

UNION POSTALE

Juni 2010

Der Postsektor im Vormarsch seit 1875

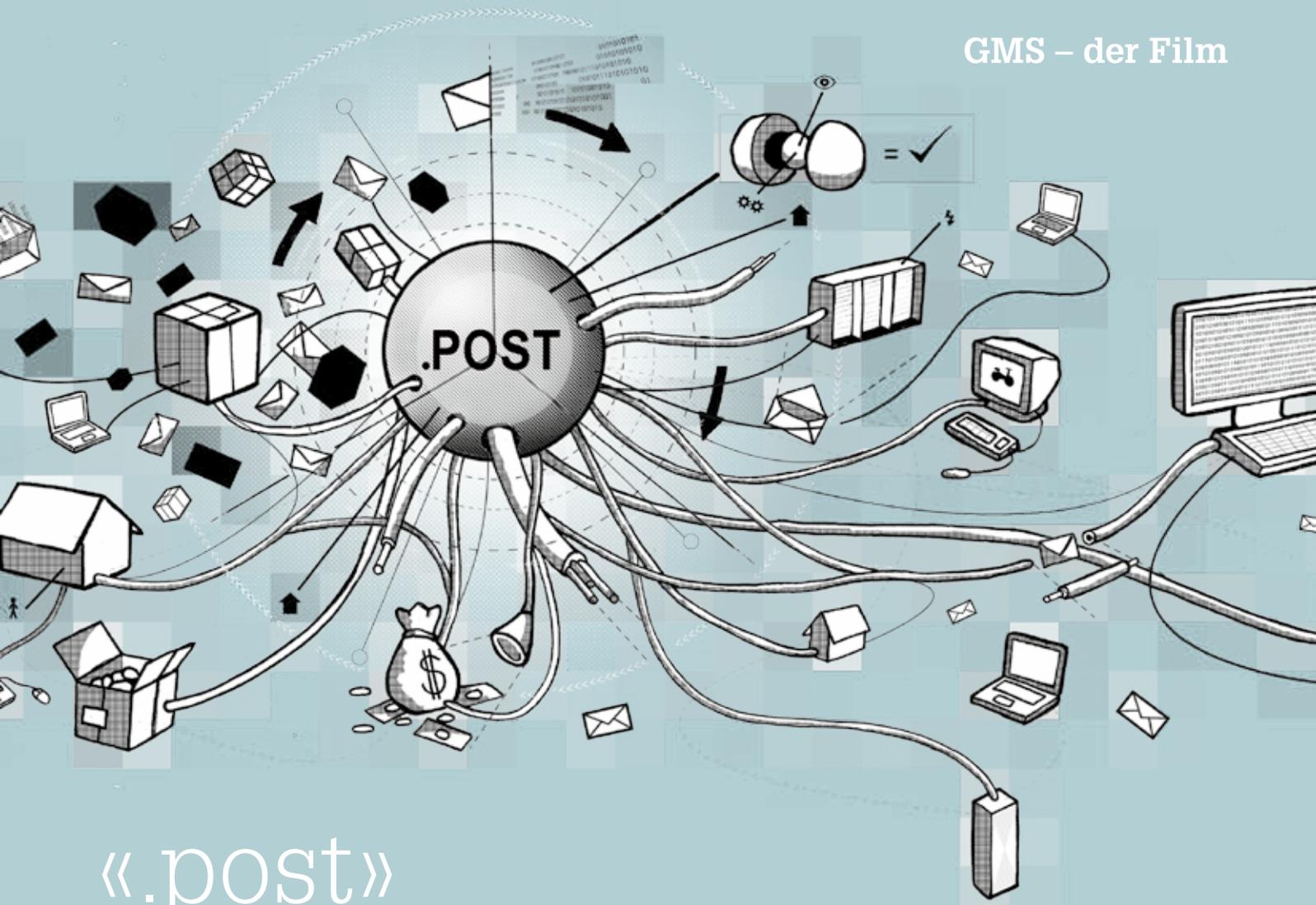


UPU, eine Sonderorganisation
der Vereinten Nationen

2

Bangladesch mit Vollgas in die digitale Zukunft

GMS – der Film



«.post» ist da!

Abonnieren Sie *Union Postale* jetzt!

Seit 1875 informiert *Union Postale* eine interessierte Leserschaft mit fundierten Berichten über Entwicklungen sowie aktuelle Themen und Geschehnisse aus der Welt der Post. Zu unseren Lesern gehören Regulierungsverantwortliche, Operations-Fachleute, Postangestellte und Poststrategieexperten gleichermaßen wie Zulieferer, Akademiker oder Philatelisten sowie viele andere an der Postindustrie interessierte Kreise. *Union Postale* erscheint in sieben Sprachversionen.

Abonnieren Sie *Union Postale* und erleben Sie gemeinsam mit vielen Tausenden begeisterten Lesern das 135-jährige Jubiläum unseres Magazins. Als Abonnent erhalten Sie vier Ausgaben dieser ganz in Farbe gedruckten Qualitätspublikation in der von Ihnen gewünschten Sprache. Für Private kostet ein Jahresabonnement (4 Ausgaben) von *Union Postale* 50 CHF. Postbetriebe und UPU-Mitglieder erhalten Sonderkonditionen.



Übermitteln Sie uns Ihre Bestellung jetzt per Fax unter +41 (0)31 350 37 11 oder E-Mail an faryal.mirza@upu.int. Dazu benötigen wir folgende Angaben:

Name:

Funktion:

Organisation/Betrieb:

Vollständige Postadresse:

E-Mail:

Telefon:

Fax:

Gewünschte Sprachversion:

Englisch

Französisch

Arabisch

Chinesisch

Deutsch

Russisch

Spanisch

Inhaltsverzeichnis

Titelgeschichte

Umsetzung einer Internet-Vision

Der Traum einer eigenen Top-Level-Domain für den Postsektor steht kurz vor seiner Verwirklichung 10

Features

Post trifft Politik

Der Einfluss der Politik auf das Postsystem stand im Zentrum einer kürzlich stattgefundenen Konferenz 14

GMS – der Film

Die UPU präsentiert stolz ihren allerersten Animationsfilm 16

Beliebte Papierausgabe von *Union Postale*

Die ersten Ergebnisse der Leserumfrage liegen vor 17

Zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen

Die Post weitet ihr Dienstleistungsangebot zunehmend in den Finanzbereich aus – und dies mit Erfolg, wie eine neue Studie zeigt 18

Menschen

Zurück auf die Strassen

Fritz Jean, Verantwortlicher des Prüfungs- und Aufsichtsausschusses im Postamt von Bas Peu de Choses, Port-au-Prince, Haiti, ist zwei Monate nach dem Erdbeben im Januar wieder im Einsatz 20

Das Interview

Mit Vollgas in die digitale Zukunft

Mobasherur Rahman, Generaldirektor von Bangladesh Post, berichtet von Geldüberweisungen über Mobilfunk, die den Unterschied ausmachen 22

Perspektive

Fünf Faktoren für eine erfolgreiche Postbank

Die französische La Banque Postale gibt Ratschläge 26

Rubriken

In Kürze 4

Leitartikel 5

Who's who 6

Umschau 29



Umschlag: workingclasshero

Juni 2010

Union Postale ist die renommierte Publikation des Weltpostvereins. Das seit 1875 in sieben Sprachen erscheinende Magazin berichtet über die Aktivitäten des Weltpostvereins sowie über Geschehnisse und Entwicklungen im weltweiten Postsektor. *Union Postale* enthält sorgfältig recherchierte Berichte über wichtige und aktuelle Themen, die den Postsektor betreffen, sowie Interviews mit führenden Persönlichkeiten aus der Welt der Post. Die in Farbe erscheinende Publikation wird an die Postbetreiber in den 191 Mitgliedsländern verteilt und dient einflussreichen Entscheidungsträgern als wichtige Informationsquelle.

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

Chefredakteurin: Faryal Mirza (FM)

Redakteur: Rhéal LeBlanc (RL)

Redaktionssekretärin: Gisèle Coron

Beiträge: José Ansón, Philippe Bajou, Amy Bracken, Caitlin Brown (CB), Jérôme Deutschmann (JD), Tobe Freeman, Rhéal LeBlanc (RL), Joëlle Toledano

Fotos: Alexandre Plattet, Marcel Bieri

Illustrationen: Daniel Lachenmeier, Sascha Tittmann, workingclasshero

Übersetzung: Michael und Bastiaan Visser

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

Druck: Weltpostverein, Bern (Schweiz)

Abonnements: publications@upu.int

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

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

Union Postale
Internationales Büro
Weltpostverein
Postfach
3000 BERN 15
SCHWEIZ

Telefon:
+41 31 350 35 95
Fax:
+41 31 350 37 11

E-Mail:
faryal.mirza@upu.int
Webseite:
www.upu.int

in aller Kürze



Foto: Marcel Bieri/keystone

Finanzielle Eingliederung

Neue Wege

Die Förderung von Best Practices, regulatorischen Rahmenbedingungen und umfassenden Studien über den Zugang zu Finanzdienstleistungen ist eine der wichtigsten Massnahmen, mit denen sich die Post in die Entwicklung einer Finanzdienstleistungspolitik einbringen kann. Zu diesem Schluss gelangte ein Runder Tisch, der in Bern zum Thema Finanzielle Eingliederung (Financial inclusion) im April einberufen worden war. Die illustre Runde umfasste Finanzgeber, Vertreter internationaler Entwicklungs- und Hilfsorganisationen sowie Spender.

Tamara Cook von der «Bill and Melinda Gates»-Stiftung meinte, dass die UPU ihre Forschungsarbeit fortsetzen müsse, sodass der Postsektor am Financial Sector Assessment Programme teilnehmen könne – einer gemeinsamen Initiative des

internationalen Währungsfonds und der Weltbank, die detaillierte Analysen erstellt zum Finanzsektor einzelner Länder und dessen Anteil am Wachstum und an der Entwicklung des jeweiligen Landes. Hayder Al-Bagdadi, Vertreter der Alliance for Financial Inclusion, meinte, dass es die Aufgabe der UPU sein müsse, gemeinsam mit den Zentralbanken zukunftsweisende Richtlinien zur finanziellen Eingliederung zu erarbeiten.

Kooperationsmodelle

Die Veranstaltung sorgte für viel Gesprächsstoff, zumal Finanzinstitute wie die Weltbank, Planet Finance und PostFinance International Development Erfahrungen austauschten, die sie mit den unterschiedlichen Modellen in Aserbaidschan, Brasilien, Indien und Südafrika gemacht hatten – Län-

dern, in denen Millionen von Menschen, oft aus den ärmsten Bevölkerungsschichten, nur dank der Post Zugang zu Finanzdienstleistungen haben.

Laut Pedro de Vasconcelos vom International Fund for Agricultural Development gehen 30 bis 50 Prozent der 300 Milliarden Geldüberweisungen, die jährlich getätigt werden, an Empfänger in ländlichen Gebieten. Die Überweisungen werden häufig über inoffizielle Vertriebskanäle getätigt und sind daher sehr teuer. Der Postsektor erfüllt deshalb eine wichtige Funktion als Anbieter grundlegender Finanzdienste, der es den Migranten ermöglicht, Gelder zu einem erschwinglichen Preis an ihre Familien daheim zu überweisen.

Usman Shettima, Vertreter der nigerianischen Zentralbank berichtete, dass man nach Wegen und Möglichkeiten suche, um 70 Prozent der ländlichen Bevölkerung Zugang zu Finanzdienstleistungen zu verschaffen. Doch bevor man entsprechende Partnerschaften eingehen oder mit potenziellen Finanzierungsträgern verhandeln könne, müssten funktionierende Kooperationsmodelle umgesetzt werden.

Und gemäss Antonique Koning, von der Consultative Group to Assist the Poor, müssen die von der Post angebotenen Finanzdienstleistungen und Mikrofinanzierungen transparent verwaltet und zu erschwinglichen Preisen angeboten werden. Das Schalterpersonal müsse zudem speziell geschult werden, damit sie beispielsweise Kunden, die zum ersten Mal ein Konto eröffnen, kompetent helfen können. **JD/RL**

Die Zahl

8500

Poststellenleiter von Bangladesh Post auf dem Land verwenden von ihrem Arbeitgeber zur Verfügung gestellte Mobiltelefone bei ihrer Arbeit.

Leitartikel

An der diesjährigen Session des Rates für Postbetrieb ging es mit Volldampf voraus, wie der Bericht in dieser Ausgabe zeigt. Die Top-Level-Domain «.post» stand im Mittelpunkt ausgiebiger Diskussionen und ist das Thema unserer Titelgeschichte. In unserer Rubrik Menschen schildern wir, wie es mit der Post in Haiti weitergeht. Das Interview zeigt dieses Mal, wie Bangladesch dank der innovativen Ideen der Post in Bereichen wie Geldüber-

weisung über das Mobiltelefon den digitalen Graben überbrückt. Zudem veröffentlichen wir neue Ergebnisse zu den Trends bei den Postfinanzdienstleistungen.

An dieser Stelle möchte ich mich herzlich bei Pedro Lahiguera bedanken, der den Schreibstift niederlegt, nachdem er während fast 50 Jahren *Union Postale* für uns ins Spanische übersetzt hat.

Faryal Mirza, Chefredakteurin

Global

Haiti Post wieder operativ

Die UPU konnte ihren Mitgliedstaaten mitteilen, dass Haiti Post den Postverkehr wieder aufgenommen hat. Seit dem 9. Mai ist der Karibikstaat wieder in der Lage, ein- und ausgehende internationale Postsendungen aus den 190 UPU-Mitgliedstaaten zu verarbeiten.

Als erstes wurde anfangs Mai der Postverkehr mit Frankreich und den USA wieder aufgenommen. Dass die Post in Haiti nach dem verheerenden Erdbeben bereits wieder operativ ist, ist den grossen internationalen Anstrengungen zu verdanken, die unternommen worden waren, um dem haitianischen Postunternehmen beim Wiederaufbau unter die Arme zu greifen.

Die UPU koordinierte die Hilfsaktion in enger Zusammenarbeit mit den Mitgliedstaaten, die in grossem Umfang finanzielle, materielle und personelle Ressourcen verfügbar gemacht haben, damit die Post in Haiti ihre Dienstleistungen wieder aufnehmen kann.

So wurde im SONAPI Park nahe des Flughafens von Port-au-Prince ein neues Austauschbüro – in der sämtliche ein- und abgehenden internationalen Postsendungen verarbeitet werden – errichtet. Die Posteinrichtung dürfte ihren Betrieb in den nächsten Wochen aufnehmen. Seit einem Monat befindet sich überdies ein internationales Team von Postexperten vor Ort, um der Post nach der Katastrophe wieder auf die Beine zu helfen. **RL**

Engere Postvereine

Investitionen in Dienstleistungsqualität

PostEurop und die UPU haben eine Vereinbarung über ein mehrjähriges integriertes Projekt zur Verbesserung des Postaustausches in Osteuropa erzielt. «Dieses Projekt schliesst nahtlos an die Lancierung des UPU-Postentwicklungsplans 2009–2012 für Europa und die GUS-Länder an, indem es die Fachexpertise der UPU mit dem regionalen Know-how von PostEurop zusammenbringt», sagt Botond Szebeny, der Generalsekretär von PostEurop, einem engeren Postverein, an den 48 europäische Postbetreiber angeschlossen sind.

Im Rahmen dieses gemeinsamen Projekts, welches auf der Methodologie von PostEurop basiert, wird die Einführung moderner Technologien, Qualitätssysteme und Instrumente zur Verbesserung der Dienstleistungsqualität technisch und logistisch begleitet. «Wir werden unsere Experten in die südosteuropäischen und Balkanländer senden, um ihnen das Know-how der westeuropäischen Staaten zu vermitteln», erklärt Szebeny.

Das Testen der Service-Qualität ist in Westeuropa gang und gäbe, besonders die kontinuierlichen Tests der UPU gelten als Standardprozedere. Dank einer gemeinsamen Initiative der UPU und von PostEurop, die so genannte europäische Matrix, konnte die Anzahl der getesteten Postversandrouten 2008 auf 136 erhöht werden. Leider vermochten die Testergebnisse noch nicht zu überzeugen, da weniger als 50 Prozent der Testsendungen die Zielwerte nicht erreichten. Daher lautet eines der Projektziele für dieses Jahr, den weltweiten J + 5-Standard der UPU für internationale Briefpostsendungen zu 80 Prozent einzuhalten.

Die Vereinbarung ist ein weiterer Meilenstein der engen Zusammenarbeit von UPU und PostEurop, die bereits bei der Bestandsaufnahme des CO₂-Ausstosses des Postsektors eng zusammengearbeitet haben. **JD**

Schreiben Sie uns!

Möchten Sie sich zu einem Artikel äussern, den Sie in *Union Postale* gelesen haben? Möchten Sie Ihre Ansicht oder Erfahrungen mit unseren Lesern teilen? Gerne hören wir von Ihnen! Wir freuen uns über Leserbriefe und möchten aus *Union Postale* eine Plattform für den gegenseitigen Austausch

machen. Schicken Sie uns Ihren Brief per Post oder per E-Mail (faryal.mirza@upu.int), versehen mit Namen, Adresse, Telefonnummer und E-Mail-Adresse. Die Redaktion behält sich das Recht vor, zur Veröffentlichung ausgewählte Beiträge allenfalls zu kürzen.

in aller Kürze

Who's who bei der UPU

Mittel zur Qualitätsverbesserung



Name Florian Bertschy

Funktion: Mitarbeiter Quality of Service Fund

Abteilung: Development Cooperation

Directorate

Nationalität: Schweiz

Mit dem Fonds zur Finanzierung der Verbesserung der Dienstqualität (Quality of Service Fund, QSF) der UPU werden Projekte finanziert, mit denen die Qualität der Postdienstleistungen in den ärmsten sowie in den Entwicklungsländern angehoben werden soll. Der Fonds wird aus den Endvergütungen gespeist, und die Gelder auf speziellen Konten verwahrt. Wenn ein Postbetreiber der Ansicht ist, er habe genügend Credits kumuliert, kann er dem QSF-Team einen Projektvorschlag unterbreiten. Das Team erhält jedes Jahr über 50 Projektanträge. Florian Bertschy und seine Kollegen analysieren die Vorschläge und stellen sicher, dass sie die QSF-Anforderungen erfüllen. Gegebenenfalls stehen sie dem Antragsteller mit Rat zur Seite. Überhaupt unterstützt das Team die Postbetreiber in allen QSF-Belangen, indem es ihre Fragen telefonisch oder per E-Mail beantwortet.

So konnte China Post vor kurzem ein Projekt abschliessen, in dessen Rahmen der Postbetreiber hunderte von Millionen US-Dollar in die Entwicklung einer Übersetzungssoftware investiert hat. Jetzt erfolgt bei China Post die Sortierung internationaler Briefsendungen, deren Adressierung mit chinesischen Zeichen erfolgte, maschinell – ein weiteres Projekt, das mithilfe des QSF verwirklicht werden konnte. «Dieses war eines der grössten Projekte, welches die QSF zu finanzieren hatte. Und für mich eines der aufregendsten», sagt Bertschy, der seit 2002 bei der UPU arbeitet.

Nach Abschluss eines Projekts evaluiert das Team die Umsetzung in Form nachfassender Berichte (Follow-up reports) und unangemeldeter Vor-Ort-Inspektionen. «Unsere Aufgabe ist es zudem, sicherzustellen, dass die Gelder korrekt eingesetzt werden, damit die Investoren das Vertrauen in den QSF nicht verlieren und ihm weiterhin Spenden zukommen lassen», sagte Bertschy. «Was mir am besten an meiner Tätigkeit gefällt?», Bertschy zögert nicht lange: «Der persönliche Kontakt. Während der Sitzungsperioden des Postbetriebsrats und des Verwaltungsrats schauen die Länderdelegierten immer wieder mal persönlich vorbei. Sie kommen, weil sie Rat suchen oder auch nur, um ein wenig zu plaudern. Es ist wirklich schön, den Menschen, mit denen wir zusammenarbeiten, von Angesicht zu Angesicht zu begegnen.» **CB**

Rat für Postbetrieb

Verbreitung des «Exporta Fácil»-Modells



Kleinstunternehmer haben gut Lachen. Foto: Rosa Lafosse

Das Exportförderungsprogramm Exporta Fácil hat in Brasilien, Peru und Uruguay riesigen Erfolg, was auch den Wirtschaftshilfsorganisationen und den Finanzgebern nicht verborgen geblieben ist.

So lautet jedenfalls der Tenor eines am Hauptsitz der UPU in April durchgeführten Workshops, der sich eben mit diesem Programm befasste. «Es ist klar, dass bei Initiativen zur Handelserleichterung der Postsektor unbedingt miteinbezogen werden muss», sagt Jan Hoffman, Leiter des Bereichs Handelserleichterung der Konferenz der Vereinten Nationen für Handel und Entwicklung (UNCTAD).

Am Workshop nahmen neben Vertretern der UNCTAD auch Delegierte der Welthandelsorganisation, des International Trade Centre, der Weltbank und mehrerer grosser Postbetreiber wie des United States Postal Service, La Poste (Frankreich), der Royal Mail und China Post teil. Im Zentrum der Diskussionen stand der positive Einfluss der Exporta Fácil-Initiative auf andere Wirtschaftssektoren dieser lateinamerikanischen Länder sowie die stark vereinfachten Prozesse für die Händler.

«Wir betrachten dieses Projekt als Benchmark, wenn es um Handelserleichterungen geht», meinte WTO-Ökonom Matthew Wilson. «Das Programm wurde 2009 an der Global Review of Aid for Trade erstmals vorgestellt und soll 2012 ausführlich analysiert werden.»

Der brasilianische Kommunikationsminister sowie Vertreter der brasilianischen Post, die in Bern anwesend waren, liessen wissen, dass sie die für die Umsetzung von Exporta Fácil erforderlichen Methoden und Ressourcen anderen Mitgliedstaaten offen legen würden. Ein entsprechender Leitlinienentwurf wird derzeit erarbeitet.

In Brasilien betrug das Exportvolumen 2009 insgesamt USD 184 Mio. (gegenüber USD 30 Mio. im Jahr 2001).

Das ursprünglich 1999 von der brasilianischen Post gestartete Exportförderungsprogramm wurde mittlerweile auf eine Anzahl südamerikanische Länder ausgeweitet. Das Programm erleichtert den günstigen Export von Gütern über das Postnetz und reduziert die administrativen Prozesse für die Händler erheblich. **JD/RL**

Auszeichnungen für Leistungsqualität

Anlässlich der jährlichen Versammlung der EMS-Kooperative im UPU-Hauptsitz vom letzten April wurden 38 Länder für die Qualität ihrer EMS-Dienste ausgezeichnet.

Noch nie seit 2005 wurden so viele Auszeichnungen überreicht (nahezu doppelt so viele wie 2008, als 18 Länder ausgezeichnet worden waren). Ausschlaggebend für eine Auszeichnung ist, wie ein Land hinsichtlich verschiedener Schlüsselindikatoren abschneidet, zum Beispiel rechtzeitiger Übermittlung oder Zustellung von Postsendungen.

Verbesserter Service

Im Jahr 2009 wurden 90 Prozent aller EMS-Sendungen rechtzeitig zugestellt. Vor zehn Jahren betrug die Rate noch 60 Prozent.

Gemäss Wendy Eitan, Vorsitzende der EMS-Kooperative, beweist dieser deutliche Anstieg, dass die Service-Qualität immer besser wird: «Die Anzahl der Auszeichnungen zeigt, dass unsere Mitglieder alles tun, um unseren EMS-Geschäfts-

plan erfolgreich umzusetzen. EMS-Dienstleistungen weisen grosses Wachstumspotenzial auf, und die Postbetreiber sind daher bestrebt, ihren Kundenkreis auszuweiten.»

Julia Bazukina, welche das Standard- und Messprogramm von EMS Unit, dem EMS-Sekretariat, überwacht, fügt hinzu: «Die einzelnen Länder tun viel in dieser Richtung, und wir haben denn auch gemeinsam mit unseren Mitgliedern zahlreiche Verbesserungsmaßnahmen umgesetzt.»

Russland, Ungarn und Singapur wurden von den anderen Mitgliedern der EMS-Kooperative für ihre Bemühungen im Bereich Kundenbetreuung ausgezeichnet, denn sie zeigten bei der Beantwortung von über ein internetbasiertes System gestellten Anfragen einen besonders hohen Qualitätsstandard.

Wahlen

Mit Brian Hutchins (USA), Kazou Kamishiro (Japan), Patrick Richon (Frankreich) und Frau Yu Zhou



**Aserbaidshan
Australien
Hongkong,
China
Macau, China
El Salvador
Grossbritannien
Irland
Japan
Kasachstan
Portugal
Republik Korea
Singapur
Schweiz**



**Belgien
China
Finnland
Israel
Italien
Kaymaninseln
Malaysia
Neuseeland
Schweden
Senegal
Spanien
Tschechische
Republik
Ungarn
Uruguay
Vietnam**



**Argentinien
Brasilien
Frankreich
Kanada
Malta
Mongolei
Slowakei
Thailand
Ukraine
Vereinigten
Staaten**

(China) wurden vier neue Mitglieder für eine zweijährige Amtszeit in das EMS Board gewählt, sodass das Gremium nunmehr elf Mitglieder zählt.

Bei EMS handelt es sich um den zurzeit schnellsten Postversanddienst. Der Service wird mittlerweile von weltweit rund 200 Postanbietern angeboten. **RL**

Rat für Postbetrieb

Senkung des Kohlendioxid-Ausstosses hat Priorität

Die Projektgruppe, die sich mit der nachhaltigen Entwicklung befasst (Sustainable Development Project Group) setzt ihre Arbeit an der Machbarkeitsstudie für die Einrichtung eines Systems zur CO₂-Kompensation unvermindert fort. Der vorgeschlagene Fonds würde Mittel bereitstellen, mit denen die Postbetreiber ihre Treibhausgasemissionen kompensieren können.

Der mit der Studie beauftragte Unterausschuss hat nun erste Ergebnisse vorgestellt. Vorgeschlagen wird ein gegenseitiger CO₂-Kompensationsfonds, an dem sich die Länder auf freiwilliger Basis beteiligen können. Die Fondsmittel würden dann in Projekte investiert, und

zwar gemäss den von der UPU formulierten Prioritäten hinsichtlich nachhaltiger Entwicklung.

Laut Stéphanie Scoupe, Assistentin des Vorsitzenden der Projektgruppe, würde sich der Postsektor mit der Einrichtung eines solchen Fonds als verantwortungsbewusster, proaktiver Vorreiter im Kampf gegen den Klimawandel positionieren, der durch Nutzung bestehender Ressourcen nicht nur seine Nachhaltigkeit unmittelbar verbessert (z.B. durch Modernisierung der Fahrzeugflotten, Förderung grüner Energie oder Wiederaufforstung), sondern auch zur wirtschaftlichen Entwicklung der Regionen, in denen die Postunternehmen tätig sind, beiträgt.

«Nachhaltigkeitsförderung mittels CO₂-Handel bedeutet auch klare und prüfbare Anlage- und Managemententscheidungen, Förderung der wirtschaftlichen und sozialen Entwicklung sowie aktive Bemühungen seitens der lokalen Postbetreiber», erläutert sie.

Die endgültige Studie wird dem Verwaltungsrat an dessen Sitzung im November 2010 zur Genehmigung vorgelegt, zusammen mit den ersten Ergebnissen der CO₂-Bestandsaufnahme für das Jahr 2010. Letztere bietet aktuelle Daten zum Ausstoss klimaschädlicher Treibhausgase durch den globalen Postsektor. **JD**

in aller Kürze

Rat für Postbetrieb

Das Wichtigste im Überblick



Mit Blick in die Zukunft. Foto: Marcel Bieri/keystone

An seiner Sitzung vom 12. bis 30. April in Bern hat der Rat für Postbetrieb zu einer Reihe von Sachthemen Entscheidungen getroffen, deren Umsetzung von der UPU jetzt vorangetrieben wird. Im Folgenden ein Überblick über die wichtigsten Beschlüsse.

«.post»

Der Rat für Postbetrieb verabschiedete Domain-Verwaltungsrichtlinien für «.post», der Top-Level-Domain (TLD) für die UPU, welche die Internet Corporation for Assigned Names and Numbers letzten Dezember bewilligt hatte. Es handelt sich um Richtlinien für die Zuteilung von «.post»-Domains an den Postsektor und Leitlinien für die Nutzung der TDL.

Endvergütungen

Es wurde ein Richtlinienpaket beschlossen, welches die Anwendung von mit Messsystemen (z.B. GMS – Global Positioning System – der UPU) ermittelten Leistungsergebnisse im Briefverkehr zur Berechnung der Endvergütungen regelt,

d.h. der Entschädigungen, die den Mitgliedstaaten für die Verarbeitung internationaler Briefsendungen zustehen.

Post-Sicherheit

Die UPU-Mitgliedstaaten unterstützen einen Vorschlag, der eine Anpassung der UPU Convention vor dem nächsten Weltpostkongress im Jahr 2012 vorsieht. Demnach sollen Lithiumzellen und -batterien in die Liste der Objekte aufgenommen werden, die mit internationaler Luftpost befördert werden dürfen, sofern sie die Verpackungsvorschriften der International Civil Aviation Organization und der International Air Transportation Association erfüllen.

Postdienste in Palästina

Die EMS-Kooperative hat Palästina Beobachter-Status zuerkannt. Das Gremium ist für die Weiterentwicklung von EMS zuständig, dem zurzeit schnellsten Postsendedienst. Dank des Beobachterstatus hat die Postbehörde Palästinas die Möglichkeit, von EMS-Schulungen zu profi-

tieren. Zudem lanciert das Direktorat für Entwicklungszusammenarbeit des Internationalen Büros ein Unterstützungsprogramm zur Förderung von EMS-Dienstleistungen. Seit dem Weltpostkongress von 2008 in Genf arbeitet die UPU an der Umsetzung eines Rahmengerichts, das es Palästina ermöglicht, direkten Postverkehr mit anderen UPU-Mitgliedern zu unterhalten. In den letzten beiden Jahren hat die UPU Palästina für Endvergütungen klassifiziert, sodass die palästinensische Post berechtigt ist, finanzielle Unterstützung aus dem Quality of Service Fund zu erhalten, um die Qualität der Dienstleistungen zu verbessern. Zudem wurde dem Auswechslungsamt in Ramallah ein internationaler IMPC-Code zugeteilt.

Finanzdienstleistungen

Der Rat für Postbetrieb genehmigte ein Dienstleistungsvereinbarungsmodell für Zahlungsanweisungen mit der Post. Die Vorlage wird einerseits für die staatliche Aufsicht in Bezug auf solche Dienstleistungen nützlich sein, andererseits den Bau von Auswechslungsämtern für die vorgesehenen Postbetreiber erleichtern und beschleunigen. Internationale Standards gewährleisten, dass die Dienstleistungsqualität bei Geldüberweisungen via Post genau definiert wird und die Auswechslungsämter hohen Sicherheitsanforderungen genügen.

Vereinbarungen

Die UPU schloss zwei Vereinbarungen mit anderen Organisationen ab. Ein mit dem engeren Postverein PostEurop erzieltes Abkommen soll die Qualität des Postverkehrs in den osteuropäischen Ländern verbessern. Die mit der International Organization for Migration abgeschlossene Vereinbarung betrifft den verbesserten Zugang von Wanderarbeitern zu Geldüberweisungen über das Postnetz. **RL**



Konzentriertes Zuhören. Foto: Marcel Bieri/keystone

Global

Korrekte Adressierung wichtig fürs Geschäft

Ein effizientes globales Adressierungssystem könnte das Leben für viele Unternehmen, aber auch Privatpersonen erheblich erleichtern, darüber waren sich alle Teilnehmer einer von der beratenden Kommission der UPU durchgeführten Konferenz einig. Die Kommission vertritt die Interessen der verschiedenen Anspruchsgruppen des Postsektors.

Postkunden- und Branchenvertreter nutzten die Gelegenheit, ihr Wissen zum Thema Adressierung auszutauschen, besonders im Hinblick auf die UPU-Initiative Addressing the world: an address for everyone. Die Konferenzteilnehmer debattierten darüber, wie eine präzisere Adressierung auf globaler Ebene die Anzahl unzustellbarer Postsendungen verringern und die Erbringung wichtiger öffentlicher Dienstleistungen – beispielsweise Notfalldienste – erleichtern könne. Ausserdem kamen die wirtschaftlichen Vorteile eines effizienten Adressierungs- und Postleitzahlensys-

tems zur Sprache, genauso wie die Frage, wie Standards und Technologie in dieser Hinsicht besser einzusetzen wären.

«Dazu müssen indes alle ihren Beitrag leisten: Die Kunden haben die Pflicht, sicherzustellen, dass ihre Adresse korrekt ist, die Postbetreiber müssen die dafür notwendigen Instrumente verfügbar machen», sagte Charles Prescott, der Vorsitzende der beratenden Kommission. «Der Sender muss der Post vertrauen können. Umgekehrt gilt das natürlich auch. Die Post geht davon aus, dass die Adresse korrekt ist. Dabei darf nicht vergessen werden, dass die Unternehmen zu den wichtigsten Postkunden zählen.»

Gemäss dem Entwicklungsprogramm der Vereinten Nationen sind 4 Milliarden Menschen vom Rechtssystem ausgeschlossen, weil sie keine gesetzlich feststellbare Identität besitzen, was direkt darauf zurückzuführen ist, dass keine Adressierungssysteme bestehen. Aufgrund fehlender Adressen und man-

gelhafter Adressierungsmethoden werden zudem Millionen Postsendungen nicht ausgeliefert, was zu höheren Verarbeitungskosten führt, die Dienstleistungsqualität beeinträchtigt und das Geschäftsleben behindert. Einer Umfrage der Media in Retail Group zufolge verursachen unzustellbare Lieferungen jährlich Verluste von bis zu 1 GBP Mrd. (USD 1,45 Mrd.).

Nützliche Tools

Gemeinden und Bauherren, aber auch Herstellern von Adressierungs-Software kommt ebenfalls eine wichtige Rolle zu, wenn es um die korrekte Adressierung geht. Angesichts der rund 130 verschiedenen Postadressenformate und Alphabete, die es auf der Welt gibt, herrschte bei den Konferenzteilnehmern Einigkeit darüber, dass internationale Postsendungen besser zu adressieren sind. Zu diesem Zweck hat die UPU Tools, wie die Datenbank Universal POST*CODE entwickelt, welche die Postleitzahlstrukturen der Mitgliedstaaten gruppiert. Ausserdem hat die Agentur der Vereinten Nationen den Adressierungsstandard S42 entwickelt, der die jeweils länderspezifischen Elemente einer Postadresse beschreibt.

Ein Land, das zurzeit stark von S42 profitiert, ist Südafrika. Es ist das erste Land, welches den Standard anwendet, um so die Dienstleistungen seines Postbetreibers, das South African Post Office (SAPO), zu verbessern. Dazu wurde in ländlichen Gebieten und Siedlungen jedem Haushalt eine sechsstellige Nummer zugewiesen. Bei einem Umzug «zieht die Nummer mit um». Der lokale Verantwortliche meldet den Umzug an das Post Office. Weitere Systemverbesserungen haben es SAPO ermöglicht, die Anzahl unzustellbarer Sendungen drastisch zu reduzieren und – nach drei Scandurchgängen – eine Annahmerate von 99 Prozent zu erreichen. **RL**



Umsetzung einer Internet-Vision

.....
Mit der Verabschiedung der Domain-
Management-Richtlinien durch den Rat
für Postbetrieb im April ist die Einführung
von «.post» – der Top-Level-Domain des
Postsektors – wieder einen Schritt näher
gerückt.



Der lange gehegte Traum einer eigenen Internetdomain ist für die Post in Erfüllung gegangen: Der Weltpostverein (Universal Postal Union, UPU) und die Internet Corporation for the Assignment of Names and Numbers (ICANN) haben ein Abkommen über eine eigene Top-Level-Domain (TLD) für den Postsektor unterzeichnet, sodass «.post» heute Wirklichkeit ist. Zur praktischen Umsetzung dieser Vision wurden nun die administrativen und operativen Leitplanken für die Zuweisung und Verwaltung der TLD festgesetzt. «Mit <.post> verfügen wir künftig über eine sichere und vertrauenswürdige Plattform für den Postsektor, die von der UPU kontrolliert wird. Sie umfasst physische, finanzielle, und elektronische Komponenten, welche die Basis für E-Commerce, E-Post und E-Government bilden werden», freut sich Paul Donohoe, der bei der UPU für das Ressort elektronischer Postverkehr verantwortlich ist.

Von
Faryal Mirza

Abbildung:
workingclass-
hero

Byte-Vision

Um sich der ganzen Palette von Geschäftsmöglichkeiten Gewähr zu werden, die sich den Mitgliedländern über eine eigene Internetdomain eröffnen, muss man sich die TLD am besten als iPhone des Postsektors vorstellen. «So wie das iPhone von Apple mehr ist als nur ein Mobiltelefon, ist <.post> mehr als eine Web-Domain», erklärt Donohoe. «Das iPhone hat es ermöglicht, Applikationen zu entwickeln, in denen Telefonie- und Internetfunktionen verschmelzen und sich im Beruf, für das soziale Networking oder den Konsum von Medieninhalten und Unterhaltung vielfältig nutzen lassen.

Apple hat eine Plattform erschaffen, die optimal auf die Bedürfnisse des modernen Verbrauchers abgestimmt ist», fährt er fort. «Die Vision der UPU im Hinblick auf <.post> geht in eine ähnliche Richtung: die Bereitstellung einer Plattform, mit der die Post nahtlos an die digitale Welt von Handel und Kommunikation anschliesst.»

Donohoe weist darauf hin, dass der Postverkehr seit jeher eine Schlüsselrolle für den Handel gespielt hat.

«Mit <.post> schlagen wir eine Brücke von der realen zur digitalen Welt und bringen somit Applikationen für Identity Management, E-Shops, E-Zahlungen, E-Formulare, sichere Mailboxen, für die Adressenverwaltung, Hybridpost, Werbe-Mailings und viele andere Bereiche zusammen, wie wir sie uns derzeit nicht einmal vorstellen können. Wir tun dies, indem wir Menschen und Unternehmen überall auf der Welt wichtige E-Services auf einer sicheren Plattform zur Verfügung stellen.»

In der Zwischenzeit richten sich die Bemühungen auf das konkrete TLD-Management. Wer für die Einrichtung einer eigenen «.post»-Domain in Frage kommt, ist bereits klar geregelt: Potenzielle Kandidaten müssen einer genau definierten Gruppe innerhalb des Postsektors angehören. Zu den wichtigsten zählen die UPU, deren Mitgliedstaaten, die engeren Postvereine und vorgesehene Postbetreiber. Andere Mitglieder des Postsektors können ebenfalls eine Domain-Adresse beantragen, sofern dies von der UPU autorisiert wird. Hierzu zählen andere Postbetreiber und Kommunikationsun-



ternehmen, welche die Erbringung von Postdienstleistungen unterstützen. In Zukunft soll der Kreis der Berechtigten erweitert werden. Dann könnten auch Direkt- oder Hybrid-Mail-Vertreiber, Logistikunternehmen, Geldüberweisungs- oder Bildungsinstitute auf den «.post»-Zug aufspringen.

Erste Gehversuche

Diese Regelung sorgt ausserdem dafür, dass die UPU ihre Funktion als «.post»-Hüterin weiterhin erfüllen kann. Denn als «Sponsor» der TLD entscheidet sie über alle Anträge für Domain-Namen. Dabei geht die UPU ihre neue Rolle als Verwalterin der globalen Post-Internetdomain recht pragmatisch an.

«Die UPU steht noch am Anfang dieses Prozesses und muss sich vertieft mit diesem komplexen Thema auseinandersetzen», sagt Oussama Rouatbi, Vorsitzender der E-Services-Gruppe des Postbetriebsrats. «Die wichtigste Herausforderung wird darin bestehen, die richtige Balance zu finden zwischen den grundsätzlichen Anforderungen an eine Internetdomain, die einerseits sicher und vertrauenswürdig hinsichtlich der Bereitstellung von Postdienstleistungen, andererseits integrativ und offen mit Blick für die gesamte «.post»-Community sein sollte», erklärt er.

Die UPU weiss jedenfalls, was zu tun ist. Falls alles nach Plan verläuft, dürfte die erste «.post»-Webseite bereits Ende 2010 aufgeschaltet werden.

Wenn Sie mehr Informationen wünschen, schreiben Sie an dotpost@upu.int.

Sprung ins kalte Wasser



Roger Higginson.

Der Postsektor verfügt mit «.post» jetzt über eine eigene Top-Level-Domain (TLD) – ein Thema, das auch an oberster Stelle der Traktandenliste der kürzlich abgehaltenen Sitzung des Rats für Postbetriebs stand. An diesen Sitzungen anwesend war auch Roger Higginson, Verantwortlicher für internationale Postbeziehungen im britischen Ministerium für Unternehmen, Innovation und Weiterbildung. Er erläutert im Gespräch mit *Union Postale* Grossbritanniens Interesse an dieser digitalen Entwicklung.

Weshalb ist Ihr Land an «.post» interessiert?

Roger Higginson: Das Internet ist eine riesige Erfolgsgeschichte. Deshalb waren wir höchst erfreut, als wir erfuhren, dass sich die UPU um eine TLD beworben hatte, denn wir sind der Meinung, dass sich dadurch grosses Potenzial für die Integration traditioneller Postdienstleistungen und elektronischer Kommunikationsformen ergibt. Die Nachricht, dass ICANN und die UPU nach langen Verhandlungen eine entsprechende Vereinbarung unterzeichnet haben, wurde von uns denn auch mit grosser Freude aufgenommen.

Aus welchem Grund sind Sie heute hier?

Jetzt, da es der UPU gestattet ist, «.post»-Domain-Adressen einzurichten, wollen wir in Grossbritan-

nien natürlich, dass daraus ein Erfolg wird – insbesondere wenn man bedenkt, wie viel harte Arbeit das Internationale Büro in dieses Projekt gesteckt hat.

Entscheidend wird sein, dass wir von den Partikularinteressen der einzelnen Gruppen und Ausschüsse des Verwaltungsrats und Postbetriebsrats loslassen können. Damit dieses Projekt für die gesamte Postgemeinschaft ein Erfolg wird, darf es keine exklusive Nutzungsrechte für die nationalen, für den Universaldienst besorgten Postbetreiber geben. Die TDL muss für sämtliche legitimen Anspruchsgruppen des Postsektors offen stehen, sowohl für private Unternehmen, die im Zuge der Postliberalisierung in der EU Postdienste anbieten dürfen, als auch für Anbieter, die in anderen Bereichen der Lieferkette tätig sind, seien dies nun Hersteller von Briefumschlägen oder Logistikunternehmen, die Briefpost vorbereiten, sortieren und ausliefern.

Welche Vorteile hat der Einschluss des gesamten Postsektors?

Die Beteiligung des gesamten Sektors bringt viele Vorteile: der Austausch von Best Practices und ein ungeheures Innovationspotenzial. Daneben gibt es noch andere Faktoren, welche der Kommunikationsrolle der Post zugute kommen.

Sollte die TDL aber nur einem geschlossenen Kreis von nationalen Anbietern vorbehalten bleiben, welche den Rest der Postwelt ausschliessen, wäre das wohl ein bequemer Weg, würde aber dazu führen, dass «.post» innerhalb weniger Jahre verkümmert und verschwunden sein wird. Und das will, glaube ich, niemand. In den anstehenden Debatten lautet die entscheidende Frage für Grossbritannien denn auch: Wird «.post» eine offene oder eine geschlossene Ge-

sellschaft sein? Natürlich gilt es für den Postsektor, den Begriff «Anspruchsgruppe» zunächst zu definieren, aber wir werden darauf drängen, diese Definition so offen und umfassend wie möglich zu formulieren.

Wie wird «.post» konkret genutzt werden?

Das wissen wir noch nicht genau. Aber das spielt auch keine so grosse Rolle, denn das Internet ist mit enormem Tempo exponentiell gewachsen, ohne dass dazu konventionelle und traditionelle Geschäftsmodelle notwendig waren. Wenn so viele Menschen das Internet mit so grossem Erfolg nutzen, dann sehe ich keinen Grund, weshalb der Postsektor weniger erfolgreich sein sollte – es wäre schon fast ein Armutszeugnis, wenn er dazu nicht in der Lage wäre.

Wie kann «.post» die Postdienstleistungen beschleunigen?

Nochmals: Die Mitgliedstaaten und das Internationale Büro dürfen jetzt nicht den Fehler begehen, in den kommenden Jahren jedes Detail in unzähligen Ausschüssen regeln zu wollen. Damit würde das Projekt garantiert abgewürgt. Im Gegenteil, wir müssen einfach ins kalte Wasser springen. Wir brauchen Strukturen, die genügend Flexibilität zulassen, um mit unvorhergesehenen Problemen umzugehen. Natürlich wird es Fehler geben und werden Pannen geschehen, zumal die ganzen Diskussionen über die Umsetzung von «.post» nicht von Internet-Experten, sondern von Leuten aus den Postverwaltungen geführt werden. Deshalb plädiere ich für Flexibilität bei der Implementierung. Die Vorgehensweisen können Schritt für Schritt festgelegt werden, das ist unbürokratisch und gibt uns die Chance, mögliche

Stolpersteine gegebenenfalls aus dem Weg zu räumen.

Ich habe Verständnis dafür, dass zurzeit ein Konzept für die rasche Umsetzung für nationale Regierungen, Aufsichtsbehörden und vorgesehene Postbetreiber vorangetrieben wird. Doch sollte die Öffnung für andere Anspruchsgruppen mit geringstmöglicher Verzögerung erfolgen, damit sie an diesem Projekt teilnehmen können. Wenn ihnen der Zugang zu «.post» in Zukunft verwehrt bleibt, dann haben wir letztendlich automatisch einen geschlossenen Kreis privilegierter Postbetreiber. Und daran dürfte langfristig niemand Interesse haben.

Kommt dabei Mechanismen wie der Beratenden Kommission der UPU eine besondere Rolle zu?

Ja, zweifellos. Dieser Ausschuss wurde ja eigens dafür ins Leben gerufen, damit auch Gruppen ausserhalb des Kreises der vorgesehenen Postbetreiber bei der UPU Gehör für ihre Anliegen finden und Input einbringen können, was angesichts der Marktliberalisierung unabdingbar ist. Überdies wird die UPU auf diese Weise auch weiterhin ihre wichtige Funktion als Sonderorganisation der Vereinten Nationen wahrnehmen können. Besonders wenn es darum geht, «.post» mit Werbemassnahmen bekannt zu machen, ist es von Vorteil, wenn man sich auf möglichst differenzierten Input und Gruppen, welche entsprechende Aufklärungsarbeit verrichten, stützen kann. Dies kommt vor allem in der Umsetzungsphase zum tragen. Es wäre ein Jammer, die denkbar besten Strukturen zu schaffen, ohne dass jemand diese nutzt, weil deren Bestehen – und noch schlimmer: deren Angebot – in der Öffentlichkeit kaum bekannt sind. **FM**

Post trifft Politik

.....

Der Einfluss der Politik auf das Postsystem stand im Mittelpunkt einer kürzlich von der Eidgenössischen Technischen Hochschule Lausanne (EPFL) durchgeführten Konferenz.

.....
**Von
Tobe Freeman**
.....
**Foto:
bekop**

Die Konferenz, die während der letzten Sitzung des Rats für Postbetrieb am Weltpostverein (UPU) stattfand, zeigte auf, wie die Post vermehrt unter den wachsenden Augen von Politikern, Lobbyisten und politischen Beratern operiert.

Botond Szebeny, Generalsekretär von PostEurop führte durch die Konferenz und hielt fest, dass Lobbying, Grundsatzpapiere und akademische Forschung in ihrer Funktion als Instrumente zur Umsetzung der politischen Erwartungen an Bedeutung zunehmen werden. Diese Instrumente, so Szebeny, würden Konsens zwischen Regierungen, Postbetreibern und der Öffentlichkeit herstellen. Und dieser Konsens wird schwer erkämpft.

Es wurde nie erwartet, dass eine Neuorganisation der Postsysteme, wie sie nach Reformforderungen in den 1980er-Jahren in Gang kam, einfach würde. Seit die 1988 verfassten Richtlinien der Europäischen Union einen einheitlichen Postmarkt verlangen, sehen sich insbesondere europäische Länder mit der Herausforderung konfrontiert, die Marktliberalisierung mit der kostenintensiven Bereitstellung von jedermann zugänglichen Diensten in Einklang zu bringen.

Wer ist zuständig?

Das brisanteste Thema ist die Einführung des privaten Wettbewerbs in den Postmarkt. «Zu Beginn waren die Mitarbeiter misstrauisch gegenüber der Tatsache, dass es überhaupt Wettbewerb gab», erklärt Jean-Noël Rey, Chef der Schweizerischen Post in den 1990er Jahren. Dem damaligen Bedürfnis nach grösserem Marktbewusstsein begegnete er, indem er dem Personal einen kurzen Film über global operierende Kurierdienste zeigte, die in Zürich und Genf tätig waren.

Aber der Wettbewerb bleibt nicht die einzige Herausforderung. Der Sprecher der Konferenz, Joost Van tomme, Leiter Strategie und Regulierung bei der belgischen Post, meinte, dass eine Vielzahl neuer und komplexer Angelegenheiten gegenwärtig Einfluss auf die Tätigkeiten der Postbetreiber hätte. Entscheidungsträger in den Postbetrieben müssen sich nun mit Umweltaufgaben, globalen Service-Trends und sogar Datenschutzfragen befassen.

All dies übe einen gewissen Druck auf die Führungsetagen der Postbetriebe aus, hielt Konferenzleiter Matthias

Finger, Professor an der EPFL, fest. Einerseits müssen Postbetriebe empfänglich sein für politische Angelegenheiten und diese neuen grundsätzlichen Belange, andererseits müssen sie sich im Wettbewerb in einem immer globaler werdenden Markt behaupten.

Vielleicht war es eine Reaktion auf diese Forderungen, dass Postbetreiber sich in den letzten drei Jahrzehnten grundlegend verändert haben. Bezeichnenderweise sind einige zu einer konzernähnlichen Organisationsstruktur übergegangen. Die Überführung in eine Unternehmensform habe den Postbetreibern ein gewisses Mass an Unabhängigkeit von den traditionellen Entscheidungsträgern in der Regierung verliehen, erklärt Finger, wodurch sie Veränderungen gegenüber offener geworden seien.

Finger fasste diese Veränderung in einem Modell zusammen, in dem die Regierung, Regulierungsbehörden und Postbetreiber voneinander unabhängige Rollen bei der Erbringung von Postdienstleistungen besetzen. In dem Modell sind die Regierungen für die Politik zuständig und überlassen es den Betreibern, praktische Lösungen zu finden, um die politischen Forderungen umzusetzen. Zwischen Regierung und Postbetreibern agiert eine unabhängige Regulierungsbehörde, die für die Umsetzung der Richtlinien verantwortlich ist.

So lautet zumindest die Theorie. In die Konferenz flossen auch die Erfahrungen der 191 UPU-Mitglieder ein: eine bunte Mischung von Entwicklungsländern sowie kleinen und grossen Industrienationen, die zu Wort kamen. Laut dem Konferenzteilnehmer Jörn Allardt vom finnischen Postbetreiber Itella «unterscheiden sich sogar innerhalb Westeuropas alle Postsysteme von Grund auf».

Neue Geschäftsbereiche

Auch wenn der Weg zur Diversifizierung und zu Reformen beschwerlich war, das Engagement von Postbetreibern bei neuen Geschäftstätigkeiten tröstet ein wenig darüber hinweg. Einige erwirtschaften bereits mehr als die Hälfte ihrer Einnahmen aus anderen Tätigkeiten als den herkömmlichen Zustellungen. Die physischen Postvolumen mögen rückläufig sein, aber die Nachfrage nach von der Post angebotenen elektronischen Kommunikationsmitteln und Finanzdienstleistungen steigt von Jahr zu Jahr.

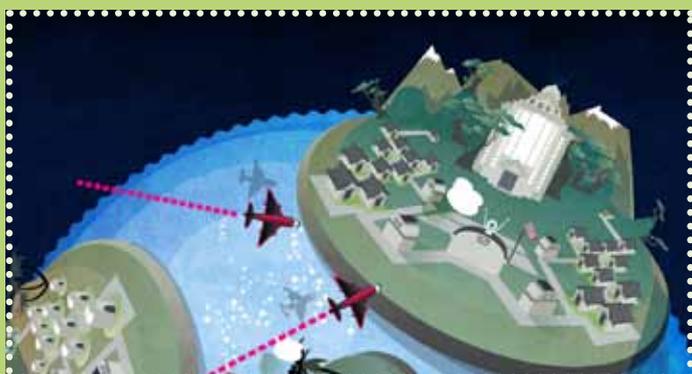
Und das Wachstumspotenzial reicht noch weiter: Ein entstehender und heiss umkämpfter Markt ist das Ausgliedern von Unternehmensprozessen. Dies umfasst eine breite Palette von Aktivitäten, die von Direktmarketing bis zur Logistik der Produktlieferung reicht. Der Markt für solche Dienstleistungen wird bis 2013 ein Volumen von schätzungsweise EUR 18 Milliarden (USD 23 Milliarden) pro Jahr erreichen.

Tobe Freeman ist freischaffender Kommunikationsexperte.

.....
Schloss Bellevue, Berlin, Amtssitz des deutschen Bundespräsidenten.



GMS – der Film



Der Weltpostverein (UPU) ist stolz, seinen ersten Animationsfilm über das Global Monitoring System (GMS) präsentieren zu können. In enger Zusammenarbeit mit den Kommunikations- und GMS-Abteilungen der UPU und die Gestalter hat Sascha Tittmann von büro sequenz diesen modernen, hochauflösenden Animationsfilm geschaffen. Das Ziel war dabei, UPU-Mitgliedern, die wenig oder nichts über das Projekt wissen, zu zeigen, wie dieses erschwingliche System, das auf RFID-Technologie aufbaut, die Qualität von Postdiensten exakt misst. Das Ergebnis ist ein besonderer und innovativer Clip, dessen Form den Inhalt perfekt ergänzt. FM

Sehen Sie sich den Film an unter <http://www.youtube/universalpostalunion>

oder

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

Weitere Informationen erhalten Sie unter gms@upu.int.

Beliebte Papier- ausgabe von *Union Postale*

Die Ergebnisse unserer 2009 durchgeführten Umfrage zeigen es: Die überwiegende Mehrheit unserer Leserinnen und Leser, die an der Umfrage teilgenommen hat, will *Union Postale* auch weiterhin als Druckausgabe lesen. Die Mehrheit der Befragten hat sich positiv zur Aufmachung unseres vierteljährlich erscheinenden Magazins geäußert und erachtet dessen Inhalt als sehr informativ. Die Umfrage hat weiter ergeben, dass *Features* die beliebteste *Rubrik* ist, knapp gefolgt von *In aller Kürze*.

Die Umfrageergebnisse helfen uns dabei, herauszufinden, was wir gut machen und wo noch Verbesserungspotenzial besteht. Einige der Vorschläge, die von unseren Leserinnen und Leser gemacht wurden, sind bereits umgesetzt. So weist die *Rubrik Markt-Fokus* ein neues Design auf und informieren wir in Kurzartikeln über die neuesten operationellen und betrieblichen Entwicklungen. Wir möchten uns bei allen bedanken, die sich die Zeit genommen haben, an der Umfrage teilzunehmen.
FM

Auswertung und Aufbereitung der Umfrageergebnisse durch Giséle Coron.

Top-5-Rubriken

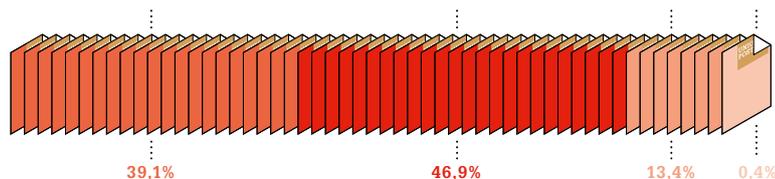
1. **Features**
2. **In aller Kürze**
3. **Umschau**
4. **Das Interview**
5. **Perspektiven**

85,8%

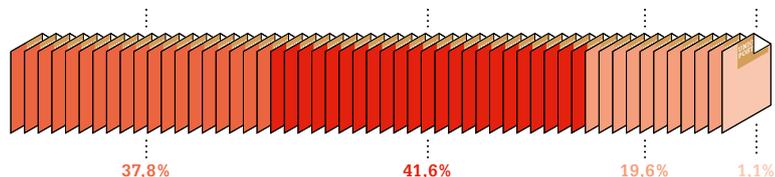
bevorzugen Druckausgabe von *Union Postale*

Union Postale ...

ist informativ

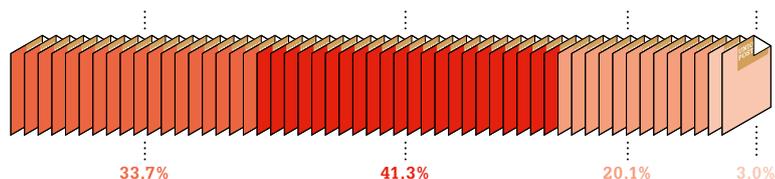


bietet eine gute Übersicht der Geschehnisse



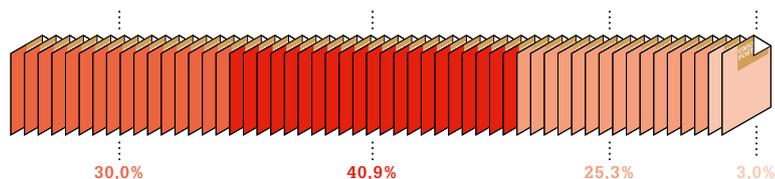
bietet einen für meine beruflichen Bedürfnisse relevanten Inhalt

Keine Meinung 1,9%



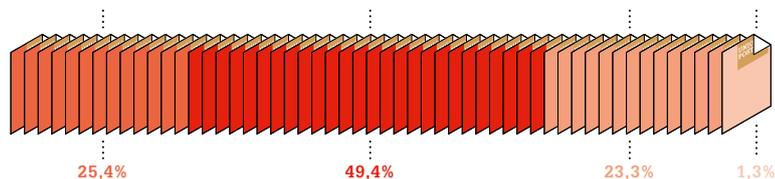
enthält aktuelle Informationen

Keine Meinung 0,9%



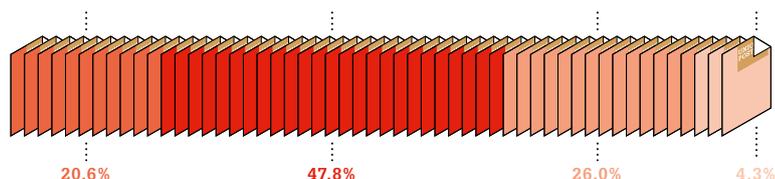
verfügt über eine gute und vielfältige Themenauswahl

Keine Meinung 0,2%



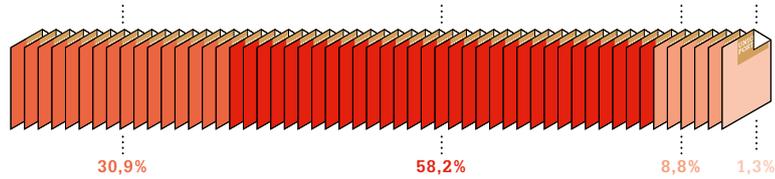
behandelt die Themen umfassend

Keine Meinung 1,3%



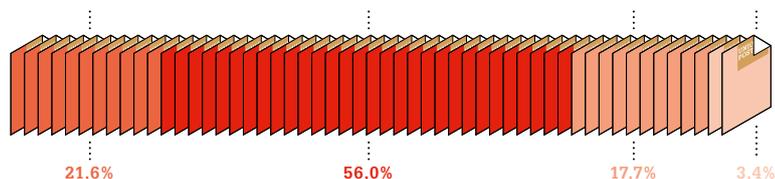
weist eine hohe Qualität auf

Keine Meinung 0,8%



enthält Artikel von angemessener Länge

Keine Meinung 1,3%

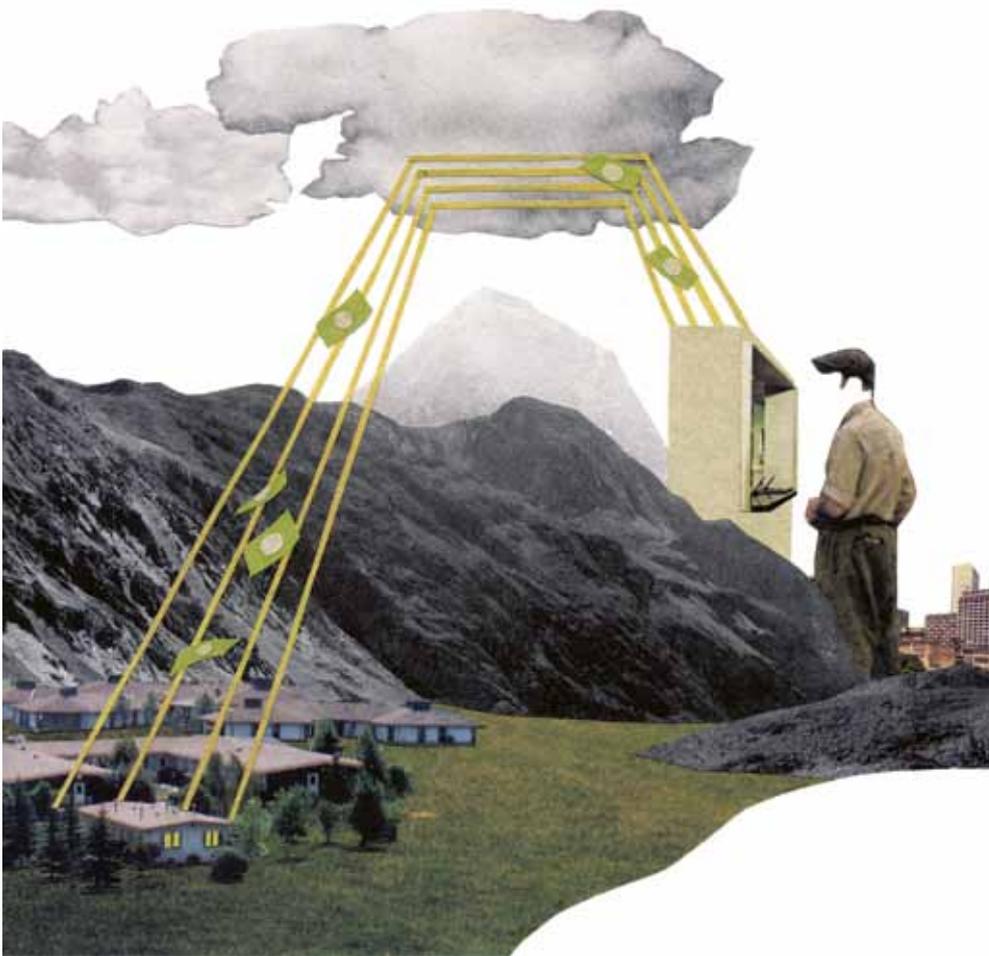


Stimme voll und ganz zu

Stimme zu

Stimme teilweise zu

Stimme nicht zu



Zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen

.....
Von
José Ansón und
Joëlle Toledano

.....
Abbildung:
Daniel
Lachenmeier

.....
Marktstudien zeigen, dass immer mehr Postbetreiber mit Erfolg Finanzdienstleistungen anbieten, wodurch sie nicht nur ihr Geschäft diversifizieren, sondern auch die finanzielle Eingliederung fördern.

Unsere empirische Analyse zeigt, dass die während eines knappen Jahrzehnts (2001–2008) andauernde Diversifikationsentwicklung hin zur Postfinanz in jüngerer Zeit neue Dynamik erfahren hat. Dabei ist es manchem Postbetreiber gelungen, zunehmend mehr Marktanteile in bestimmten Sparten des Retail Banking hinzuzugewinnen. Diese Entwicklung setzte bereits vor Ausbruch der globalen Wirtschafts- und Finanzkrise ein und dürfte andauern, zumal die Kunden der Post mehr Vertrauen entgegenbringen als den Banken.

Weltweit dürfte der Retail-Banking-Markt schätzungsweise 5,185 Milliarden Einlagen- und Sparkonten umfassen, von denen nahezu eine Milliarde bei Postfinanz-Instituten geführt werden, was einem Marktanteil von 19,2 Prozent entspricht. Diese Zahlen illustrieren

die bedeutende Stellung, welche die Postbanken und andere Postfinanzdienstleister weltweit im Bereich Einlagen- und Sparprodukte für Privatkunden einnehmen. Und was noch interessanter ist: Mancher Postdienstleister vermochte seinen Marktanteil in den letzten Jahren (2004 bis 2008) in den Schwellen- und aufstrebenden Ländern deutlich auszubauen. Es sind vor allem die drei Länder Brasilien, Indien und China, welche diese Entwicklung vorantreiben. Dort verzeichnen die Postbetreiber – in Konten ausgedrückt – teilweise Marktanteilsgewinne von 5 bis 20 Prozentpunkte.

Transformation

In über einem Dutzend Entwicklungs- und Schwellenländer vermochten die Postinstitute ihren Marktanteil substanzial ausweiten. Sie wiesen – gemessen an der Anzahl geführter Konten – insgesamt ein durchschnittliches jährliches Wachstum (CAGR) von 8,3 Prozent auf. Ein Wert, den die stärker industrialisierten Länder, mit Ausnahme der NIFS-Staaten (Neuseeland, Italien, Frankreich, Schweiz), nicht zu erreichen vermochten. Denn ihre jährliche Wachstumsrate in der Postfinanzdienstleistungssparte betrug im Durchschnitt lediglich 2,6 Prozent.

Man kann feststellen, dass auf der Einnahmenseite eine markante Verlagerung stattgefunden hat. So erhöhte sich der Anteil der Postfinanzdienste an den gesamten Einnahmen der Postbetreiber im Durchschnitt von 15 Prozent 2001 auf nahezu 22 Prozent 2008, während der Bereich Pakete und Logistik von 10 auf 17 Prozent zulegte. Wenn man den Anteil der anderen (nicht unter die Finanz- oder Logistikdienste fallenden) Services berücksichtigt, heisst dies, dass die Briefpost ihren dominanten Anteil am gesamten Postgeschäft eingebüsst hat. Noch im Jahr 2001 entfielen knapp 60 Prozent der Posteinnahmen auf die Briefpost (oder gar fast 75 Prozent, wenn man vom gesamten Post-, Express-, Paket- und Finanzdienstleistungsvolumen nach Abzug übriger Dienstleistungen ausgeht). Legt man die Trendbewegung der Jahre 2001 bis 2008 sowie 2009–2010 zugrunde, beträgt dieser Anteil heute noch etwas über 40 Prozent.

Boten im Jahr 2001 insgesamt 112 Postbetreiber Finanzdienstleistungen an, so sind es heute deren 133, was einer Zunahme von 19 Prozent entspricht. Und während 2001 bei 32 Anbietern mindestens 20 Prozent der Gesamteinnahmen auf Postfinanzdienste entfielen, wurde diese Schwelle 2008 bereits bei 44 Postbetrieben erreicht. Gleichermassen generierten 2001 vier Postbetreiber mehr als die Hälfte ihrer Einkünfte mit Finanzdienstleistungen. Im Jahr 2008 war dies bereits bei mindestens 15 Postunternehmen der Fall.

Financial inclusion

Gleichwohl liegt dieser raschen Ausdehnung in den Finanzbereich kein gemeinsames Modell zugrunde. Der jüngste Trend hin zu Postfinanzdienstleistungen ist eine mehrheitlich heterogene Entwicklung, die von Land zu Land anders verläuft. Die Modelle reichen von strategischen Allianzen mit Banken bis hin zur Gründung einer Postbank. Andere wiederum beschränken sich auf das Anbieten von Bargeld- oder anderen Dienstleistungen.

Diese Ansätze haben indes eines gemeinsam: Es handelt sich um eine proaktive und auf den Entwicklungsstand des betreffenden Marktes abgestimmte Strategie der finanziellen Eingliederung (Financial inclusion). In Abstimmung mit den Behörden nutzen die Postdienstleister ihre Präsenz in ländlichen und entlegenen Gebieten und entwickeln Produkte, die auf die Bedürfnisse der dortigen Bevölkerung, die mehrheitlich nur niedrige oder mittlere Einkommen aufweist, abgestimmt sind.

Bankfilialen konzentrieren sich eher in den wohlhabenden Regionen, beispielsweise in den grossen Städten – eine Entwicklung, die besonders in den Entwicklungs- und aufstrebenden Märkten zu beobachten ist. Die Geschäftsstellen der Post verteilen sich hingegen gleichmässiger über das ganze Land. Zudem waren Banken zurückhaltender bei der Ausweitung ihrer Dienstleistungen auf die armen Bevölkerungsschichten und widmen sich vorzugsweise dem Grosskundengeschäft, das höhere Renditen (und manchmal Bailouts) verspricht als das Retail Banking.

Heute ist über zwei Milliarden Menschen der Zugang zu Finanzdienstleistungen verwehrt. Und auch in den Industriestaaten können die Geschäftsbanken die finanzielle Eingliederung nicht flächendeckend garantieren. So schätzt die Federal Deposit Insurance Corporation, dass rund 50 Millionen Bürger in den USA keinen Zugang zu den Finanzdiensten einer Bank haben. Von den 1,5 Milliarden Nutzern von Postdiensten in der Welt haben effektiv nur 400 Millionen ein Postbankkonto, davon leben 300 Millionen in Entwicklungs- oder Schwellenländern.

José Ansón ist Ökonom der UPU, und Joëlle Toledano ist Mitglied des Verwaltungsrats von ARCEP, der französischen Aufsichtsbehörde für das Kommunikations- und Postwesen. Dieser Artikel spiegelt die Auffassung der Autoren wieder und nicht notwendigerweise die Meinung der Organisation, für die sie tätig sind.

› Die Studie ist verfügbar unter:

<http://tinyurl.com/postal-research-paper-06-10>

› José Ansón führt einen Blog zum Thema

finanzielle Eingliederung:

<http://postfi.files.wordpress.com>

Zurück auf die Strassen

.....

Fritz Jean ist Verantwortlicher des Prüfungs- und Aufsichtsausschusses im Postamt von Bas Peu de Choses, Port-au-Prince, Haiti. Zwei Monate nach dem Erdbeben vom Januar ist er zurück in den Strassen und trägt dort Post aus, wo es viele Adressen gar nicht mehr gibt.

Viele der Motorfahräder für die Postzustellung liegen verstümmelt wie zerdrückte Insekten in leeren Räumen des Postamtes von Bas Peu de Choses. Die meisten Postboten werden an diesem Morgen Meilen zu ihren zugewiesenen Auslieferungsgebieten laufen müssen, aber Fritz Jean hat Glück, er erhält eines der wenigen intakten Mopeds.

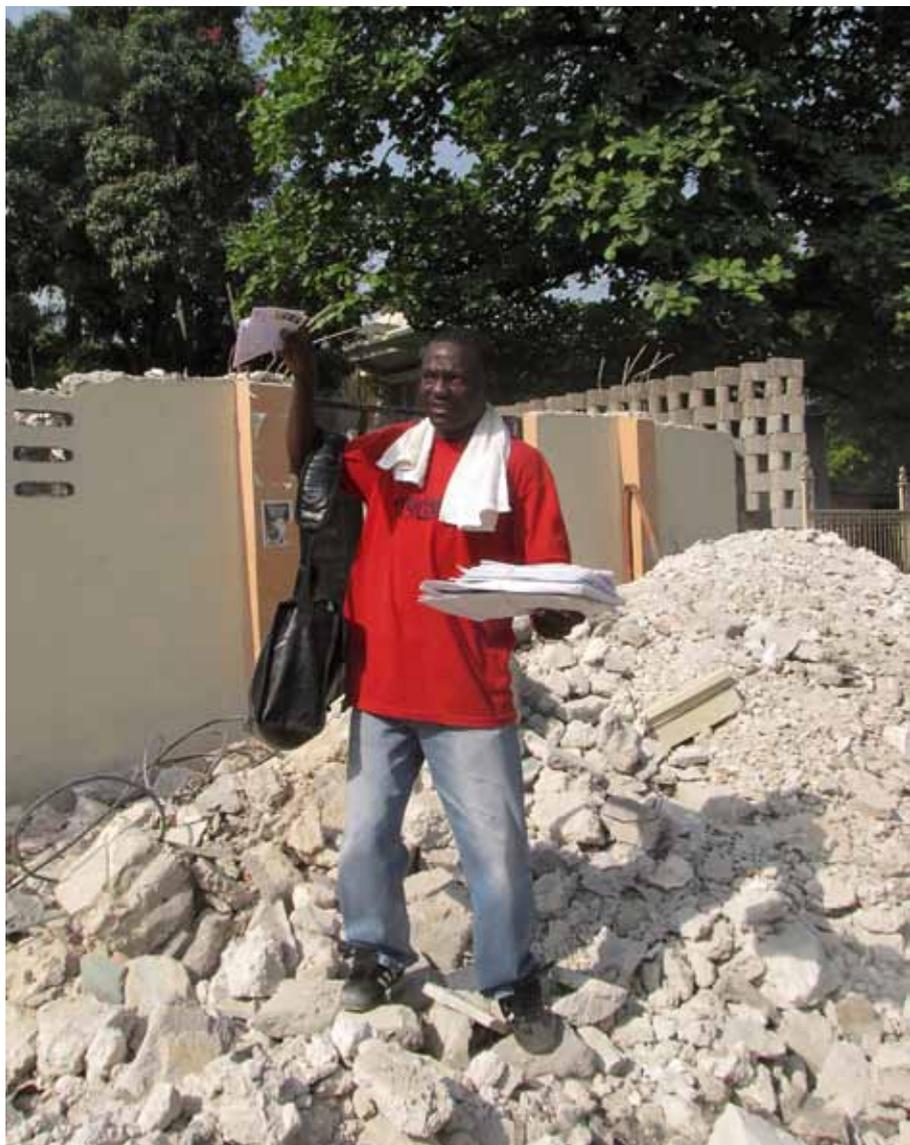
Mit rund 300 Briefen in seiner Umhängetasche brummt er den Berg hinauf, schlängelt sich durch den Verkehr und Geröll und fährt Umwege, um wegen Räumungsarbeiten gesperrte Strassen zu meiden, bis er in der Rue Cheriez im Distrikt Canape Vert ankommt.

Er stellt sein Moped neben einer Gruppe von Männern ab, die Betonbrocken auf einen Kleintransporter laden, und blättert durch seinen Stapel Briefe. Es ist Ende März und dies ist die erste Postzustellung in diesem Viertel seit dem Erdbeben. Jean hat keine Ahnung, wie viele der Briefe er heute ihren Adressaten überreichen kann.

Das erste Gebäude ist ein vollständig intaktes Geschäft. Jean klopft am Tor an und überbringt ei-

.....

**Geschichte
und Fotos von
Amy Bracken**



nem Herrn einen Stapel Post. Danach begibt er sich zum Gebäude nebenan, dessen Betonböden halb eingestürzt sind und an den Blasebalg eines Akkordeons erinnern. «Haus zerstört», bemerkt Jean emotionslos und bringt eine Notiz auf der Rückseite eines Briefumschlags an.

Beim nächsten Haus gibt es offensichtlich kein Kommen und Gehen (ein Berg Schutt versperrt den Eingang), aber Jean klettert über den bröckeligen Haufen aus Betonsteinen und schlüpft durchs Tor. «Jemand könnte drinnen sein», erklärt er. Das stark eingefallene Gebäude beherbergt ein Büro und eine Schule. Die Tür zur Schule steht offen und lässt den Blick frei auf einen Raum mit einem Durcheinander an verstaubten Tischen und Stühlen. Jean will trotzdem auf Nummer sicher gehen und ruft: «Hallo! Irgend jemand hier? Die Post!» Das einzige Geräusch stammt von den Schaufeln, die den Schutt zurück auf die Strasse befördern. Jean schreibt etwas auf einen Umschlag und klettert aus Nummer 6 zurück auf die Strasse. «Wenn ich einen Brief nicht zustellen kann, schreibe ich ‹Haus zerstört› oder ‹umgezogen› auf den Umschlag und wir melden über das Radio, dass die Leute ihre Post auf dem Postamt abholen kommen sollen ... Gehen wir weiter! Nummer 10 ...»

Auf der anderen Strassenseite klopft Jean wiederholt an ein verriegeltes Tor, da dahinter ein Hund kläfft. «Hallo! Die Post ist da!» Jean möchte die Post nicht dort las-

sen, wo sie möglicherweise von einem Haustier zerkaut wird. Endlich kommt jemand zum Tor und holt die Post ab.

Jemand zu Hause?

Selbst bei verlassenen Häusern streift Jean das Gelände ab und unternimmt alles, um herauszufinden, wo die Besitzer geblieben sind. «Wissen Sie», erklärt er, «viele Leute verbringen den Tag hier, auch wenn sie anderswo in Zelten schlafen.» Zudem liess das Erdbeben die ohnehin hohe Arbeitslosenrate der Stadt sprunghaft ansteigen, was wiederum die Chance erhöht hat, einen Adressaten morgens unter der Woche zu Hause anzutreffen. Oft erklären sich Nachbarn bereit, die Post weiterzureichen. Jean wirft keine Briefe durch einen Schlitz; entweder er übergibt sie jemandem persönlich oder er behält sie bei sich.

Das nächste Ziel führt uns durch eine Gasse, wo eine provisorische Schule errichtet worden ist. Unter einer Plane, die zwischen Gebäuden aufgespannt wurde, erklärt ein Mann an einer Tafel den Reihen von Kindern, dass anstatt Häuser Zelte in ihre neue Wirklichkeit seien. «Ihr müsst dies akzeptieren», gibt er ihnen zu verstehen und zeigt auf die einfachen Kreidezeichnungen eines Zelts und eines Hauses.

Jean rechnet nicht damit, in einem Zeldorf Briefe zustellen zu können. Wenn Briefe jedoch so angeschrieben sind, dann gehen die Postboten auch dahin. Als er beim

nächsten Haus keine Antwort erhält, streckt jemand den Kopf aus einem Zelt in der Einfahrt zu einem gegenüberliegenden Haus, und eine Frau ruft: «Er lebt. Er kommt gelegentlich zurück. Sie können die Post bei mir lassen.»

Auf heimischem Boden

Trotz der Herausforderungen für die momentane Postzustellung erscheint Jean sachlich und grüsst die Leute, denen er zu Hause begegnet, freundlich und höflich. Er fühlt sich bei seiner Arbeit wohl, so eigenartig sie auch geworden ist. Er arbeitet schon seit 18 Jahren bei der Post; seine als Kleinhändlerin tätige Frau und er konnten ihre zwei Kinder in eine gute Privatschule schicken und Jeans geistig behinderten Bruder unterstützen, der bei ihnen lebt. Zur Zeit des Erdbebens war Jean gerade zum Verantwortlichen des Prüfungs- und Aufsichtsausschusses des Postamtes von Bas Peu de Choses ernannt worden.

Das Erdbeben hat diesen ganzen Fortschritt zum Stillstand gebracht. Nicht nur die Schule der Kinder, sondern auch das Geschäft seiner Frau wurde zerstört. Zudem wurde seine Beförderung im Postdienst auf Eis gelegt, da er sich aufgrund eines erneuten Personalmandats wieder im Zustelldienst betätigen musste.

Nun sind haitianischen Postmitarbeitern missliche Umstände nicht fremd. Gewisse Teile des Landes sind schon mehrmals durch Überschwemmungen und Erdstöße verwüstet worden, während andere wie zum Beispiel Port-au-Prince regelmässig von Wellen der Gewalt heimgesucht werden. Und dann sind da noch die Finanzierungslücken – Postmitarbeiter in Port-au-Prince haben während drei Monaten vor dem Erdbeben keinen Lohn erhalten. Trotzdem beteuert Jean: «Wir haben einen starken Willen, weil wir es lieben zu arbeiten; deshalb sind wir jetzt wieder auf den Strassen unterwegs.»

Amy Bracken ist freischaffende Journalistin und lebt in den Vereinigten Staaten.



Mit Vollgas in die digitale Zukunft

.....

Geldüberweisungen mit Mobilfunktechnologie machen den Unterschied und sind an der Tagesordnung bei Bangladesh Post seit der Digitalisierung des ganzen Landes. Generaldirektor Mobasherur Rahman verrät mehr.

.....

Von
Faryal Mirza

.....

Foto:
**Marcel Bieri/
keystone**

.....

Wie hat die digitale Technologie die Arbeitsweisen der Post verändert?

Mobasherur Rahman: Wir haben alle Poststellenleiter mit einem mobilen Handset und Computer ausgestattet. In unserem Land macht die Elektrizität oft Kapriolen; wenn es also zu einem Stromausfall kommt, kann der Poststellenleiter Überweisungen mit seinem Mobiltelefon tätigen. Wir haben unsere 8500 Poststellenleiter auf dem Land bereits mit SIM-Karten und Mobiltelefonen ausgestattet.

Digital Bangladesh ist eine im Dezember 2008 lancierte Initiative der Regierung, welche die Überbrückung der digitalen Kluft bis 2021 zum Ziel hat. In den letzten Jahren hinkte die Post in Sachen Digitalisierung hinterher, aber seit Kurzem gehen wir mit Volldampf voran. Ein Projekt zielt auf die Automatisierung des Schalterdienstes mit einem System ab, das auf unserer Software basiert und alle Arten von Postdienstleistungen, von Paketen, Track-und-Trace-Diensten über die Sortierung bis hin zur Buchhaltung, Training und Management. Wir hoffen, dass das System ab Dezember 2010 zur Anwendung kommt. Anfänglich werden 80 wichtige Poststellen mit dem System ausgerüstet. Wenn

dies erfolgreich ist, werden wir die Einführungsrate erhöhen, bis alle 1600 Poststellen damit ausgestattet sind.

.....

Die Post hat soeben ein neues Verfahren zur Geldüberweisung eingeführt; wie funktioniert es?

Das System ist sehr einfach. Der Sender füllt in einem Postamt ein Formular mit seinem Namen, seiner Mobiltelefonnummer und den Angaben des Empfängers aus. Die Angabe der Mobiltelefonnummer des Empfängers ist nicht zwingend. Der Sender übergibt das Geld dem Schalterangestellten in einem Postamt und die Daten werden via Mobiltelefon (als Textnachricht) oder Computer an unseren Server übermittelt.

Der Server antwortet, dass die Geldsendung erhalten wurde, und diese Information wird an das Mobiltelefon des Empfängers gesendet. Eine 16-stellige persönliche Identifikationsnummer (PIN) wird generiert und dem Sender gesandt, der diese dem Empfänger mitteilt. Dieser geht mit einem Personalausweis und der PIN zu einer frei wählbaren Poststelle und füllt ein Formular mit seinen Angaben sowie jenen des Senders und dem erwarteten Betrag aus. Der Poststellenleiter gibt die Informationen mit dem



«Not macht erfinderisch.»

Transaktions-PIN in seinen Computer oder sein Mobiltelefon ein. Unser Server bestätigt die Angaben und der Poststellenleiter zahlt das Geld aus. Zum Schluss erhält den Sender eine Textnachricht auf sein Handy, welche die erfolgreiche Ausbezahlung bestätigt.

Weshalb haben Sie diesen Dienst eingeführt?

Wir haben bis vor etwa vier Jahren jährlich vier Millionen Zahlungsaufträge mit Bargeld abgewickelt. Diese haben während der letzten Jahre abgenommen, sodass wir nunmehr etwa 2,8 Millionen bearbeiten. Einige Kurierdienste haben unser Geschäft übernommen. Sie machen auch Gebrauch von Mobiltelefonen, aber nicht so wie wir. Sie benutzen die Telefone, um Geld vom einen Büro zum anderen zu überweisen, indem sie mit den Mitarbeitern am anderen Ende sprechen und den auszubehaltenden Betrag bestätigen. Die Regierung wollte dem ein Ende setzen, war aber erfolglos, da die Nachfrage auf dem Markt vorhanden war und die Leute keine Alternative hatten. Wir verfügen nun über ein seriöses, zuverlässiges und sicheres System, das vollkommen konform ist mit den Richtlinien zur Verhinderung von Geldwäscherei und Terrorismus-Finanzierung.

Weshalb brauchen Bangalen einen solchen Dienst?

Unsere Urbanisierung schreitet rasch voran. Leute von ländlichen Regionen kommen in die Städte, um hier zu arbeiten, und müssen kleine Geldbeträge nach Hause senden. Da die Kosten für Geldüberweisungen mittels anderer Dienste sehr teuer ist, wollte die Post diesen Arbeitern vom Lande einen effizienten und erschwinglichen Dienst anbieten. Wir hatten ebenfalls einen langfristigen Plan, um unsere ausgewanderten Arbeiter anzusprechen, die sich zu Milli-

onen um den Globus verteilen. Sie senden ebenfalls Geld nach Hause. Unsere Banken versuchen, diese Geldsendungen zu verarbeiten, aber sie scheitern. Sie machten dafür Werbung, Geld innert drei Tagen in ländliche Gegenden zu transferieren, konnten das Versprechen aber nicht einlösen – nicht einmal in sieben Tagen war ein Transfer möglich. Nun sind die Banken auf unser System aufmerksam geworden und 22 von ihnen sind mit uns eine Vereinbarung eingegangen, wonach sie die Daten der Geldüberweisungen an unseren Server übermitteln und wir das Bargeld auszahlen. Sie haben sich davon überzeugt, dass unser System effizient arbeitet.

Wie gross ist der Markt?

Er ist riesig dank Mangel an Alternativen. Ich hoffe, dass wir dieses Jahr sechs Millionen Transaktionen abwickeln werden. Zwei oder drei unserer Banken versuchten verzweifelt, vor uns einen ähnlichen Service auf die Beine zu stellen und hatten auch Kontakt zu Mobilfunkunternehmen, aber wir haben unseren Dienst in Betrieb genommen, bevor sie dazu in der Lage waren. Die Banken befürchten im Moment sehr, dass die Post ihnen ihr Geschäft wegschnappt. Sie haben eine Beschwerde eingereicht bei der Zentralbank, die uns wiederum zur Klarstellung aufrief. Wir haben ihr das Poststellengesetz unterbreitet, das besagt, dass wir befugt sind, solche Geschäfte für 150 Jahre abzuwickeln.

Wie gehen ihre Poststellenleiter mit den neuen Möglichkeiten um, Geschäfte abzuwickeln?

Einige unserer Poststellenleiter waren mit dem Umgang mit Mobiltelefonen nicht vertraut. Wir führten mit 8500 von ihnen ein intensives Training durch und nun stehen sie dem Gerät sehr wohlwollend gegenüber. Die Handys – die vom

grössten Netzwerkbetreiber Grameenphone geliefert werden – enthalten eine spezielle SIM-Karte, mit der Gesprächsguthaben aufgeladen und Gespräche dazugekauft werden können. Die Poststellenleiter sind sehr enthusiastisch, da sie nun bis zu 4000 Taka (USD 47) statt bis anhin 750 Taka Honorar verdienen können. Sie machen keine andere Arbeit mehr als im Postamt sitzen und ihre Dienste verkaufen.

In Bezug auf Geldüberweisungen, wie stellen sie den Geldfluss auf der letzten Meile sicher?

Da die Post staatlich ist, gibt es keinen Mangel an Mitteln. Das einzige Problem ist das Geld auf der letzten Meile aufzubewahren, denn es ist nicht gesichert, da wir in ländlichen Gegenden keine Poststellen-Infrastruktur haben. Normalerweise dient das Haus oder Wohnzimmer des Poststellenleiters als Postamt, oder ein Geschäft.

Wir verfolgen den Plan, in 8500 Orten auf dem Land staats-eigene Poststellen einzuführen. In der Zwischenzeit halten wir die dortigen Poststellenleiter, die unsere Agenten sind, dazu an, ihr eigenes Bargeld zu Hause aufzubewahren. Sie sind reiche, solvente und verlässliche Leute. Sobald eine Geldüberweisung eintrifft, bezahlen sie den Empfänger von ihrem eigenen Kapital und fordern dann den Betrag innert zwei oder drei Tagen zurück. Das Geld wird ihnen von der Postzweigstelle zusammen mit ihrer Kommission ausbezahlt.

Wie wurde das neue Geldüberweisungsgeschäft auf operativer Ebene organisiert?

Erst mussten sich unsere Poststellenleiter in der Bedienung von Mobiltelefonen üben, da diese Grundfertigkeit äusserst wichtig für mobile Geldüberweisungen ist. In der Zwischenzeit entwickelten wir unsere eigene Software. Verbin-



dungsprobleme wurden durch eine andere Mobilfunkgesellschaft behoben, die uns mit einem Virtual Private Network (VPN) und einem Access Point Name (APN) ausstattete. Wir haben mit ihr vertraglich vereinbart, dass sie uns nur 7 Taka pro erfolgreiche Transaktion verrechnet. Zudem überliess sie uns Mobiltelefone im Wert von 7 Millionen Taka. Wir besitzen schon Computer. Nun sind alle unsere 1600 Bezirke und Unterbezirke ans mobile Geldüberweisungssystem angeschlossen, entweder per Handy oder Computer. Letztere benutzen entweder Übermittlungsdienste mit GPRS (General Packet Radio Services) oder USSD (Unstructured Supplementary Service Data).

Wie ist die Beziehung mit den Mobilfunkanbietern aufgebaut?

Es ist eine einzigartige Beziehung, die Ihresgleichen sucht im Regierungssystem. Unsere Regierung fragte mich, wie ich das gemacht hätte. Ich gab zur Antwort: «Not macht erfinderisch.» Es war wichtig, ein solches System so rasch als möglich einzuführen. Hätten wir es «auf die staatliche Art» gemacht, hätte es mehrere Jahre gebraucht, um durch das System zu gelangen. Wir haben eine neue Art der Abwicklung erarbeitet, ohne in diesem Prozess staatliche Regeln zu

missachten. Das Kommunikationssystem haben wir anhand eines Ausschreibungsverfahrens zu BanglaLink ausgelagert, dem zweitgrössten Mobilfunknetzbetreiber. Er kam als erster und hatte die tiefsten Kommissionen: 7 Taka pro Transaktion.

Bangladesch war 12 Jahre lang bis 2008 abwesend auf der UPU-Bühne. Warum kam das Land zurück?

Dies hat mit der veränderten politischen Einstellung der Regierung zu tun. Bisherige Regierungen hatten kein Vertrauen in die Post, aber die jetzige dafür umso mehr. Sie ist auch darum bemüht, die Fähigkeiten der Post der internationalen Post-Welt bekanntzumachen und erlaubte uns, zu den Wahlen in den Verwaltungsrat und den Rat für Postbetrieb beim Kongress 2008 anzutreten. Das war genial: Wir erhielten viel Unterstützung von anderen UPU-Mitgliedstaaten und wurden in beide Organe gewählt. Bangladesch ist mit der Welt in Kontakt gebracht worden und die Welt sieht nun, welche Fortschritte wir machen.

In welcher Art Markt operiert Bangladesh Post?

Die Post basiert auf dem traditionellen britischen Postsystem. Neben der Verpflichtung zur Erbrin-

gung des Universaldienstes erbringen wir auch Dienstleistungen im Auftrag des Staates. Zu einem bestimmten Zeitpunkt hat die Post Schulbücher an Schüler ausgeteilt, da es keine andere Infrastruktur gab, um diese auszuliefern. Heutzutage hat das Erziehungsministerium sein eigenes System.

Wann immer die Regierung das Gefühl hat, der Bevölkerung etwas verteilen zu müssen, beauftragt sie die Post damit, da sie sicher gehen können, dass wir den Auftrag erfüllen können. Nun, da die Regierung Digital Bangladesh ins Leben gerufen hat, um die Kluft zwischen der Stadt- und der Landbevölkerung zu überbrücken, wurden wir beauftragt, all unsere ländlichen Poststellen in IT Center umzufunktionieren. Wir haben ihr unser Programm unterbreitet, 8500 Poststellen auf dem Land aufzurüsten, um Bauern, Schülern und anderen IT-Dienstleistungen anbieten zu können. Möglicherweise muss der Staat dies subventionieren, da es nicht gewinnbringend sein wird, weil die Landbevölkerung nicht den vollen Preis für die Nutzung solcher Dienstleistungen bezahlen kann. Bangladesch ist überbevölkert, aber wenn wir Leute im Umgang mit Computern ausbilden können, wären wir in der Lage, diese Arbeitsleistung in andere Länder zu exportieren.

Fünf Faktoren für eine erfolgreiche Postbank

Immer mehr Postbetreiber setzen auf die Karte Postbank; Philippe Bajou der französischen La Banque Postale gibt dazu ein paar Ratschläge.



Von
Philippe Bajou



Denken Sie langfristig

Finanzdienstleistungen operieren in einem beschränkten Feld, deshalb haben Banken, die Teil einer Institution mit einem grösseren Tätigkeitsbereich und speziellen Einschränkungen sind, noch schwierigere Voraussetzungen, sich zu etablieren. Es braucht eine langfristige Entwicklungsstrategie, damit ein sicherer und reibungsloser Aufbau gewährleistet werden kann.

Eine der Schlüsselphasen bei der Gründung von La Banque Postale bestand darin, die Vermögensverwaltung der Postgirokonten Anfang 2000 neu einzugliedern, nachdem die französische Regierung 1998 grünes Licht gegeben hatte. Zuvor wurden Geldanlagen jeden Tag in die Staatskasse überwiesen, die für deren Verwaltung verantwortlich war. Diese Änderung musste durch die Aufsichtsbehörden bewilligt werden und gab gleichzeitig La Poste die Möglichkeit, ihre Stärken aufzuzeigen, indem ein sicheres System für die Verwaltung der Kundenvermögen implementiert wurde.

Mit dem neuen System begann La Poste die Bewältigung dessen, was sie als die grössten Hürden in Bezug auf die Gründung einer vollwertigen Bank wahrnahm, sei dies die Ausarbeitung von Überwachungsstrukturen oder die Entwicklung des eigenen Informationssystems. Im Jahr 2001 wurden Hochrechnungen angestellt, die zeigten dass La Poste über genügend finanzielle Mittel verfügte. Damit war dann die Zeit reif, um beim Finanzministerium den Antrag auf Einleitung des Gesetzgebungsverfahrens zu stellen. Das Verfahren begann 2004.

Zwischen 2001 und 2004 klärte La Poste Fragen der Compliance in Bezug auf Aufsichtsstandards und begann mit der Ausarbeitung der erforderlichen Gesetzgebungs- und Regulierungsinstrumente. Sie bewies zudem, dass sie in der Lage war, eine Institution im Bankwesen zu schaffen, die sich den Beschränkungen und Gesetzen der Industrie unterwerfen konnte. Von Anfang bis Ende dauerte der 1998 begonnene Prozess – mit dem Transfer der Vermögensverwaltung der Postgirokonto an eine eigens dafür gegründete Tochtergesellschaft von La Poste – acht Jahre bis zur Eröffnung der Bank 2006.

Unser Modell ist ziemlich komplex und das Gesetzgebungsverfahren musste mehrere Hürden nehmen, wodurch sich der Prozess verzögerte. Generell kann davon ausgegangen werden, dass zwischen der Entscheidung der Politik und der tatsächlichen Aufnahme der Geschäftstätigkeiten einer Postbank 18 Monate bis 2 Jahre verstreichen. Dies heisst jedoch nicht, dass organisatorische Schritte in Bezug auf technische Fragen nicht schon viel früher in Angriff genommen werden sollten.



Wählen Sie eine strategische Position, die für Politiker, die Wirtschaft, Arbeitnehmer und Kunden klar erkennbar ist

Über 99 Prozent der Franzosen verfügen über ein Bankkonto. In einem Land, in dem der Wettbewerb unter den Banken enorm ist und der Sektor als «ausgereift» angesehen wird, wurde die Überführung von Postfinanzdienstleistungen in eine vollwertige Bank als eine risikoreiche Unternehmung eingestuft. Zudem brachte der besondere Status von La Poste bestimmte Wettbewerbsregeln mit sich.

Das Ganze war ein Zweiphasenprozess. Zuerst musste bewiesen werden, dass die Gründung einer Postbank in Einklang mit den Wettbewerbsregeln den Markt nicht verzerren würde. Im Gegenteil, die Initiative würde die

Produktpalette der Finanzdienstleistungen erweitern, nicht zuletzt weil dadurch die Innovation stimuliert wird. Dies wurde durch einen im Auftrag des Finanzministeriums verfassten Bericht einer Expertenkommission dargelegt, der zudem zu einer offiziellen Anhörung der Interessenvertreter führte. In einem zweiten Schritt musste die Initiative dann allen beteiligten Ansprechpartnern unterbreitet werden. Die Gründung eines der Post angegliederten Kreditunternehmens wurde dazu im Kontext des Businessplans von La Poste präsentiert: «Die Entwicklung von La Poste hängt von der Entwicklung von Finanzdienstleistungen ab; die Entwicklung der Finanzdienstleistungen hängt von der Entwicklung der Kreditlage ab; und um Kredit anzubieten braucht es ein Kreditinstitut.»

Diese Botschaft – so klar und deutlich, dass sich alle Skepsis verflüchtigte – spiegelte sich im Namen wider, der für die Institution gewählt wurde: «Postale», um die Institution in einen historischen Kontext zu setzen und ihren Schwerpunkt auf Kundennähe und Dienstleistungen für jedermann zu akzentuieren, was sie zu einer aussergewöhnlichen Bank macht; «Banque», um zu unterstreichen, dass sie sich mit ihrem Projekt nach den Industriestandards richtet, da sie eine Bank wie jede andere auch ist; und «La» oder «Die», weil es eine einzigartige Institution ist.



Bilden Sie ein stabiles Team

Das Team wurde kontinuierlich um den Präsidenten Patrick Werner zwischen 1999 und 2004 aufgebaut. Das Projekt mit dem Namen ECP 2005 umfasste 250 Mitarbeiter, die jeweils einen von 13 Themenblöcken wie Wirtschaftsmodelle, Kommunikation oder Risiken ausarbeiteten. Dank dieser effizienten Struktur konnte die französische Zentralbank sechs Monate vor der Eröffnung einen Aufsichtsbericht auf Testbasis erstellen. Für die Arbeitseinheiten war es ein Rennen gegen die Zeit, um die Vorbereitungsfrist bis zu Jahresbeginn 2006 einzuhalten, insbesondere was die Neuge-

staltung der Medien der Kundenkommunikation und die Drucksachen betraf.

Das Team leistete einerseits technische Vorarbeit mit dem Ziel, die ehemaligen Finanzdienstleistungen von La Poste so aufzurüsten, dass sie den Standards des Bankensektors genügen würden. Andererseits arbeitete es gleichzeitig eng mit der Regierung zusammen, um das Gesetzgebungsverfahren zu lenken. Im Rahmen der Gesetzesprüfung zur Überführung der Postrichtlinie in französisches Recht nahm der Senat eine Änderung des Bankengesetzes vor, um die Gründung einer Postbank zu ermöglichen. Das neue Gesetz wurde vom Parlament am 20. Mai 2005 verabschiedet und die Aufnahme des Betriebs von La Banque Postale auf den 1. Januar 2006 festgelegt.

Des Weiteren führten die technischen Arbeiten, die im Rahmen des ECP 2005 ausgeführt wurden, zu regelmässigem Austausch mit der Bankenkommission und dem Ausschuss der Kreditinstitute und Anlageunternehmen, um ein Zulassungsdossier auszuarbeiten, das im November 2005 eingereicht wurde. Die Zulassung wurde schnell erteilt.

Fünf Jahre später ist dieses Team noch immer tätig und verfügt über einen starken Zusammenhalt im Exekutiv-ausschuss.



Nutzen Sie interne und externe Ressourcen

Zusätzlich zur externen Rekrutierung im Bereich Finanzmanagement und bei Aufsichtsfunktionen wurden die Teams grösstenteils aus Mitarbeitern aus dem Finanzdienstleistungsbereich von La Poste zusammengesetzt. Diese Teams wurden durch Experten unterstützt, besonders in der Projektphase zwischen 2004 und 2005.

Diese Phase ermöglichte es den Teams, die Zulassung und einen veränderten Status der Finanzdienstleistungen zu erlangen, der per 1. Januar 2006 in Kraft trat. Es wurde eine Beraterbank ausgewählt, die den Businessplan überprüfen und die Einhaltung der Aufsichtsbestimmungen gewährleisten musste. Eine renommierte Anwaltskanzlei wurde beauftragt, La Poste zu beraten, beispielsweise in Hinblick auf Vereinbarungen zwischen ihr und La Banque Postale, sowie um sicherzustellen, dass die Wettbewerbsrechte eingehalten werden. Eine Expertengruppe bot zudem Unterstützung in der Pilotphase des Projektes.



Bleiben Sie mit der Post verbunden

Unser Geschäftsmodell beruht auf einer starken Anbindung an La Poste, unserer einzigen Aktionärin. Die Beziehungen offiziell durch Dienstleistungsabkommen festzulegen war für die erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Mutterkonzern und Tochtergesellschaft von entscheidender Bedeutung. Ein hohes Mass an Präzision bei diesen Vereinbarungen tragen zum Erfolg bei, selbst wenn dadurch der Komplexitätsgrad steigt. Solche vertragliche Regelungen halten die langfristigen Rechte und Pflichten beider Parteien fest. Zudem bestimmen sie die wirtschaftlichen und finanziellen Parameter für drei Jahre; dies gewährt dem Mutterkonzern und ihrer Banktochter Transparenz zur Beurteilung ihrer Erfolgsrechnung.

Sind die Beziehungen offiziell durch Dienstleistungsabkommen geregelt, erleichtert dies auch externe Wirtschaftsprüfungen beispielsweise durch die Europäische Union, besonders wenn es um Wettbewerbsregeln geht. Nichtsdestotrotz ist die Führung eines solchen Systems – für so grosse Einheiten wie La Banque Postale, die 2009 ein Nettobankergebnis von über EUR 5 Milliarden erwirtschaftet hat – eine komplexe und formelle Angelegenheit. Für eine effiziente Betriebsführung eines solchen juristischen Komplexes braucht es viel Energie und ein gewisses Mass an Toleranz der verschiedenen Interessenvertreter, sowohl aus dem Postwie auch aus dem Bankensektor. Neben diesen Vorteilen konnte La Banque Postale dank der engen Beziehung zu La Poste auch von deren einzigartiger Reichweite und öffentlichem Profil auf verschiedenste Weise profitieren.

Heute hat sich die Postbank als Tochtergesellschaft im Bankgeschäft etabliert und in drei Geschäftsbereichen entwickelt: Privatkundengeschäft, Versicherung und Anlageberatung. Sicherheit und Transparenz werden grossgeschrieben, deshalb lässt sich La Banque Postale in erster Linie vom Wunsch nach dem Schutz der Kundeninteressen leiten. Dank ihres einzigartigen Modells hat sie sich einen Marktanteil gesichert, der auf zugänglichen Produkten und Dienstleistungen beruht. Und die Bedeutung ihrer Positionierung wurde durch die Widerstandsfähigkeit gegen die Finanz- und Wirtschaftskrise deutlich hervorgehoben.

Philippe Bajou ist eines der beiden Mitglieder des Exekutiv-ausschusses von La Banque Postale.

Tschechische Republik

Česká pošta meldet, dass sie dank ihrer Data Box, eines vor sechs Monaten eingeführten elektronischen Postsystems, bereits Einsparungen von 200 Millionen Kronen (USD 9,7 Millionen) eingefahren hat. Eine Data-Box-Nachricht kostet 15 Kronen gegenüber 20 Kronen für ein herkömmliches Einschreiben. Es gibt 380 246 aktive Data-Box-Konten in der Tschechischen Republik. **CB**

Finnland

Tella hat ein Pilotprojekt zur digitalen Auslieferung von Post lanciert. Der Betreiber öffnet, scannt und übermittelt die Post elektronisch an 140 Haushalte und Firmen in Porvoo. Die Teilnehmer erhalten ihre Post sowohl auf dem traditionellen Weg als auch digital, um zu bestimmen, welche Methode sie bequemer finden. Die Resultate werden bei der Ausarbeitung von alternativen Dienstleistungen berücksichtigt, die herkömmliche Zustellmethoden in der Zukunft ablösen sollen, vor allem in dünn besiedelten Gebieten. **CB**

Ehemalige Jugoslawische Republik

Mazedonien

Der vorgesehene Betreiber **Makedonska Posta** verzeichnet für 2009 einen Gewinn nach mehreren Jahren Verlusten, wie die lokale Nachrichtenagentur Makfax meldet. Die Post erzielte 2009 einen Nettogewinn von 37,6 Millionen Denar (USD 813 342) nach einem Verlust von 40,2 Millionen Denar im Vorjahr. Die Gesamteinnahmen stiegen um 5,3% auf 1,36 Milliarden Denar, nachdem das Unternehmen die Kosten um 1,0% gesenkt hatte. **CB**

Italien

Poste Italiane meldet, dass Postacertificat, ihre auf E-Mail-Nachrichten gestützte Dienstleistung, die gleiche juristische Gültigkeit wie ein eingeschriebener Brief hat. Weitere Informationen sind erhältlich unter <http://www.postacertificat.gov.it>. **CB**

Niederlande

TNT Post hat die Dienstleistung PremierSort, ein Angebot für unsortierten Briefverkehr, auf das Sortieren und Abfertigen von grossen, schweren Briefen und Paketen mittels eines zeitgenauen Zustelldienstes von maximal drei Tagen ausgeweitet. Sender solcher Briefe und Pakete können diese nun maschinell sortieren lassen. Kunden müssen fortan beim Versand von über 250 Paketen oder 1000 grossen, schweren Briefen nicht mehr auf verschiedene Zustellunternehmen zurückgreifen, um überformatige oder unförmige Sendungen zu verschicken. **CB**

Deutschland

Deutsche Post DHL, die weltweit führende Post- und Logistikgruppe, schloss das erste Quartal 2010 mit höheren Einnahmen und einem starken Gewinnanstieg ab. Die fortschreitende Erholung der Weltwirtschaft und steigende Transportvolumen führten zu einem Anstieg der Einnahmen um 4,4% auf 12,0 Milliarden Euro (USD 14,6 Milliarden). Diese soliden Zahlen hat DHL ebenfalls dem substantiellen Wachstum zu verdanken, das auf eine erhöhte Geschäftstätigkeit mit wichtigen neuen Kunden zurückzuführen ist, so das Unternehmen. **CB**

Irland

An Post hat eine neue Kundencharta herausgegeben, welche die genauen Dienstleistungsstandards für Geschäfts- und Privatkunden festlegt. Weitere Informationen enthält die Seite <http://www.anpost.ie/customer-charter>. **CB**

Portugal

CTT Correios hat Terra ins Leben gerufen, einen Investmentplan mit einer neuen umweltfreundlichen Strategie. Das Projekt zielt darauf ab, die Post auf eine weitere Runde der Marktliberalisierung vorzubereiten. Rund 13,4 Millionen Euro werden in Einrichtungen investiert, um Verarbeitungsprozesse vermehrt zu automatisieren, wovon rund 2000 Arbeitsplätze und Filialen betroffen sind. **CB**

Spanien

Capgemini, ein auf Beratung, Technologie und Outsourcing spezialisiertes Unternehmen, geht als Sieger aus einem Ausschreibungsverfahren hervor, um die Effizienz des Informationsmanagementsystems von Correos zu steigern. **CB**

Schweiz

Die Schweizerische Post hat das erste Quartal 2010 mit einem Gewinn von 274 Millionen Franken (USD 238 Millionen) geschlossen, 38% höher als im Vorjahr. Fast die Hälfte davon hat ihre Finanzinstitution Postfinance eingebracht, die in derselben Periode einen Gewinn von 130 Millionen Franken erwirtschaftete. Das verbesserte Ergebnis lässt sich auf einen Anstieg der Kundenvermögen und die sukzessive Erholung der Wirtschaft zurückführen. **CB**

Vereinigtes Königreich

Swiss Post International UK hat MCM Direct Limited übernommen, ein in Southampton angesiedeltes Unternehmen im Bereich Direktwerbung und Drucklösungen. Die Akquisition wird das Einzelhandelsgeschäft von Swiss Post stärken, da den Kunden ein grösseres Angebot an Dienstleistungen und Produkten unterbreitet werden kann, wie beispielsweise Datenbankmanagement und -verarbeitung, Laser- und Digitaldrucke, Einschweissungen und Briefschliessungen. **CB**

Acht von zehn Haushalten oder Kleinbetrieben sind mit **Royal Mail** zufrieden laut einer Studie ihrer Regulierungsstelle Postcomm. **CB**

Vereinigte Staaten

Der **United States Postal Service** hat die Pforten zu seinem umweltfreundlichen Online-Newsroom geöffnet. Die Website – <http://www.usps.com/green> – versammelt sämtliche früheren und aktuellen öko-bewussten Initiativen des Postal Service. **CB**

Vereinigte Staaten

UPS hat in den ersten drei Monaten 2010 940 Millionen Pakete verschickt, 3% mehr als in der Vergleichsperiode des Vorjahres. Der konsolidierte Umsatz für dieselbe Periode beläuft sich auf USD 11,7 Milliarden und der Gewinn auf USD 1,0 Milliarde. **FM**

Ihr Schlüssel zur korrekten Adressierung und richtigen Zustellung

Universal DataBase



Das globale Postleitzahlenverzeichnis

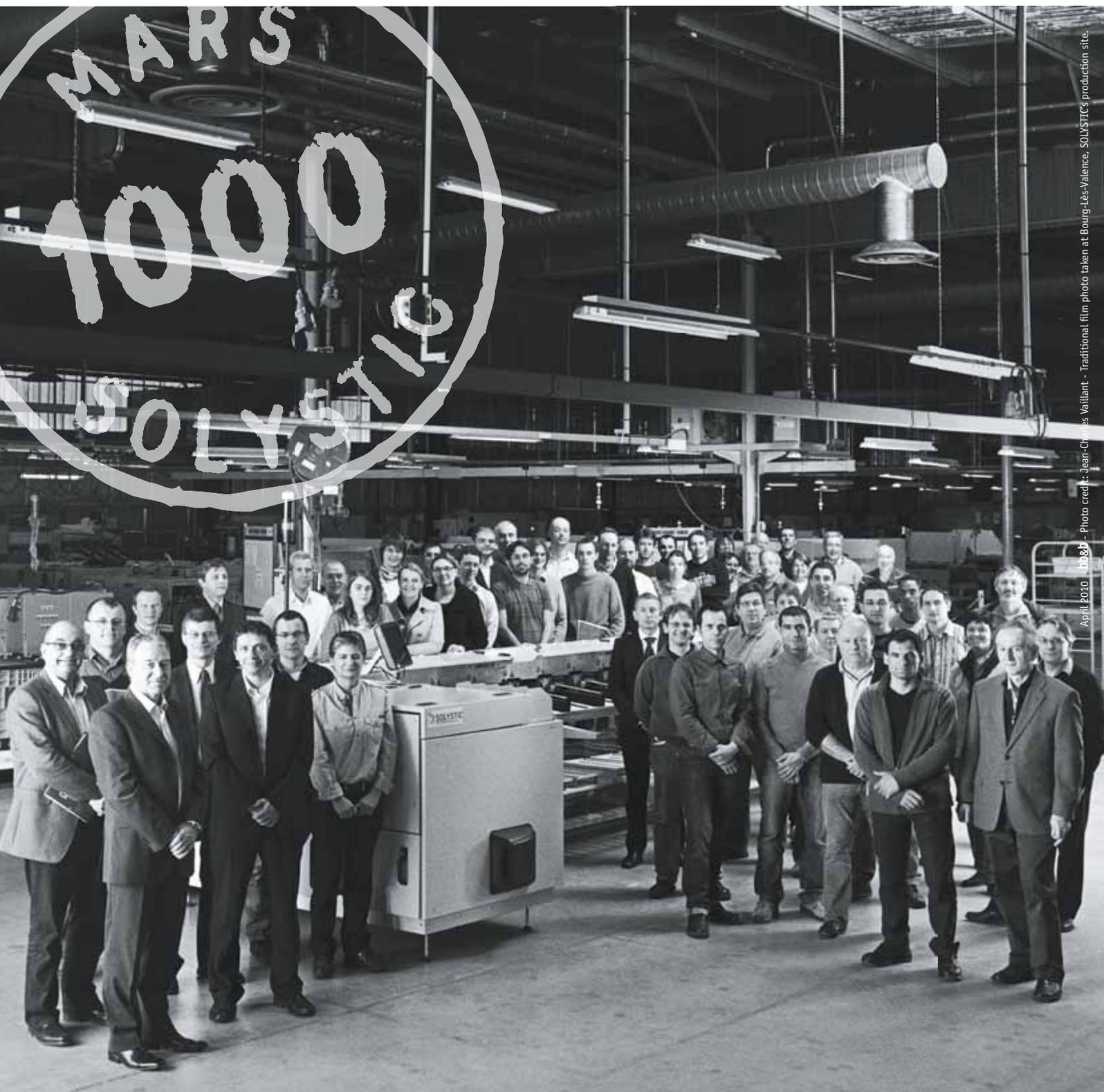
- ✓ **Sofort nutzbare Daten**
- ✓ **Einzigartiges, bleibendes Format**
- ✓ **Vierteljährliche Aktualisierung**
- ✓ **Kompatibel zu Adressüberprüfungssoftware und Rechtschreibprüfprogramme**

Universal Postal Union – POST*CODE
Postfach – 3000 BERN 15 – SCHWEIZ
www.upu.int

Kontaktieren Sie uns

postcode@upu.int

Because your satisfaction is our satisfaction, **1000** thank yous!



April 2010 - DB&B - Photo credit : Jean-Charles Vaillant - Traditional film photo taken at Bourg-Lès-Valence, SOLYSTIC's production site.

SOLYSTIC, A 60 YEAR PARTNER OF THE POSTAL SERVICES.

SOLYSTIC would like to thank all those who have placed their trust in us.

MARS is one of the very first machines to be designed for carrier route sequencing. For the last 10 years, the success it has achieved among postal operators has inspired our teams to go further. Therefore, as the 1000th MARS machine is installed, we would like to take this opportunity to sincerely thank you all.

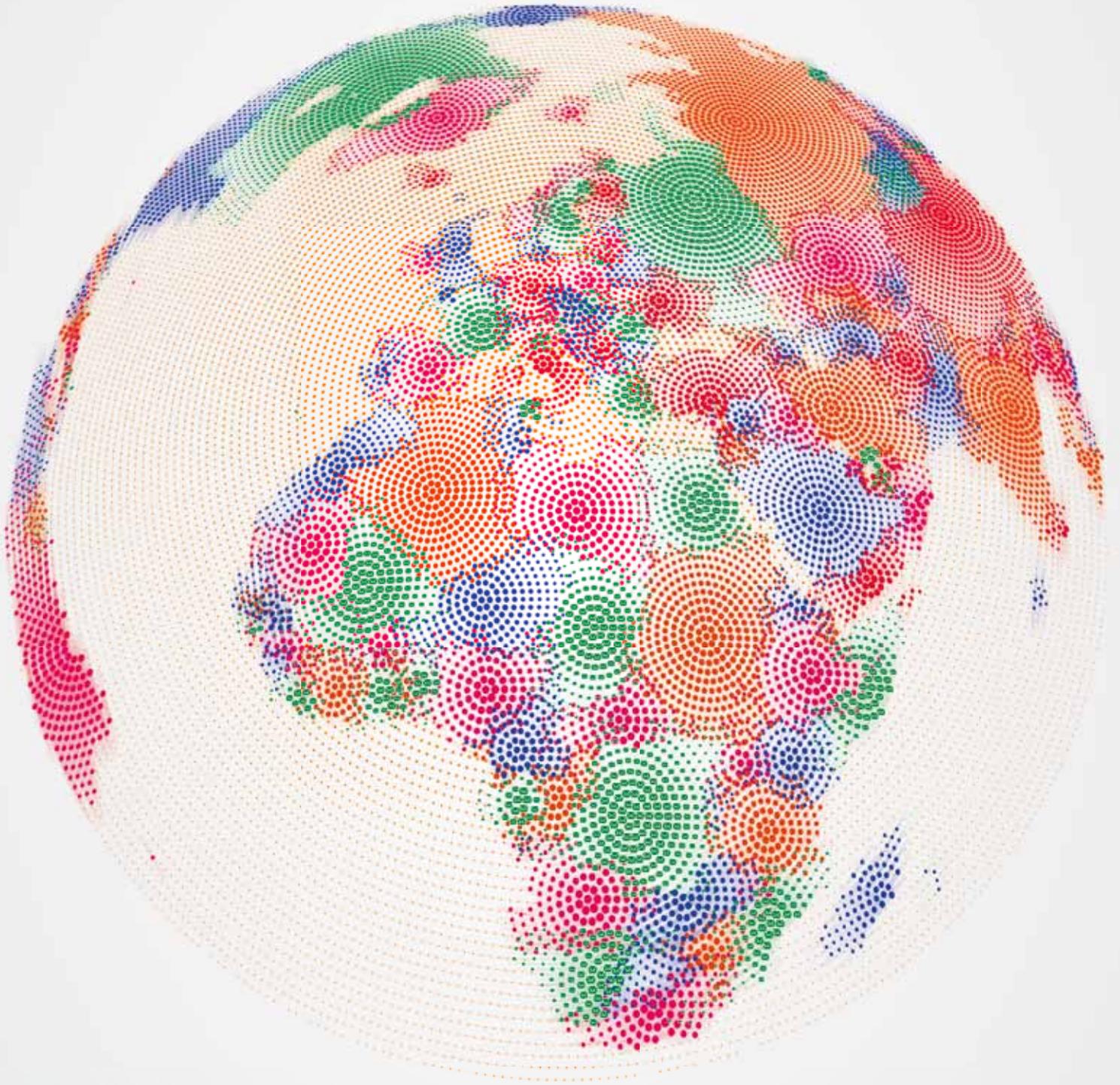
MARS, the small machine that makes a big impression.



Future postal solutions

www.solystic.com

Hochwertige Informationen dank Innovation



GMS

Global Monitoring System

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

Weitere Informationen entnehmen Sie dem Animationsfilm

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

oder schreiben Sie an gms@upu.int.



UPU | UNIVERSAL
POSTAL
UNION