsdatum, das Entgelt, die Sendungsart, ein Kontrollelement und die Kennzeichnung des Briefproduktionssystemes. Wie man leicht erkennt, hatte dieser Freimachungsvermerk schon fast alle wesentlichen Elemente des heutigen neuen FRANKIT-Abdrucks aus Deutschland.

Heute enthalten alle neuen Frankiersysteme, sowohl Frankiermaschinen und PC-Frankierungen wie auch Labeldrucker für Postschalter und Selbstbedingungssysteme einen 2D-Barcode in der Freimachung je nach Landesbesonderheiten etwas modifiziert zur eindeutigen Erkennung. Selbst ein Tracing und Tracking ist damit mittelfristig ohne Probleme möglich, wenn die jeweiligen Postverwaltungen in ihren Briefzentren erforderliche Technik installiert haben.

Aufgrund der vielfältigen Nutzungsmöglichkeiten sowohl für die jeweilige Postverwaltung, als auch für den Kunden selbst, wird sich dieser 2D-Barcode schrittweise und unaufhaltsam zumindest in den Industrieländern durchsetzen.

Es ist nur eine Frage der Zeit, bis in den ersten Ländern wie der Schweiz flächendeckend nur noch Frankiermaschinen mit 2D-Barcode zugelassen sind und die alten Maschinen ausgemustert werden müssen.

Unabhängig davon werden Briefmarken auch weiterhin ihre Existenzberechtigung und einen Nutzen für die jeweilige Postverwaltung haben.