

Der Postsektor im Vormarsch seit 1875

# UNION POSTALE



UPU, eine Sonderorganisation  
der Vereinten Nationen

MÄRZ 2014 / NR. 1

UPU pusht  
Service-Qualität  
Durchbruch in Bali

ISSN 0041-7009



## Bus für die Post



# post

Be part of it. Today.

The postal community's dedicated top-level domain name opens up a unique, secure internet space for innovative postal applications to enable cross-border business.



**UPU** | UNIVERSAL  
POSTAL  
UNION

More information  
[www.info.post](http://www.info.post)  
[dotpost@upu.int](mailto:dotpost@upu.int)



Umschlag: Michael Tewelde/EPA/Keystone.

## März 2014

**LEITER COMMUNICATION PROGRAMME:** Rhéal LeBlanc (RL)

**CHEFREDAKTEURIN:** Faryal Mirza (FM)

**BEITRÄGE:** David Koch (DK), Catherine McLean (CM)

Morven McLean (MM), Kayla Redstone (KR)

**REVISION/EDITION:** Jérôme Deutschmann

**REDAKTIONSSEKRETÄRINNEN:** Gisèle Coron, Denise Touron

**GRAFISCHE GESTALTUNG:** Die Gestalter, St. Gallen, Schweiz

**ÜBERSETZUNG:** Michael und Bastiaan Visser, Winterthur, Schweiz

**DRUCK:** Weltpostverein, Bern, Schweiz

**ABONNEMENTS:** publications@upu.int

**WERBUNG:** faryal.mirza@upu.int

**KONTAKT:**

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

**WEBSITE:** <http://actualites.upu.int>

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

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

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

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

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

- 8 **TITELGESCHICHTE**  
**Postbusse bringen den Universaldienst in Fahrt**  
Wie zwei Anforderungen auf einmal erfüllt werden: Post und Passagiere befördern
- 14 **NETZWERK IM WIEDERAUFBAU**  
**UPU unterstützt von Taifun getroffene Post**  
Was der Wiederaufbau des Postamtes in Tacloban bringen wird
- 16 **FALLSTUDIE**  
**Kunden profitieren von massiver Qualitätssteigerung**  
Durch UPU unterstützte Beschaffung neuer Fahrzeuge führt zu wesentlicher Steigerung der Dienstleistungsqualität in Thailand
- 18 **DAS INTERVIEW**  
**Durchbruch in Bali**  
Die WTO nimmt Stellung zur Umsetzung des Handelserleichterungsabkommens
- 21 **PHILATELIE**  
**Edles Souvenirblatt**  
Macao Post als Innovator
- 22 **RESEARCH**  
**Sektorentwicklung dank Postökonomie**  
Neue Studie der UPU bietet interessante Einblicke in die Entwicklung der Postbranche
- 24 **INNOVATION**  
**Mobile Postdienste für mobile Menschen**  
SMS-Briefmarken – Mobiltechnologie im Dienst der Post
- 26 **FRAGE UND ANTWORT**  
**Dürfen wir vorstellen?**  
Zwei Engere Vereine haben neue Vorsitzende gewählt
- 28 **ADDRESSIERUNG**  
**Irland führt präzise Postleitzahl ein**  
Irland plant als letztes europäisches Land die Einführung flächendeckender Postleitzahlen
- 4 **RUBRIKEN**  
**In Kürze**
- 5 **Leitartikel**
- 30 **Umschau**

### DOHA-POST-STRATEGIE

Vier Meilensteine für die Post bis 2016

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

Weitere Informationen unter:

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

EMS

## Kundendienst hat Priorität

Der E-Commerce boomt. Es ist daher nicht verwunderlich, dass die EMS-Anbieter auch ein Stück dieses lukrativen Kuchens wollen, indem sie sich als bevorzugter Kurierdienst positionieren, beispielsweise durch Verbesserung ihrer Kundendienstleistungen. In diesem Zusammenhang hat die EMS-Kooperative ein neues Tool, Rugby Global Customer Service System (RGCSS), lanciert. Es ist speziell auf die Bedürfnisse der 176 Mitglieder der Kooperative ausgerichtet und ermöglicht es Call-Centern von 180 Postdienstleistern, Kundenanfragen besser und speditiver zu bearbeiten.

Mit den stetig zunehmenden Online-Käufen ist nun der richtige Zeitpunkt, sich den Kunden zu widmen. «Die Entscheidungskompetenz verschiebt sich stärker zum Käufer und Verkäufer. Tracking-Möglichkeiten, Liefergeschwindigkeit und Preis sind wesentliche Entscheidungsfaktoren. Aufgrund unserer Dienstleistungen ist EMS natürlich im Rennen», sagt Michael Cope, Leiter Globale Geschäftsentwicklung von Australia Post und Mitglied des Boards der EMS-Kooperative.

### Pole-Position

Dem würden auch andere EMS-Anbieter zustimmen. Dem Kundenservice muss höchste Priorität eingeräumt werden, falls EMS weiter wachsen will. «Aufgrund des enorm rasch wachsenden E-Commerce sowie des Gebrauchs von Smartphones und Internet werden in den nächsten Jahren Kleinpakete und EMS-Sendungen unser Geschäft dominieren und nicht mehr die Briefpost», meint Yu Yeong-Chul, stellvertretender Direktor der internationalen Division des Bureau of Post von Korea Post. «Deshalb gewinnt der Kundenserviceaspekt immer mehr an Bedeutung. Zudem werden auch immer wertvollere Waren-

sendungen per EMS aufgegeben», weiss Yu.

Er begrüsst denn auch, dass die Service-Qualität in der Philosophie der EMS-Kooperative einen höheren Stellenwert erlangt als das reine Zustelltempo, wenn es um die Zufriedenstellung der Kunden geht. Bernard Yaw Atta-Sonno, General Manager für EMS-, Brief- und Paketpost bei Ghana Post, sieht das ähnlich. Er nahm vor kurzem an einem von der EMS-Einheit organisierten Workshop zum Thema Kundendienst teil. «Ich habe dort viel gelernt. Wissen, das uns helfen wird, den Kundendienst proaktiv statt reaktiv zu betreiben, bei jedem Kundenkontakt das Richtige zu tun und so die Kunden zufriedenzustellen», blickt er zurück. Sein Kollege, Osamu Goto, Senior Manager des International Business Department von Japan Post, bekräftigt dies: «Ich bin der Auffassung, dass der Fokus auf den Kundenservice . . . extrem wichtig für die weitere Verbesserung unserer EMS-Dienste ist.»

### Höchste Priorität

Auch in Korea genoss der verstärkte Fokus auf den Kunden höchste Priorität. Zwar war die Post zufrieden mit den EMS-Volumen, doch lag beim Kundenservice und den Versandgebühren noch einiges im Argen. Doch gerade diese beiden Faktoren bestimmen, ob EMS gegen die private Konkurrenz bestehen kann, meint Yu. Oder wie es Cope ausdrückt: «Die Konkurrenz schläft nicht, deshalb muss EMS sich auf einem Markt behaupten, in dem die Hürden für die Mitbewerber immer niedriger werden, um Tracking-Dienste zu tieferen Preisen anzubieten, und in dem die In-

tegratoren ihre Netze laufend ausbauen.»

### Vorsprung

Um der Konkurrenz voraus zu bleiben ist es Yu zufolge wichtig, dass die gebotenen Kundendienstleistungen kritischer hinterfragt werden. «Wenn eine EMS-Sendung verloren geht, können wir auch den Kundenservice nicht länger beurteilen, da wir dessen Erwartungen nicht erfüllt haben», sagt Yu. Hinzu kommt, dass bei einem Kunden ein Kugelschreiber, bei einem anderen hingegen das Smartphone verloren geht. Wie lassen sich diese beiden Kundendienstszenarien vergleichen?

Laut Yu gibt es Länder, in die Korea Post keine teuren Elektroprodukte wie ein Smartphone versenden darf, da diese auf dem Transport leicht beschädigt oder gar gestohlen werden. Der Vertreter Koreas appellierte an alle EMS-Dienstleistungserbringer, das Thema verlorene oder gestohlene Postwaren offen zu diskutieren, insbesondere mit Blick auf den Kunden. «Wir müssen unsere Sicherheit und Kundendienstleistungen mehr denn je verbessern», fordert Yu.

Auch Cope betont die Wichtigkeit einer engeren Zusammenarbeit der einzelnen Mitglieder der EMS-Kooperative: «Die Herausforderung besteht darin, 176 Mitgliedsstaaten zusammenzubringen, um ein Qualitätsnetzwerk aufzubauen, das die Kundenbedürfnisse erfüllt», sagt er. Entscheidend wird dabei sein, «dass ein solches Netzwerk von Qualitätsanbietern sowohl am Aufgabewie auch am Zustellort getragen wird, führt er weiter aus. **FM**



VIDEOS: EMS IN DEN REGIONEN

<http://news.upu.int/videos/ems>

## Gemeinsame Interessen

Angesichts unserer von Diversität geprägten Gesellschaft scheinen die 192 Mitgliedsstaaten der UPU nur wenig gemeinsam zu haben. Und genau das macht den Postbus-Dienst, um den es im Hauptartikel dieser Ausgabe von *Union Postale* geht, so besonders. Überall auf der Welt, in den Industriestaaten ebenso wie in den Entwicklungsländern, transportiert er zuverlässig Post und Menschen. Natürlich ist dieser Service in manchen Ländern ausgeprägter als in anderen, doch ob der Bus nun Gemüse in die Dörfer des Berner Oberlands oder Pendler in die äthiopischen Städte bringt, Sinn und Zweck ist jeweils der gleiche.

In einer neuen Rubrik, stellen wir ein neues Projekt in Thailand vor, das vom Quality of Service Fund der UPU finanziert wird. Erfahren Sie, wie die Beschaffung neuer Fahrzeuge die Kundenzufriedenheit in neue Höhen schnellen liess.

Auch sonst hat sich in der Welt der Post einiges getan. So zeigte eine Studie der UPU auf, über welch wertvollen Datenfundus die Organisation verfügt. Eine sorgfältige Analyse dieser Daten böte Regierungen und Postbetreibern die notwendige Basis, wenn es darum geht, die für den Postsektor zukunftsweisenden Entscheidungen zu treffen. Der Artikel kann nur einen Einblick in diese hochinteressante Studie bieten. Ich möchte Ihnen ans Herz legen, sich eine elektronische Kopie herunterzuladen oder die Druckversion zu bestellen.

### Innovationen

In dieser Ausgabe von *Union Postale* stellen wir Ihnen ausserdem zwei innovative Alternativen zur Frankierung mit herkömmlichen Briefmarken vor. So viel sei hier verraten: mobile Telefone und Seide spielen dabei eine wichtige Rolle. So unterschiedlich die Lösungen auch sind, repräsentieren sie doch mögliche Ansätze zur Generierung neuer Einnahmequellen für die Post.

Die vorliegende Ausgabe hat aber noch viel mehr zu bieten: Lesen Sie, wie die UPU Tacloban beim Wiederaufbau der Postinfrastruktur unterstützt, nachdem der Taifun Haiyan die philippinische Stadt verwüstet hatte. Und im Interview mit der Vertreterin der Welthandelsorganisation fragen wir nach der Bedeutung des in Bali erzielten Abkommens über Handelserleichterungen. Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre!

**FARYAL MIRZA, CHEFREDAKTEURIN**

### REGIONALER ENTWICKLUNGSPLAN

## Prioritäten für die Service-Qualität in Afrika

Über achtzig Vertreter aus dreissig afrikanischen Staaten nahmen am ersten Workshop zum Thema Dienstleistungsqualität teil. Die Dienstleistungsqualität ist einer der zwei Hauptprioritäten des regionalen Entwicklungsplans für den afrikanischen Kontinent. «Der Workshop wurde organisiert, um das Verständnis, was Service-Qualität beinhaltet, zu verbessern und entsprechende Lösungsansätze zu eruieren», berichtet El Hadji Mansour Gueye, Programm Manager der UPU für Afrika.

### Rückblick

Am Treffen im März in Bujumbura, Burundi, liess man zunächst das im Zyklus 2009–2012 Erreichte und Gelernte Revue passieren. Zwar wurden in diesem Arbeitszyklus etliche

Meilensteine erreicht, doch insgesamt verschlechterte sich die Service-Qualität. Das Ziel besteht nun darin, diesen Trend bis 2016 wieder umzukehren.

Um dies zu erreichen, wurde der afrikanische Kontinent in fünf Teilregionen gegliedert: südliches Afrika, östliches Afrika, die englisch-sprechenden Länder Westafrikas, die französisch-sprechenden Länder Westafrikas und die französischsprachigen Länder Zentralafrikas. Für jede Teilregion wurde ein Projektleiter bestimmt.

Überdies ernannten die teilnehmenden Länder jeweils einen nationalen Projektmanager. «Mit diesen Massnahmen soll der Informationsaustausch sowie eine optimale Koordination gewährleistet werden,

sodass alle Parteien genau wissen, was zu tun bleibt», sagt Gueye.

### Neuer Ansatz

Der Fokus wird auf die Erkennung von Problemen in den Regionen und Ländern zu liegen kommen, noch bevor Massnahmenpläne mit konkreten Problemlösungen erarbeitet werden. Zur Unterstützung dieses Vorhabens wurde ein externer Berater engagiert. Die Schulung der Projektteilnehmer wird eine wichtige Rolle spielen, wenn es darum geht, sie für die grosse Bedeutung eines qualitativ einwandfreien Service für alle Beteiligten zu sensibilisieren. Zu den Themen, die abgedeckt werden, zählen Diagnosetools, Betriebsmanagement und die globale Lieferkette. **FM**

## Asien-Pazifik auf Erfolgskurs



Die «Mann aus Stahl»-Serie von Jersey Post verwendet innovative Techniken wie zermahlene Kieselsteine vom Lieblingsstrand des Schauspielers Henry Cavill, um der Briefmarke eine einzigartige Struktur zu verleihen. Dies war eines der Themen im Philatelie-Workshop.

Weniger als ein Jahr nachdem die regionalen Entwicklungspläne der UPU gutgeheissen wurden, beweist die Region Asien-Pazifik, dass sie mit der Umsetzung ihrer Entwicklungsprojekte auf bestem Weg ist.

Die Region hat bereits mit zwei Aktivitäten, darunter ein Philatelie-Workshop, Erfahrungen gesammelt und hat Postangestellten Stipendien gewährt, damit diese von professionellen Management-Schulungen profitieren können. Die UPU bot sechs Ländern – Kiribati, den Malediven, Samoa, den Solomon Inseln, Osttimor und Tuvalu – acht Stipendien, um an einem vierwöchigen Kurs in Human-Resources-Management am Asian-Pacific Postal College (APPC) teilzunehmen. Dabei handelt es sich um ein spezialisiertes Ausbildungszentrum, das von der Asiatisch-pazifischen Postunion (APPU) betrieben wird.

Im Kurs, der Anfang Jahr stattgefunden hat, wurde Human-Re-

sources-Spezialisten und Senior Managern gezeigt, wie Best Practices für die Rekrutierung und das Leiten von Angestellten angewendet werden. Die Teilnehmer lernten zudem, auf individueller Ebene Führungs- und Sozialkompetenz zu entwickeln.

### Grundlagen

Während das APPC denselben Kurs bereits früher angeboten hatte, hat die UPU entschieden, die Stipendien im gegenwärtigen Zyklus zu finanzieren, da einige vorgesehene Betreiber nicht über genügend Mittel verfügten, um selbst die Entsendung von Vertretern zu finanzieren. «Menschliche Entwicklung ist der Grundstein für die Servicequalität», sagt Teruo Kobayashi, UPU-Regionenexperte für Asien-Pazifik.

Da 13 der 32 APPU-Mitglieder als wenig entwickelte Länder eingestuft werden, ist die Entwicklung von Human Resources immer noch von grösster Bedeutung bei der Moderni-

sierung von Postunternehmen. «Kapazitätsausbau ist aus operativer und Human-Resources-Perspektive äusserst wichtig für ein nahtloses und effizientes Postnetzwerk», erklärt Araya Prasittiboon, APPU-Manager. «Human Resources sind der wichtigste Antrieb für hohe Leistungen bei Postbetreibern.»

Kobayashi fügt hinzu, dass die UPU weiterhin Stipendien an neue Länder vergeben werde.

### Innovative Philatelie

Die UPU hat zudem eine zweite Priorität der Region, die Philatelie, in Angriff genommen und führte im letzten August in Bangkok, Thailand, einen Schulungs-Workshop durch. Die Veranstaltung fand zeitgleich wie die Briefmarkenweltausstellung 2013 statt und lockte 31 Teilnehmer aus 19 Ländern an. «Ziel war es, über die aktuellen Entwicklungen in der Philatelie-Technologie zu informieren und Ideen auszutauschen», sagt Kobayashi. «Die verschiedenen Postbetreiber und Briefmarkendruckereien berichteten über die neuesten Trends auf dem Philateliemarkt, beispielsweise neue Drucktechnologien und neue Sicherheitsmerkmale für Postwertzeichen», erzählt Derby Lau, CEO von Macao Post. «So waren wir in der Lage, wertvolle Erfahrungen im Briefmarkengeschäft auszutauschen. Zudem erhielten wir viele Denkanstösse, wie man sich neue Chancen bei der Entwicklung von Briefmarken und bei der Erweiterung unseres Marktes erschliessen kann», fügt sie hinzu.

### Blick nach vorne

Laut Kobayashi trifft die UPU derzeit Vorbereitungen für Aktivitäten in den Bereichen Dienstqualität und Verbesserung des Entlohnungssystems, den zwei obersten Prioritäten der Region. Die Projekte in diesen Bereichen sollen noch dieses Jahr beginnen, ebenso Aktivitäten für Direktmarketing und elektronische Postdienstleistungen. **KR**

ENGERE VEREINE

## PUASP: Postreform und Dienstqualität im Visier



Postunternehmen bringen sich in Form (Foto: Correos, Costa Rica).

Das anhaltende Wirtschaftswachstum in Lateinamerika und das Versprechen der Regierungen, näher bei den Bürgern zu sein, schaffen ideale Bedingungen für eine Stärkung des Postsektors in dieser Region. Denn das Potenzial der Post zur Förderung des sozioökonomischen Wachstums müsse optimal genutzt werden, argumentiert UPU-Generaldirektor Bishar A. Hussein.

An der jährlichen Versammlung des Exekutivrats des Amerikanisch-spanisch-portugiesischen Postvereins (PUASP) im März in Montevideo, Uruguay, erinnerte Hussein die Regierungen Lateinamerikas daran, den Postsektor im Auge zu behalten. Dieser hat in den letzten dreissig Jahren erheblich gelitten. Grund dafür seien der Ausschluss aus nationalen Entwicklungsstrategien und mangelnde Regulierung. «Eine Modernisierung der Post muss die verschiedenen Akteure des Sektors innerhalb eines gewissen Rahmens zusammenführen, in dem für alle dieselben Spielregeln gelten und der dem

Markt zu mehr Wachstum verhilft», mahnte er.

### Reformen

Gemäss Analysen der UPU haben viele Teil- und einmalige Reformen in den vergangenen Jahrzehnten das Wachstum des Postsektors in Lateinamerika, die Modernisierung der nationalen Postunternehmen und schliesslich auch die Fähigkeit der betreffenden Länder, ihren Verpflichtungen bei der Erbringung des Universaldienstes nachzukommen, erheblich gebremst.

Um diese Herausforderung zu meistern, hält die UPU für ihre Mitgliedstaaten eine strukturierte Strategie für Postreformen bereit, die es Regierungen ermöglicht, den Postsektor innerhalb eines integrierten und einheitlichen Rahmens neu zu organisieren und den Universalpostdienst zum Vorteil aller Bürger zu verbessern.

### Investitionen

Während der nächsten drei Jahre werden die UPU und die PUASP über 1 Million USD in Projekte für die Reform und Entwicklung des Postsektors sowie die regionale Verbesserung der Dienstqualität investieren.

### Roadmap

Diese und weitere Prioritäten sind Bestandteil des von der UPU und der PUASP aufgestellten regionalen Entwicklungsplans, mit dem die Region die Ziele der Doha-Poststrategie, der weltweiten Strategie der UPU für die Jahre 2013 bis 2016, erreichen soll.

Angesichts der abnehmenden Postvolumen bereiten sich Postunternehmen auf ein Wachstum bei kleinen Paketen vor, das auf den E-Commerce-Boom zurückzuführen ist. Ein effizienter Paketdienst wäre eine nützliche Plattform für weitere innovative Dienstleistungen, die ähnlich wie E-Commerce und Exporte zum nationalen Wachstum beitragen würde. **RL**



Post wird per Postbus im Postamt von Asebe Teferi in Ostäthiopien angeliefert.

# Postbusse bringen den Universaldienst in Fahrt

Der Postbus hat sich zu einem erfolgreichen Dienst entwickelt, der von immer mehr Postunternehmen angeboten wird, um die Bedürfnisse nach öffentlichen Verkehrsmitteln in entlegenen Regionen zu stillen und mit den Fahrgastentgelten den Universaldienst zu unterstützen. Auch der Fonds für die Verbesserung der Dienstqualität in Entwicklungsländern (Quality of Service Fund, QSF) bestätigt den positiven Beitrag von Postbussen zur Serviceverbesserung und hat in den letzten Jahren verschiedenen Projekten dringend benötigte Infrastrukturgelder zugesprochen.



**TEXT:**  
DAVID  
KOCH

**FOTOS:**  
MICHAEL  
TEWELDE/  
EPA/  
KEYSTONE

Da Postbetreiber selbst die entlegensten Siedlungsgebiete erreichen müssen, ist es sinnvoll, die für den Transport der Post entstehenden Kosten mit einem Passagierservice aufzurechnen. Dieses Modell wurde von Postbetreibern in Afrika und Europa bereits getestet. Busse, die sowohl Fahrgäste als auch Postsendungen befördern, sind in Sambia seit über 25 Jahren und in Uganda seit über 20 Jahren im Einsatz. In den Schweizer Alpen und auf den äusseren Hebriden in Schottland verkehren Postbusse ebenfalls schon seit Jahrzehnten. Kürzlich hat Deutsche Post DHL einen ausschliesslich auf Passagiere ausgerichteten Service ins Leben gerufen, mit dem sie ihre Geschäftstätigkeiten ausgeweitet hat.

Beim vorgesehenen Betreiber von Sierra Leone, Salpost, ist ein geplanter Passagierservice Teil einer Strategie zur Erneuerung der Postinfrastruktur in einem Land, das sich immer noch von den Folgen eines Bürgerkriegs erholt. In der Region um Südafrika soll ein Postbusdienst dank finanzieller Unterstützung durch den QSF dieses Jahr den Betrieb aufnehmen und sechs Länder miteinander verbinden.

### Dienstqualität

Der QSF unterstützt Staaten und ihre Postbetreiber finanziell bei der rascheren Zustellung von eingehenden Postsendungen, damit 85% der internationalen Post innerhalb von fünf Arbeitstagen jede beliebige Destination in der Welt erreichen und so die Dienstqualitätsziele der UPU erreicht werden. Die Abgelegenheit gewisser Orte lassen diese Ziele in weite Ferne rücken, besonders in Entwicklungs- und am wenigsten entwickelten Ländern. Geringe Briefpostvolumen können dazu führen, dass die Einnahmen der Post nicht ausreichen, um die Kosten für Treibstoff, Fahrzeugwartung und weitere Aufwendungen zu decken.

In vielen afrikanischen Ländern stelle der Unterschied zwischen den Postinfrastrukturen auf dem Land und in der Stadt ein Problem dar, meint Kainet Moyo, Executive Director der Southern Africa Postal Operators Association (Verband südafrikanischer Postunternehmen, SAPOA). «Siedlungen befinden sich nicht unbedingt in den wirtschaftlich aktiven Gebieten. Sie zu erreichen ist daher sehr schwierig», erklärt Moyo. Das Fehlen von für Postinfrastruktur bestimmtem Kapital und das unwegsame Gelände auf dem Land würden das Aufrechterhalten des Universaldienstes in solch entlegenen Gebieten erschweren, fügt er hinzu.

Die Postbusse würden einen doppelten Zweck erfüllen, indem sie über den Passagierdienst zu den Einnahmen der Post beitragen und gleichzeitig die afrikanische Postlogistikette stärken würden, erklärt der Nigerianer

Loveridge Debegbudu, Mitglied des Vorstandsausschusses des QSF.

### Unterwegs in Sambia

Als 1986 der Postbusdienst in Sambia lanciert wurde, beschränkte er sich auf die zentrale Region um die Hauptstadt Lusaka und auf die Provinz Copperbelt, einem Wirtschaftszentrum nahe der südlichen Grenze der Demokratischen Republik Kongo. Heute erstreckt sich der Dienst über mehr als 3300 Strassenkilometer und deckt den Grossteil des Binnenlandes ab. Postbus Limited hat sich vorgenommen, «alle Provinzhauptstädte zu bedienen, wenn sich unsere Fahrzeugflotte zukünftig noch verbessert», meint George Chipasha, Leiter des Unternehmens, einer Tochtergesellschaft der sambischen Post.

Die Flotte zählt derzeit 14 Busse mit einer Fahrgastkapazität von jeweils 55 bis 69 Personen, erklärt Chipasha. Der Dienst wurde ins Leben gerufen, um die Postzustellung zu verbessern und gleichzeitig Kosten einzusparen, da die täglich eingesetzten Lieferwagen hohe Benzin- und Wartungskosten für die Post verursachen. Die Busse seien effizienter und generierten dank des Passagierdienstes Umsatz, fährt er fort.

### Pünktlichkeit und Sicherheit

Trotz der harten Konkurrenz von 17 grossen Anbietern, einige davon mit neueren Fahrzeugen, belege das Postbusssystem dank seiner Pünktlichkeit den dritten Platz im landesweiten Vergleich, so Chipasha. Nach einem eher schwierigen Jahr für das Unternehmen haben sich der Linienverkehr und die Finanzen wieder erholt. Die Einnahmen der letzten drei Monate des Vorjahres konnten um 5 bis 10% zulegen im Vergleich zum selben Quartal 2012, weiss Chipasha.

Das Unternehmen verzeichnete am Ende des Geschäftsjahres im August Verluste in Höhe von 33 500 ZMW (USD 6500), was hauptsächlich auf einen grösseren Zwischenfall zurückzuführen war. Der schlechte Strassenzustand kann mitunter tödliche Folgen haben. Zum Unglück kam es, als ein anderes Fahrzeug Berichten zufolge einen Postbus überholen wollte und mit einem entgegenkommenden Lastwagen zusammensties, wodurch es zu einer Massenkarambolage mit Dutzenden Todesopfern kam. Der Unfall hätte zu einem Rückgang der Nachfrage nach Postbusfahrten geführt, erklärt Chipasha, obwohl weder der Fahrer noch der Zustand des Fahrzeuges für den Unfall verantwortlich gewesen seien.

Es sei eine Tragödie, die einmal mehr aufzeigte, wo die Schwierigkeiten im Passagierbetrieb lägen, fügt Chipasha hinzu. «Die Sicherheit der Fahrgäste und der

# «Der Bus ist dank seiner Verlässlichkeit, erschwinglicher Tarife und strikter Einhaltung des Fahrplans beliebt.»

James Kuiparima, SAPOA Regionalprojektleiter

Fahrzeuge stehen an oberster Stelle», versichert er. «Unsere Unternehmenspolitik sieht vor, dass alle Busführer präventive Schulungen besuchen und zum Auffrischen ihrer Kenntnisse zweimal im Jahr eine Führerprüfung absolvieren.»

## Schwierige Zeiten

Dem Unternehmen stehen jedoch immer noch Herausforderungen bevor. Die Lohnkosten lägen höher als bei den privaten Mitbewerbern, erläutert Chipasha, da es sich bei Postbusfahrern und operativen Leitern um unbefristetes, pensionsberechtigtes Personal handle. In einem wirtschaftlicheren Modell wären Arbeitnehmer mit erfolgsabhängigen und auf ein bis drei Jahre befristeten Verträgen angestellt, erklärt er.

Er fügt hinzu, dass die Strassenzustände eine grosse Schwierigkeit darstellten. Das raue Gelände verkürze die Lebensdauer der Fahrzeuge und verlängere jede Fahrt, wodurch höhere Kosten entstünden. Busbetreiber müssten unter anderem zusätzlich mit Versicherungsprämien, dem Unterhalt einer gut ausgerüsteten Werkstatt und Treibstoffkosten rechnen.

Zimpost, der Postbetreiber von Simbabwe, nahm vor einigen Jahren den Passagierdienst auf und es gibt bereits Pläne, den Inlandservice auszubauen, so James Kuiparima, Regionalprojektleiter bei SAPOA, der früher als Bereichsleiter bei der Post von Simbabwe tätig war.

Der Busdienst von Zimpost zählt derzeit zwei Fahrzeuge, die auf unterschiedlichen Routen von den zwei grössten Städten aus verkehren, und wird dieses Jahr um vier weitere Busse aufgestockt. Eine Linie führt von der Hauptstadt Harare zur Gemeinde Magunje im Norden des südafrikanischen Landes. Diese Linie wurde im letzten September eröffnet und sei auf «Städter, Bauern und Reisende auf dem Lande» ausgerichtet, weiss Kuiparima. Die zweite Linie führt von Bulawayo, der zweitgrössten Stadt Simbawes, nach Victoria Falls und ist seit Mai 2012 in Betrieb. «Der Bus ist dank seiner Verlässlichkeit, erschwinglicher Tarife und strikter Einhaltung des Fahrplans beliebt», erzählt Kuiparima und fügt hinzu, dass die Linie zudem an ein grenzübergreifendes Postnetzwerk anschliesse, das zwar keine Passagiere, aber dafür Postsendungen von Malawi und Sambia zur Auslieferung in Botswana und Südafrika transportiert. Eine dritte Linie werde demnächst in Betrieb genommen, so Kuiparima. Die Inlandpostbusse, die Kuriersendungen, herkömmliche Briefe und Pakete befördern, legen zusammengenommen jeden Monat insgesamt über 15 000 Kilometer

zurück und erwirtschaften einen Gewinn von USD 14 000.

## Reges Interesse

Auch auf der anderen Seite des Kontinents ist das Interesse am Postbusmodell gross. Der äthiopische Postdienst hat seinen Busbetrieb 2008 aufgenommen. Dank des erfolgreichen Einsatzes von acht Bussen – die Investitionen wurden vom QSF übernommen – sei die Post in der Lage gewesen, eigenständig vier weitere Fahrzeuge zu erwerben, erklärt Habtamu Beyene. Äthiopien beabsichtigt derzeit, seine Flotte von zwölf Bussen um zwei weitere aufzustocken und hat dafür beim QSF ein entsprechendes Gesuch eingereicht.

In Uganda legt die Postbusflotte, bestehend aus zehn Bussen, jeden Tag eine Strecke von rund 4300 Kilometer zurück, weiss David Mulobole, Leiter des Dienstes. Die Busse befördern von Montag bis Samstag Passagiere, darunter Schüler auf ihrem Weg von und zu Internaten, Touristen, Händler und Leute aus der Stadt, die ihre Verwandten besuchen. Die Fahrgäste können beim Hauptbusbahnhof in Kampala oder an einer der Zielstationen bei fünf Postämtern ausserhalb der Hauptstadt einsteigen. Wenn genügend Platz im Bus sei, dürften unterwegs weitere Passagiere bei Durchgangspostämtern zusteigen, fügt Mulobole hinzu.

Die Busse mit 66 Plätzen sind zu rund 70% ausgelastet und befördern im Monat 5000 Postsendungen, darunter Briefe, Pakete, Päckchen und EMS-Sendungen. Alles in allem werden rund 100 000 USD im Monat erwirtschaftet, weiss Mulobole. Die Einnahmen schwanken jedoch je nach Saison mit Spitzenwerten zu Beginn und am Ende von Schuljahren oder während der Festtage am Ende des Jahres. Postbetreiber dürften auch nicht vergessen, wie die Wertminderung des Materials sich auf die Gewinne auswirke, mahnt Mulobole. «Die Gewinne pro Bus nehmen ab, je älter die Busse sind, denn die Kosten für Reparatur und Unterhalt nagen an den Gewinnen», gibt er zu bedenken und meint, die Fahrzeuge würden die höchsten Erlöse in den ersten zwei Jahren nach Inbetriebnahme erwirtschaften.

## Neue Wege

In Sierra Leone sind die Wunden des Krieges immer noch nicht verheilt – das Land wurde in einem zehnjährigen Bürgerkrieg, der 2002 endete, zugrunde gerichtet. Die Postinfrastruktur, darunter die Postämter in ländlichen



Zwischenhalt in Adama, Zentraläthiopien.

Gebieten, liegt weiterhin am Boden, während die Armut die Postvolumen zurückgehen liess. Diese Hürden machen es Salpost, dem Postbetreiber Sierra Leones, schwer, den Universaldienst zu gewährleisten.

Es ist geplant, dieses Jahr einen durch den QSF unterstützten Postbusdienst einzuführen, um die Kapazitäten in diesem westafrikanischen Land zu erhöhen. «Regierungen müssen bei Investitionen Prioritäten setzen, wenn es darum geht, wo Gelder investiert werden. Dabei werden Gesundheits- und Bildungswesen, Hygiene und Energie bevorzugt», erklärt Sammy Koroma, Generaldirektor des Postunternehmens. «Die Post ist dabei nur ein Unternehmen ohne grosse finanzielle Mittel.»

Während die Wirtschaft Sierra Leones wieder auf die Beine kommt, ist die Entwicklung der physischen Infrastruktur für die Post entscheidend für ihre wirtschaftliche Tätigkeit. «In Entwicklungsländern beträgt der Internetzugang rund 16%. Die Post muss also weiterhin physisch zugestellt werden», erklärt Koroma. Seinen Einschätzungen zufolge wird die Post dank der umfassenden staatlichen Investitionen in das nationale Strassennetz in den letzten Jahren weiter in ländliche Gebiete vordringen. «Während das Land wächst und sich weiterentwickelt, werden mehr Zugangsstellen geschaffen», erklärt er. «Das Wachstumspotenzial ist riesig.»

Trotz des verbesserten Strassennetzes gibt es abgesehen von einigen kleinen, privat betriebenen Taxiunternehmen derzeit in Sierra Leone wenige Möglichkeiten, mit einem Passagierdienst in ländliche Gegenden zu gelangen. Daraus ergäbe sich für Salpost eine gute Gelegenheit, einen regelmässigen Dienst nach Fahrplan anzubieten, meint Koroma. Erwartungsgemäss werden die

Einnahmen aus dem ÖV-Projekt die Lohn- und Treibstoffkosten decken oder gar den Gewinn der Post ankurbeln. «Wir gehen davon aus, dass wir einen minimalen Gewinn erreichen werden, mit dem wir die Kosten nach einem Monat Betrieb decken können», erklärt er.

Salpost soll für den Kauf von zwei Bussen mit 25 Plätzen die nötigen Mittel vom QSF erhalten. Rund 1,5 Kubikmeter gesicherter Frachtraum soll in jedem Fahrzeug Postsendungen vorbehalten sein. Das Projekt hat zum Ziel, die Auslieferungsdauer für 32 Zustellorte im Land zu verkürzen. Eingehende Postsendungen für Destinationen ausserhalb der Hauptstadt Freetown würden ihren Bestimmungsort innerhalb von drei Arbeitstagen erreichen. Die UPU habe begonnen, die Busse über das Entwicklungsprogramm der Vereinten Nationen anzuschaffen, sagt Koroma und erwartet, dass die Fahrzeuge im März 2014 in Betrieb gesetzt werden. Obwohl Salpost in ihrem Personalbestand bereits über Fahrer verfügt, haben die besonderen Anforderungen an den Passagierbetrieb zur Folge, dass diese bezüglich Sicherheitsprozesse, Kundendienst und Fahrkartenverkauf noch geschult werden müssen.

#### Im Süden des Kontinents

Zum Zeitpunkt der Drucklegung hat der QSF ein Projekt mit einem Budget von 2 Millionen USD gutgeheissen, im Rahmen dessen Postsendungen und Passagiere zwischen Südafrika und seinen Nachbarländern befördert werden. Der QSF finanziert den Ankauf von sieben Bussen, von denen je einer für Lesotho, Mosambik und Swasiland bestimmt ist, und zwei weiteren, wovon je einer nach Botswana und Simbabwe geht. Letzteres steuert



Pause in Addis Ababa, Äthiopien: Obsthändler bieten ihre Waren feil.

selbst zwei zusätzliche Fahrzeuge für das grenzüberschreitende Netzwerk bei.

### Unterwegs in den Schweizer Alpen

Das Konzept der Postbusse ist in Europa seit Jahrzehnten bekannt, obwohl es an Bedeutung eingebüsst hat. In der Schweiz bietet die Post seit 1848, als der Schweizer Bundesstaat und die schweizerische Post gegründet wurden, Passagierdienste an. Dies zu einer Zeit, in der Pferdekutschen das einzige Transportmittel in entlegene Bergregionen waren.

Als das Schweizer Bahnnetz im späten 19. Jahrhundert ausgeweitet wurde, begann man damit, die Pferdekutschen auf die Eisenbahngesellschaften abzustimmen. 1906 fuhren die ersten motorisierten Postbusse in der Region um Bern – Hauptstadt der Schweiz und Sitz der UPU. Nach 1919 verschwanden die Postkutschen allmählich, als die schweizerische Post Militärfahrzeuge zu Postbussen umfunktionierte, die in den Berggebieten eingesetzt wurden. Diese Strecken erlangten vor allem bei Touristen grosse Beliebtheit.

Der Postautodienst bleibt weiterhin ein wichtiges Transportmittel für Besucher und Einheimische, dennoch unterlief das Unternehmen zahlreiche Veränderungen. 2006 hat die Schweizerische Post das Busunternehmen als Tochterunternehmen abgespaltet, das sich gemäss Valérie Gerl, Sprecherin von PostAuto Schweiz, heute fast ausschliesslich auf die Personenbeförderung und nicht mehr auf die Postzustellung konzentriert.

Das Unternehmen betreibt ein Streckennetz von über 11 000 Strassenkilometern und eine Flotte von 2150 Fahrzeugen, die für ihren leuchtendgelben Anstrich und ihr Dreiklanghorn berühmt sind. Während die wichtigsten Transportstrecken durch die schweizerischen Bundesbahnen abgedeckt werden, bleiben die Postbusse eine wichtige Verbindung in die Agglomeration und in abgelegene Dörfer. Das Netzwerk beförderte 2003 erstmals über 100 Millionen Fahrgäste und bietet seine Dienste auch Passagieren in Liechtenstein und Frankreich an.

Es gibt aber noch Regionen, wo das Unternehmen Dienste anbietet, die über den Personentransport hinausgehen. Ein Beispiel dafür ist Isenfluh, ein Dorf mit 60 Einwohnern im Berner Oberland. In Absprache mit dem Bereich Briefpost bieten die Fahrer seit 2012 einen Hausservice für die Postzustellung an. Die Fahrer nehmen von den Kunden auch Einzahlungen direkt an der Haustüre entgegen.

Auch in Teilen Graubündens, der östlichsten Region der Schweiz, stellen die Fahrer Post zu und sammeln Postsendungen aus Briefkästen ein. Und damit nicht genug, sagt Gerl und merkt an, dass die Fahrer «auch frisches Brot, Obst, Gemüse, Bio-Fleisch und weitere Lebensmittel für die Dorfläden der Region befördern.»

### Auf Schottlands Strassen

Weit entfernt von der Schweiz, im Vereinigten Königreich, fuhren die ersten Postbusse 1967, nachdem eine Regierungskommission zum Schluss gekommen war, dass die Fahrzeuge der Royal Mail einige der entlegenen Flecken von Schottland erreichten. So habe sich für die Post die Möglichkeit geboten, einen zuverlässigen

und erschwinglichen Passagierdienst anzubieten, weiss Felicity MacFarlane, Leiterin Aussenbeziehungen der britischen Post. Rund 50 000 Fahrgäste nutzen das Angebot jedes Jahr.

Das Unternehmen unterhält heute eine Flotte von sieben Minibussen und vier weiteren als Reserve. Die Fahrer von Royal Mail verkehren auf so abgelegenen Strecken wie die Route von Timsgarry nach Stornoway auf den Äusseren Hebriden, einer Inselgruppe westlich des schottischen Festlands. Diese Route alleine nutzten 2012 über 3600 Fahrgäste, die über 64 000 Meilen zurücklegten.

Die Busse würden das ganze Jahr über Einheimische und «viele Schulkinder» befördern und in der Touristensaison Besucher der Inseln, so MacFarlane. Die Fahrer transportieren zudem sämtliche Postsendungen ausser sehr grossen Paketen, einschliesslich Spezialzustellungen.

Die Anzahl Postbusse in Schottland hat über die Jahre aber abgenommen – einige der Linien, die früher in den Highlands verkehrten, wurden 2009 abgeschafft, mit der Begründung von Royal Mail, die Verbindungen seien finanziell nicht länger tragbar. «Die Kernaufgabe von Royal Mail bei der Erbringung des Universaldienstes ist die Zustellung von Post und nicht der Passagierdienst. Dies bleibt weiterhin das Aufgabengebiet der lokalen Behörden im Vereinigten Königreich», hält MacFarlane fest.

### Auf Erfolgskurs

Die Deutsche Post betritt beim Geschäft mit dem Passagiertransport Neuland. Das Postunternehmen ist 2013 eine Partnerschaft mit dem ADAC, einem der grössten europäischen Verkehrsclubs, eingegangen. Anders als die durch Royal Mail oder die afrikanischen Postbetreiber angebotenen Dienste ist das deutsche Angebot ausschliesslich auf das Befördern von Fahrgästen ausgerichtet. Die Einführung von ADAC Postbus im November erfolgte im Anschluss an die Liberalisierung des Langstreckenbusmarktes in Deutschland im selben Jahr.

Laut Alexander Edenhofer, Sprecher der Deutschen Post, habe die Flotte von 60 Fahrzeugen zum Zeitpunkt der Drucklegung bereits 1,1 Millionen Kilometer zurückgelegt. In einer Pressemitteilung gab die Post bekannt, dass der neue Passagierdienst dazu beitragen soll, die kontinuierliche strukturell bedingte Abnahme der Briefpostvolumen zu kompensieren, und nannte dies «einen wichtigen Schritt auf dem Weg zu einer weiteren Diversifizierung der Geschäftstätigkeiten».

Die Postbusdienste in vielen Ländern, von der Schweiz bis zu Sierra Leone, sind sich zum Teil bemerkenswert ähnlich. In den meisten Fällen besteht in entlegenen Gebieten das Bedürfnis nach öffentlichen Verkehrsmitteln und einer physischen Zustellung von Postsendungen – im Sinne der Effizienz hat man beides miteinander verbunden. **DK**



**DIASHOW:**  
**POSTBUSSE IN ÄTHIOPIEN UND DER SCHWEIZ**  
<http://news.upu.int/slideshow/postbuses>



# UPU unterstützt von Taifun getroffene Post

Nach dem Sturm, der über 6000 Filipinos das Leben gekostet hat, setzt sich die UPU für den Wiederaufbau des philippinischen Postdienstes in einer Stadt ein, die vergangenen November dem Taifun Haiyan zum Opfer fiel.

**TEXT:  
DAVID  
KOCH**

Die UPU setzt sich für die Instandstellung der Infrastruktur von PHLPOST in Tacloban ein, der wichtigsten Stadt in Eastern Visayas – jener Region, die am schwersten von dem Sturm getroffen wurde, der im Volksmund «Taifun Yolanda» genannt wird. Die Poststelle in Tacloban dient auch als Verteilzentrum für die drei grössten Provinzen im Katastrophengebiet – Leyte, Samar und Eastern Samar – und bedient Postämter in rund 40 Ortschaften der Region.

Der Sturm richtete immensen Schaden an. Aufnahmen des Postgebäudes in Tacloban zeigen eingeschlagene Fenster, schief stehende Wände und die verkeilten Dachsparren des zerstörten Dachs. Zum beschädigten Material gehören unter anderem Computer, Waagen und Schreibmaschinen.

Gelder, die nach der Renovierung des Postamtes in Tacloban übrig bleiben, werden für den Ersatz von Postfahrzeugen aufgewendet. Als Ersatz für die vom Sturm zerstörten Lastwagen setzt die Post bereits Minivans ein. Diese verfügen jedoch nur über begrenzten Laderaum und werden im unwegsamen Gelände rasch Schaden nehmen.

## **Kampf ums Überleben**

Diese Neuigkeiten wurden bekannt, nachdem eine offizielle Delegation des United States Postal Service (USPS) und der UPU im Februar in die Philippinen gereist war, um sich die regionalen Postämter anzusehen. Dabei wurden die Inspektoren Zeugen des Überlebenskampfes der Filipinos, die den schwersten Sturm in der Geschichte ihres Landes erlebt haben.

Obwohl die Post keine Todesopfer zu beklagen hat, bleiben viele Menschen schwer gezeichnet von der Katastrophe, erzählt Josefina de la Cruz, Postmaster General von PHLPOST. «Die Philippinen haben schon manche Naturkatastrophe erlebt», sagt sie, «aber diese war die schlimmste von allen».

Wie andere Filipinos auch hätten die Postmitarbeiter grosse Not erlebt, unter anderem den Verlust von Angehörigen, erzählt Frank Silva, ein Postinspektor in Miami, der die UPU/USPS-Taskforce in die Philippinen begleitete.

Ein Mitarbeiter in Tacloban namens Jerry verlor sein Haus, konnte aber das Leben seiner Familie retten, indem er sie im Dachstock in einer Garage für Postfahrzeuge in Sicherheit gebracht hatte. Er bat den Postmeister um Erlaubnis, sie reinbringen zu dürfen, da er hoffte, seine Familie sei im Inneren des Betonbaus geschützt. Als das Wasser anstieg, musste er jedoch improvisieren.

Er stapelte einige schwere Holztische aufeinander, riss mit blossen Händen ein Loch in die Deckenverkleidung und hob seine Frau und drei Kinder, darunter ein neun Monate altes Baby, in den Dachstuhl. Inzwischen trieben die Fahrzeuge in den Fluten und das Wasser stand beinahe bis zur Decke.

In einem letzten Versuch, seine Familie auf das Dach zu bringen und vor dem Ertrinken zu bewahren, trat Jerry ein Loch in einen der Giebel. Das Wasser ging schliesslich zurück und seine Familie überlebte. Silva, der bei einer Inspektion von Jerrys Erlebnis hörte, als er das beschädigte Dach der Garage bemerkte, beschreibt den Postmitarbeiter als einen Helden. «Es ist eine Geschichte über den Kampf ums Überleben und über die Hoffnung», sagt Silva und erzählt weiter, wie der örtliche Postmeister sich mit seinem Neffen über fünf Stunden lang an einen Mangobaum geklammert habe, damit das Wasser sie nicht mitreissen würde.

## **Wellen der Zerstörung**

Der Sturm brachte zwei bis sechs Meter hohe Wellen, die gegen die Küstenstädte und -dörfer einschlugen. Gleichzeitig rissen orkanartige Winde Gebäude auseinander und wirbelten Trümmer durch die Luft. «Das Wasser strömte herein und spülte Wände und alles andere mit», erzählt Silva.



*Jerry (links) zeigt Frank Silva in Tacloban, wo er seine Familie untergebracht hat.*

Er beschreibt ein Postamt in der Küstenstadt Guiuan: «Das gesamte Dach wurde weggeweht. Andere Einrichtungen haben ähnlich gelitten, einige Gebäude waren vom Erdboden verschwunden.»

In entlegenen Gebieten nahm die Post allmählich wieder ihren Dienst auf, als die Taskforce im Februar zu Besuch war. Der Betrieb verlief jedoch wegen grösserer Probleme alles andere als normal. «Es wird schwierig werden, denn es gibt keine Häuser mehr, wo man die Post zustellen könnte», erklärt Silva.

### **Wichtige Erfahrungen**

«Ich glaube nicht, dass die Leute wussten, dass das Wasser derart ansteigen würde», antwortet Silva, als er nach den Erfahrungen mit dem Taifun gefragt wird. «Man hätte das Material in das zweite Stockwerk bringen können», sagt er. «Dies wurde unterlassen und ich glaube, das lag daran, dass sich niemand bewusst war, dass im Innern des Postamtes in Kürze das Wasser drei Meter hoch stehen würde.»

Während Klimatologen mehr Stürme prophezeien, analysiert die UPU-Gruppe die Geschehnisse in den Philippinen und entwirft eine Strategie für Katastrophenrisikomanagement. Ziel ist es, Postbetreiber bei der Vorbereitung auf Notsituationen zu unterstützen, Risiken beim Bau von Infrastruktur einzuschätzen und auf internationaler Ebene bei der Eindämmung von natürlichen Gefahren zusammenzuarbeiten.

Die Gruppe für Katastrophenrisikomanagement wurde 2012 am Kongress in Doha auf einen Vorschlag

Japans hin ins Leben gerufen. Den Ausschlag für den Antrag gab das Erdbeben und der darauffolgende Tsunami im Jahr 2011, welche die Atomkatastrophe von Fukushima auslösten. «Je besser man vorbereitet ist, umso grösser ist die Wahrscheinlichkeit, dass man den Betrieb rasch wieder aufnehmen kann», sagt Pat Mendonca, Gruppenvorsitzende und Direktorin des USPS Postmaster General Office.

### **Ressourcen vor Ort**

In Katastrophengebieten sei es wichtig, dass der Postdienst rasch wieder aufgenommen werde, sagt Mendonca. Es sei unter anderem ein Zeichen dafür, dass das Land sich erhole und das Leben wieder in die Normalität zurückfinde. «Wenn die Leute sehen, dass etwas geschieht, dann denken sie oftmals: «die Regierung unternimmt etwas, denn wenigstens erhalte ich meine Post», erklärt sie.

Das weitreichende Postnetzwerk kann zudem als lebenswichtige Versorgungskette und Kommunikationskanal dienen, besonders in abgelegenen Gebieten. «Postunternehmen verfügen praktisch überall über Personal, Einrichtungen und Fahrzeuge als stationäre Ressourcen», sagt sie.

Mittlerweile hat sich PHLPOST in den Philippinen am Sammeln und der Verteilung von Hilfsgütern beteiligt. Dank ihrer Präsenz am Boden sei PHLPOST als einzige Organisation in der Lage gewesen, die Güter auszuliefern, erzählt sie. **DK**



# Thailändische Postkunden profitieren von massiver Qualitätssteigerung

## QSF-PROJEKTNOTIZEN

### Thema

Beschaffung von 20 Transportern und 10 Diesellastwagen für die Postzustellung

### Ort

Thailand

### Ziel

- Rate der Postsendungen von und nach Bangkok mit Zustelldauer J + 1 um 2–3% steigern
- Rate der Inland-Postsendungen mit Aufgabe- und Zustellort ausserhalb von Bangkok mit Zustelldauer J + 3 um 2–3% steigern
- Kundenzufriedenheit punkto Postzustellung um 20% erhöhen

### Gewinner

QSF Award 2013

### QSF-Koordinator

Ariya Thongbai  
Leiter der Einheit internationale Beziehungen, Thailand Post

### TEXT: FARYAL MIRZA

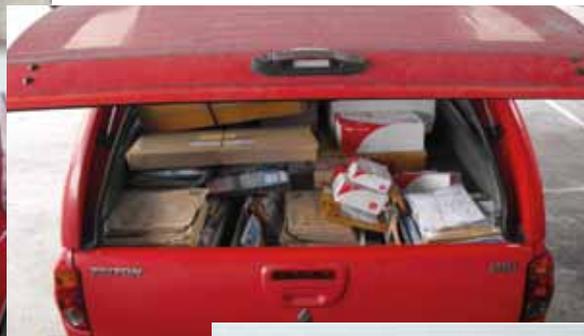
*Union Postale: Weshalb war eine 2–3-prozentige Verbesserung bei der Zustellung von Postsendungen überhaupt notwendig?*

Ariya Thongbai: Tatsächlich ist der Wert von 2–3% eher moderat angesetzt, zumal nur gerade 19 Poststellen neue Fahrzeuge für die Postzustellung nutzen können. Vor der Lancierung dieses Projekts wurde eine Zustellung J + 1 für Sendungen mit Aufgabe- und Zustellort Bangkok in rund 90% der Fälle erreicht. Der Wert von J + 3 für Postsendungen, die ausserhalb Bangkoks aufgegeben und zugestellt wurden (Up-country), wurde in 80% der Fälle erreicht.

Wir wollten die Qualitätsmesslatte keinesfalls zu hoch anlegen und waren uns auch gar nicht sicher, ob diese Vorgaben überhaupt erreicht werden konnten. Aber die technische Evaluation des Projekts ergab ein positives Bild und wir sind mit dem Ergebnis sehr zufrieden.

*Welche Zustellraten wurden erreicht, bevor die aus dem QSF finanzierten Liefer- und Lastwagen in Betrieb genommen werden konnten?*

In den meisten Fällen benutzen die Postbeamten Motorräder für die Zustellung. Motorräder eignen sich gut, wenn es darum geht, im Bangkokerverkehrschao vorwärts zu kommen. Doch ist deren Kapazität begrenzt. Massensendungen lassen sich auf dem Motorrad nun mal nicht mitführen. Zudem könnten Postsendungen unterwegs verloren gehen.



Neuer Fuhrpark im Einsatz (Fotos: Thailand Post).

Wie trugen die zwanzig Lieferwagen und die zehn 1-Tonnen-Diesellaster dazu bei, die Zielvorgaben des Projekts zu erreichen?

In einem Lieferwagen lassen sich Postsendungen jeglichen Formats (Normal- oder Grossbriefe, Kleinpakete oder Sperrgutsendungen) zusammen transportieren. Keine Sendungen müssen für den nächsten Tag zurückgestellt werden. Ausserdem sind die Postsendungen im Lieferwagen vor Witterung, Beschädigung und Diebstahl geschützt, da sich die Lieferwagen abschliessen lassen.

Mit den neuen Lieferwagen erfuhr auch das Image von Thailand Post in Bezug auf die Dienstleistungsqualität und als Vertrauensmarke eine Aufwertung.

Wie viele Postsendungen lassen sich in einem Lieferwagen transportieren?

Pro Lieferwagen können 30–50 Postsäcke mit sortierter Post für die Endzustellung transportiert werden.

Wo kommen die neuen Fahrzeuge zum Einsatz?

Die zwanzig Transporter wurden zehn Auslieferstellen in Bangkok-Stadt und den Vororten Pak Kret, Min Buri, Dusit, Ram Inthra, Rong Muang, Samre, Bangkok Noi, Bang Rak, Lak Si und Khlong Luang zugeteilt. Die Lastwagen kommen in Poststellen der neun Provinzen – Samut Prakarn, Chon Buri, Bang Lamung, Chiang Rai, Nakhon Sawan, Hua Hin, Phuket, Thalang und Phitsanulok – zum Einsatz.

Wie hoch war die Zufriedenheitsrate der Kunden, bevor die neuen Fahrzeuge in Dienst genommen wurden? Und wie hoch ist sie jetzt?

Die Kundenzufriedenheit in Bezug auf die Postzustellung betrug vor Inangriffnahme des Projekts 60%. Dieser Wert konnte nach Auslieferung der neuen Liefer- und Lastwagen mittlerweile auf über 90% gesteigert werden. Dieser Wert basiert auf einer Umfrage, die nach Abschluss der dreimonatigen Versuchsphase mit den neuen Fahrzeugen unter der Bevölkerung in den betreffenden Gebieten durchgeführt wurde.

Wie soll die Dienstleistungsqualität in Zukunft noch weiter verbessert werden?

Wir planen derzeit die Beschaffung von 41 weiteren Diesellastwagen, deren Auslieferung noch dieses Jahr abgeschlossen sein wird. Ich gehe davon aus, dass die neuen Fahrzeuge in Bangkok und in den Provinzen parallel zu den Motorrädern verwendet werden. **FM**

#### **DER QUALITY OF SERVICE FUND (QSF)**

finanziert Projekte, welche auf eine Verbesserung der inländischen Briefpostzustellung abzielen. 2013 genehmigte der QSF Stiftungsrat Projektvorschläge von 31 Ländern über eine Gesamtsumme von 7,48 Millionen CHF. Der Fonds verfügt über Mittel in Höhe von nahezu 90 Millionen CHF.





# Durchbruch in Bali

Nach der nervenaufreibenden Ministerkonferenz der Welthandelsorganisation (WTO) vom letzten Dezember hat nun die Umsetzung des dort erzielten multilateralen Handelsabkommens, des sogenannten «Bali-Pakets», begonnen. Eines der Teilabkommen ist das Abkommen für Handelserleichterungen (Trade Facilitation Agreement, TFA), das den grenzüberschreitenden Warenhandel vereinfachen soll. Im Gespräch erläutert Dolores Halloran, Beauftragte für Wirtschaftsthemen der Abteilung für Handelserleichterungen der WTO, die Einzelheiten.

**TEXT:**  
**MORVEN**  
**MCLEAN**

**FOTO:**  
**IFAD/**  
**SUSAN**  
**BECCIO**

*Union Postale:* Bis zu einem Abkommen galt es für die WTO-Mitglieder in Bali viele Steine aus dem Weg zu räumen. Darf man davon ausgehen, dass alle die Notwendigkeit eines Abkommens für Handelserleichterungen eingesehen haben?

Dolores Halloran: Die Gespräche in Bali endeten mit einem Erfolg, weil alle Teilnehmer auf einen erfolgreichen Konferenzabschluss hinarbeiteten. Auch wenn nicht bei allen Themen ein Angleich der Standpunkte möglich war, wünschte sich doch niemand ein Scheitern dieser Ministerkonferenz, zumal sich jeder über die Konsequenzen eines Scheitern im Klaren war. Die Notwendigkeit des Abbaus von Handelshemmnissen wird von allen Mitgliedern – sowohl von den Industriestaaten als auch von den aufstrebenden Ländern – anerkannt.

*Wo gingen die Meinungen in den Diskussionen über die Handelserleichterungen denn auseinander?*

Der vorgesehene Umfang des Abkommens sowie die Flexibilität in der Umsetzung durch die Mitgliedsländer waren Gegenstand vieler Auseinandersetzungen und zäher Verhandlungen. Der Einschluss von speziellen und abweichenden Bestimmungen für die am wenigsten entwickelten Länder war ein entscheidender Punkt. Viele Länder knüpften ihre Zustimmung zum Abkommen an einen für sie akzeptablen Umsetzungsmechanismus. Mit fortschreitender Verhandlungsdauer wuchs

das Verständnis für die Position der Gegenseite und deren Bedürfnisse. Diese Dynamik, zusammen mit dem am Ende der Konferenz demonstrierten politischen Willen, beschleunigten den Abschluss des Handelsabkommens.

*Die Entwicklungsländer haben andere Perspektiven bzw. Bedürfnisse als die Industriestaaten. Können Sie uns etwas über die jeweiligen Positionen sagen?*

Das Handelserleichterungsabkommen ist keine Vereinbarung zwischen Industrie- und Entwicklungsländern, zumal die allermeisten Entwicklungsländer auf eine Verabschiedung des Bali-Pakets und somit des Handelsabkommens drängten. Zwar gab es in etlichen Punkten abweichende Interessen, doch bewerteten alle Parteien das geschnürte Paket insgesamt als vorteilhaft.

Während der Verhandlungen wollten die Entwicklungsländer und die ärmsten Länder sicherstellen, dass ihre eingeschränkte Umsetzungskapazitäten anerkannt und entsprechend berücksichtigt würden. Sektion II des Abkommens verpflichtet die Vertragsparteien dazu, den am wenigsten entwickelten Ländern bei der Umsetzung der Vertragsbestimmungen sowie der Bereitstellung von Kapazitäten zu unterstützen. Überdies wird diesen Ländern darin weitgehende Flexibilität gewährt im Hinblick auf das Tempo, mit dem sie die einzelnen Bestimmungen umsetzen wollen.

*Kakao-Sammelstelle in Monte Bello, Sao Tome. Die Kakao-Bohnen werden gewogen und gelagert, bevor der Transport nach Grossbritannien erfolgt, wo sie zu Kakao-Getränken verarbeitet werden.*

# «Regierungen, Händler und Verbraucher profitieren von mehr Transparenz und Berechenbarkeit im Handel.»

Was sind Ihrer Ansicht nach die wichtigsten Bestimmungen des Abkommens?

Die einzelnen Länder haben unterschiedliche Ansichten darüber, was wichtig ist, je nach den Bedürfnissen ihrer Exportindustrie. Ein wichtiges Element der Vereinbarung ist die den Entwicklungs- und Armutsländern eingeräumte Flexibilität, die es ermöglicht, ihnen genau die technische, kapazitätsbezogene und zeitliche Unterstützung zukommen zu lassen, die sie für die Umsetzung des Abkommens benötigen.

Das Abkommen für Handelserleichterungen erlaubt es diesen Staaten, die Implementierungsfristen weitgehend selbst zu bestimmen. Und genau diese Flexibilität und diese Zusagen sind wichtige Faktoren für die Umsetzung des Abkommens, welche in Zeiten hoher Arbeitslosigkeit und schleppenden Wirtschaftswachstums neue Arbeitsplätze und Chancen bieten wird. Das Abkommen wird auch die technische Unterstützung und den Kapazitätenaufbau beschleunigen und somit die Einbindung der am wenigsten entwickelten Länder in den globalen Handel fördern.

Welche Massnahmen dürften die höchsten Kosteneinsparungen für die Mitgliedsstaaten bringen?

Das hängt von der länderspezifischen Situation ab. Für Binnenstaaten dürften die Transitbestimmungen besondere Bedeutung haben. Viel wird auch davon abhängen, in welchem Ausmass bereits Handelserleichterungen eingeführt worden sind. Für die Entwicklungs- und die am wenigsten entwickelten Länder hängt das Ausmass der Kostensenkungen auch mit dem Umsetzungszeitrahmen zusammen.

Welche praktischen Folgen wird das Abkommen haben?

Es wird vor allem dem Handel Chancen eröffnen. Handelserleichterungen wirken sich positiv auf alle Länder aus, aber insbesondere auf die Entwicklungs- und die ärmsten Länder, indem sie sicherstellen, dass deren Wirtschaftsakteure Waren und Dienstleistungen fristgerecht liefern können und somit besser in die globa-

len Wertschöpfungsketten eingebunden werden, was sie wiederum zu attraktiven Handelspartnern macht.

Das Abkommen hat zudem das Potenzial, die internationale Ausrichtung kleiner und mittlerer Unternehmen zu stärken – in vielen Ländern ein wichtiger Faktor. Denn KMUs mit Zugang zur globalen Lieferkette werden Arbeitsplätze schaffen und die Einkommensverteilung optimieren. Und geringere Kosten, Investitionsanreize und zunehmender Handel dürften auch der Ertragslage zugute kommen.

Wann wird das Abkommen voraussichtlich in Kraft gesetzt?

Das Abkommen tritt in Kraft, sobald eine Zweidrittelmehrheit der WTO-Mitglieder es ratifiziert hat. Der Ratifizierungsprozess wurde in Genf bereits in Gang gesetzt. Ein neu ins Leben gerufener Vorbereitungsausschuss (Preparatory Committee on Trade Facilitation) hielt im Januar seine erste Sitzung ab. Der Ausschuss soll die zügige Inkraftsetzung – vorgesehen ist Juli 2015 – und effiziente Anwendung des Abkommens vorantreiben.

Welche Rolle sehen Sie für die Postdienstleister bei der Umsetzung des Abkommens?

Die UPU könnte den Prozess beschleunigen und wichtige Aufklärungsarbeit leisten. Ausserdem könnte sie wichtige technische Unterstützung bieten und den Ländern bei der Bereitstellung von Kapazitäten helfen.

MM



## WTO ABKOMMEN ZUR HANDELSERLEICHTERUNG

<http://www.intracen.org/wto-trade-facilitation-agreement-business-guide-for-developing-countries>

## 9. WTO-MINISTERKONFERENZ

<https://mc9.wto.org>

# Macao Post geht beim Briefmarken-Design neue Wege

Im März gab Macao Post erstmals ein auf Seide gedrucktes Wertzeichen aus: ein Souvenirblatt mit Marke zum eigenen 130-jährigen Jubiläum. Die Marke wurde auf echte italienische Seide gedruckt. Als Motiv wurden das Hauptpostamt sowie historische Fotos zum Postbetrieb ausgewählt.

**TEXT:**  
**KAYLA**  
**REDSTONE**

Schon bei früheren Marken experimentierte der Postanbieter mit unterschiedlichen Drucktechniken, zum Beispiel dem Einsatz verschiedener Tintenarten, Folien oder des Prägedrucks. Doch erstmals wurde jetzt eine Marke auf Seide gedruckt. Das Material ist quasi ein Symbol für die Kontinuität der Post, sagt Postdirektorin in Derby Lau. «Wir prüfen je nach Thema und Design, welches Herstellungsverfahren sich am besten eignet. Seide vermittelt den Menschen hier einen Sinn fürs Langlebige und Dauerhafte», führt sie weiter aus.

Der Hersteller überträgt das Bild mittels Offset-Verfahren auf den Seidenträger. Doch die unregelmässige Beschaffenheit des Materials macht den Prozess komplexer als den herkömmlichen Druck auf Papier. «Die Produktionszeit ist in etwa dieselbe, doch das Anbringen der Seide auf das Papier des Markenbogens dauert in der Regel einen Monat», erklärt sie.

Es gibt bei diesem Verfahren indes noch andere Herausforderungen. So müssen die Marken mit der Schere aus dem Bogen herausgeschnitten werden. Zudem besteht die Gefahr, dass die Tinte beim Bedrucken der Seide verläuft. Deshalb wurde statt eines herkömmlichen Markenbogens ein Souvenirblatt für Sammler gedruckt. «Ich glaube, dass es wichtig ist, neue Techniken und Materialien zu testen, um festzustellen, ob sie sich für die Herstellung von Postwertzeichen eignen», sagt Lau.

Sie empfiehlt den Postbetreibern, bei der Evaluation neuer Techniken und Materialien Faktoren wie Design, Adhäsivität, Dauerhaftigkeit, Druckauflage und Preis genau zu analysieren und auch festzustellen, ob spezielle Tinte für die Annullierung der Marke notwendig sein wird. **KR**



**VIDEO:**  
**NEUE TECHNIKEN IN DER PHILATELIE**  
<http://news.upu.int/videos/philately>



# Sektorentwicklung dank Postökonomie

Eine jüngst erschienene Publikation der UPU hat die Wirtschaftlichkeit des Postsektors unter vier Gesichtspunkten analysiert: Momentaufnahme, Trends, Modelle und Gelegenheiten.

**TEXT:  
JOSÉ  
ANSÓN**

Der Postsektor befindet sich mitten im Umbruch. Um zu verstehen, wie sich die Post ins Wirtschaftssystem einfügt und wohin die Reise geht, muss man die historische Entwicklung der Post verstehen. Die jüngste Publikation der UPU, *Development strategies for the postal sector: an economic perspective*, beleuchtet diese Frage, indem sie die langfristige Entwicklung des staatlichen Postsektors der vergangenen dreissig Jahre analysiert. Ausserdem bietet das Buch eine Momentaufnahme anhand der riesigen täglichen Datenmenge, welche die Post generiert. Dabei zeigt die Studie auf, wo sich dem Sektor die grösste Chance eröffnet: nämlich bei Prognosen und Produktgestaltung.

In den einzelnen Kapiteln wird etwa nach Erklärungen gesucht, weshalb sich bestimmte Strategien nicht für alle Regionen eignen, ganz nach dem Motto: «Was nicht, wann nicht, weshalb nicht, wo nicht.» Wenn die Post sich weiter entwickeln oder überhaupt eine Zukunft haben soll, dann muss sie die strukturellen Unterschiede zwischen Entwicklungs- und Industrieländer verstehen lernen. Genau so wichtig ist jedoch, die Entscheidungsträger und Politiker mit wirtschaftlichen Informationstools und auf modernen Datenanalysen stützenden Anwendungen zu versehen, die es dem Sektor ermöglichen, die künftigen Chancen zu ergreifen.

## Global

Die Studie bietet eine globale Sicht der Dinge. In einer Zeit, die von der Konnektivität geprägt ist, und in der über sieben Milliarden Menschen auf unserem Planeten leben, wäre es strategisch falsch, auf den Bau und Ausbau physischer Postnetze zu verzichten, zumal sie es theoretisch jedem Bewohner und jedem Unternehmen erlauben, sich in das weltweite Logistik- und Kommunikationsnetz einzubinden und zu integrieren.

Der sogenannte «Klub-Effekt» ist ein bekanntes Phänomen in der Netzwerkökonomie: Je mehr Teilnehmer in einem Netzwerk verbunden sind, desto höher der Nutzen für die einzelnen Teilnehmer und desto wertvoller das Netz insgesamt. Auch die erfolgreichsten Entwicklungen in der Geschichte der Post basieren auf der Eingliederung sämtlicher Bewohner ins Postsystem. Dies gilt insbesondere für die Erfindung der Briefmarke durch Sir Rowland Hill in Grossbritannien im 19. Jahrhundert und die kurz darauf vom Premierminister William Gladstone geförderte Politik, die es der Post ermöglichte, kleine Geldbeträge von Sparern entgegenzunehmen. Diese Entwicklungen trugen dazu bei, in den Industrieländern eine Utopie zu verwirklichen: nämlich der universelle Zugang zu Postdienstleistungen.

## Grosse Datenvolumen

Die Studie offenbart auch, welch riesigen potenziellen Wert die Nutzung der Datenbestände der Post für das Geschäft und die Sektorentwicklung haben könnte. Insbesondere bieten die Postdaten im Zusammenspiel mit anderen makroökonomischen Daten ein besseres Verständnis des nationalen und internationalen Informationsaustausches und der Lieferketten sowie deren wirtschaftlichen Auswirkungen auf die Bevölkerung. Die soziale und wirtschaftliche Globalisierung gewinnt mit der explosionsartigen Entwicklung von E-Commerce enorm an Fahrt und lässt sich nun in Echtzeit abbilden. Für den Post- und Regierungssektor ermöglichen die Datenanalysemethoden des 21. Jahrhunderts nicht nur eine Momentaufnahme des Sektors in Echtzeit, sondern bieten diese auch die Grundlage für neue Dienstleistungen und Strategien für unsere schnelllebige Welt.

Die langfristige Perspektive der Studie eröffnet die fundamentalen ökonomischen Sektortrends und richtet sich dabei auf die etablierten Postbetreiber. So werden

# «Wenn die Post sich weiter entwickeln oder überhaupt eine Zukunft haben soll, dann muss sie die strukturellen Unterschiede zwischen Entwicklungs- und Industrieländer verstehen lernen.»

folgende Trends erkennbar: eine Entkopplung des Briefpostvolumens vom Bruttosozialprodukt, eine (Re)diversifikation des Postgeschäfts sowie ein steigender Anteil von Konsumaktivitäten (z. B. Pakete statt Briefe), die wichtige Rolle der Arbeitnehmerschaft als massgebender Produktionsfaktor und die Entwicklung eines auf Vertragsstrukturen basierenden Retailnetzes mit zunehmend variabler statt fixer Kostenstruktur, infolge unternehmerisch motivierter Allianzen oder partnerschaftlicher Aufteilung der Kosten.

## Brachliegendes Potenzial

Diese Perspektive bestätigt das Fehlen einer langfristigen Konvergenz zwischen Industriestaaten und Entwicklungsländern in der Entwicklung des Postsektors. Die ökonomische Konvergenz zwischen diesen beiden Blöcken war indes in den letzten dreissig Jahren nie ausgeprägter als heute. Diese Abweichung zeigt, dass bei der postalischen Entwicklung in den weniger stark industrialisierten Ländern vieles falsch gelaufen ist.

Eine mögliche Lösung wäre, dass die Postbetreiber der Entwicklungs- und aufstrebenden Länder unterschiedliche Strategien verfolgen würden und eine bessere Organisation des Postmarktes und der postökonomischen Modelle anstreben, die den Einbezug eines Grossteils der Landesbewohner fördern. Lediglich im Postfinanzsektor hat diese Konvergenz sichtlich stattgefunden – was zugleich das brachliegende Potenzial aufzeigt.

## Der afrikanische Postmarkt

Die schwach ausgeprägte Konvergenz wirft Fragen hinsichtlich der Postmarktstruktur auf, die auch in der UPU-Studie analysiert werden. Sie bestätigt die unterschiedlichen Einflussfaktoren der Postentwicklung in den entwickelten und weniger entwickelten Ländern und zeigt auf, wie unzureichende Marktorganisation und Regulierung die Entwicklung des Postsektors in zahlreichen Entwicklungsländern weltweit behindert.

Erstmals liegt mit dieser Publikation auch eine Studie über die Marktorganisation und Regulierung des Postwesens in den afrikanischen Subsahara-Staaten vor, mit einer Gegenüberstellung zur Entwicklung der Postmärkte in der Europäischen Union. Was lernen wir daraus? Eine künstlich hervorgerufene Konvergenz der Wirtschaftsmodelle führt noch lange nicht zu einer Konvergenz des Postsektors. Das ungenutzte Potenzial im Postwesen wurde indes mittlerweile erkannt. Am deutlichsten tritt dies zutage in Bezug auf die finanzielle Eingliederung und Entwicklung des internationalen Postausstausches im E-Commerce-Bereich. Weltweit gibt es über zwei Milliarden Menschen ohne Zugang zu Bank- und anderen Finanzdienstleistungen. Gerade die Postnetze wären in einer idealen Position, diese Lücke auszufüllen. So könnten etwa die Rentenzahlungen über die Post erfolgen.

Die Forschungen in dieser Richtung sind noch längst nicht abgeschlossen. Unter Zuhilfenahme der enormen Postdatenvolumen werden sie die Grundlage für die Entwicklung konkreter Postinstrumente und -anwendungen bilden, welche sowohl den einzelnen UPU-Mitgliedsstaaten als auch der internationalen Postgemeinschaft im Allgemeinen zugute kommen. **JA**

*José Ansón ist Postökonomie bei der UPU.*

## JETZT BESTELLEN!

*Development strategies for the postal sector: an economic perspective*

### AUTOREN:

José Ansón, Matthias Helble, Marie-Odile Pilley, Joëlle Toledano Bialot, Rudy Cuadra, Guillermo Ronderos, Altamir Linhares

### KONTAKT:

jose.anson@upu.int



# Mobile Postdienste für mobile Menschen

Die Postdienstleister machen sich die Vorzüge mobiler Geräte immer stärker zu Nutze: mithilfe modernster Technologien bedienen sie eine vernetzte Kundschaft mit ihren Services. Statt Briefmarken aus Papier am Postschalter zu kaufen, bestellt sich der Kunde heute einen alphanumerischen Code via SMS, der auf dem adressierten Umschlag notiert wird. Zwar – so hört man im Postsektor – werden solche Systeme die konventionellen Briefmarken nicht ersetzen, doch die Postbetreiber bieten diesen und andere On-Demand-Dienste bereits an.

**TEXT:  
DAVID  
KOCH**

Die Schweizerische Post bietet im Rahmen eines einjährigen Pilotversuchs den Kauf von Briefmarken per SMS an. So können A-Postsendungen im Inland bis B5-Format (25 x 17,6 cm) mit Gewicht von höchstens 100 g und Dicke von 2 cm mit SMS-Briefmarken frankiert werden. Der Service richtet sich an Kunden, die wenig Zeit für Postgeschäfte haben, eine Zielgruppe, die sämtliche Altersgruppen und Einkommenschichten umfasst, so Bernhard Bürki, Sprecher der Schweizerischen Post. Die Post hat bereits zehntausende SMS-Briefmarken verkauft, sagt er: «So geht das Frankieren einfach und schnell.»

Marktbeobachter werten dieses Serviceangebot positiv. «Es gibt viele Ebenen, auf denen ein Unternehmen kundenorientiert agieren muss. Eine davon ist der Service, man muss das Leben für den Kunden vereinfachen», weiss Ajay Sirsi, Professor für Marketing an der kanadischen York University. «Diese Innovation spricht vor allem eine Generation an, die mit mobiler Technologie aufgewachsen ist, beispielsweise die so genannten Prosumer oder technisch versierten Konsumenten», so er weiter.

## **Text als Frankatur**

Um diesen neuen Service anbieten zu können, ging die Schweizerische Post eine Partnerschaft mit Swisscom und Sunrise, zwei führenden nationalen Telekommunikationsunternehmen, ein. Wer ein Smartphone dieser Gesellschaften besitzt, kann einfach das Wort «MARKE» eingeben und an die Nummer 414 senden. Sie können aber auch über eine Swiss Post Telefon-App auf den Dienst zugreifen. Innerhalb von wenigen Sekunden

erhält der Kunde eine SMS-Nachricht mit einem zwölf Zeichen umfassenden Code sowie der Anweisung, den Code oben rechts auf dem Umschlag zu schreiben.

Eine SMS-Briefmarke kostet 1.20 CHF (1.30 USD) und wird automatisch der Telefonrechnung oder dem Pre-Paid-Konto belastet. Der Code kann ein Mal verwendet werden und ist nach Erhalt für zehn Tage gültig. Der Preis deckt die normale Gebühr von 1 CHF für einen A-Post-Brief sowie die Kosten für Textnachrichten, die von Dritten erbrachten technischen Dienstleistungen und die staatlichen Abgaben, so Bürki.

Die Prosumer sind auch für Post Danmark eine wichtige Zielgruppe. Der Postbetreiber richtet seinen Dienst Mobilporte explizit an junge Kunden, die mit der mobilen Technologie gross geworden sind. «Mit dieser virtuellen Frankierung wollten wir ein Produkt anbieten, das den Briefversand für unsere Kunden vereinfacht», sagt Morton Nielsen, Leiter Kommunikation bei Post Danmark. Ausserdem werde es das Image der Post als Innovator wieder beleben, führt er weiter aus. Die Dienstleistung wurde in Dänemark im April 2011 zunächst für bestimmte Briefarten eingeführt und 2012 auf alle Briefpostsendungen ausgedehnt. Auch Kleinpakete bis zu 2 kg können auf diese Weise frankiert werden, wovon vor allem E-Commerce-Transaktionen profitieren dürften. Derzeit richtet sich der Service an Privatkunden und kann pro SMS nur eine Marke bezogen werden.

## **Globale Ausdehnung**

Im ersten Jahr wurden nach Medienangaben rund 400 000 Marken via Mobilporto gekauft. Im Februar 2013 erweiterte Post Danmark ihren Service auf Ausland-



Post Danmark hat's erlickt (Foto: Morten Bengtsson).

sendungen. Etwa zur selben Zeit, bat Dänemark die UPU ein Rundschreiben an alle UPU-Mitgliedsstaaten zu verfassen, in dem die Postbetreiber gebeten wurden, «ihre Posteinheiten und Poststellen über diese Dienstleistung zu informieren, um Bearbeitungsprobleme zu vermeiden», was gemäss Post Danmark auch gelungen ist.

Zu den Zielländern, in welche die meisten Sendungen abgehen, gehören die Färöer-Inseln, Grönland und andere europäische Länder.

### Reibungsloser Ablauf

Können beim Versand von Briefen mit SMS-Marken Probleme auftreten? Gemäss den Briefpostbestimmungen der UPU, obliegt es dem vorgesehenen Postbetreiber des Absenderlandes zu prüfen, ob ein Brief genügend frankiert wurde. Für SMS-Frankatur dürfte die Nichtanerkennung im Ausland somit faktisch kaum ein Problem darstellen, zumal die Kontrolle vom Postbetreiber des Absenderlandes durchgeführt wird. «Die richtige Frankierung wird in der Regel am Postschalter bei der Briefaufgabe oder beim Abstempeln des Briefes geprüft», sagt Seydou Konaté, Manager des Programms der UPU zur Qualitätsverbesserung. Dennoch müssen die ausländischen Postbetreiber über den neuen Frankatur-Service informiert werden.

### Einfache Anwendung

In Dänemark greift die Mehrheit der Nutzer (d. h. 82%) des Mobilporto-Dienstes über die Smartphone-App von Post Danmark auf den Service zu. Die App laufe auf den wichtigsten Plattformen wie iOS (iPhone und iPad), Android und Windows, erklärt Nielsen. Die SMS-Marke, ebenfalls ein zwölfstelliger Code, ist während sieben Tage gültig. Die so frankierten Briefe werden mit denselben Sortiermaschinen bearbeitet wie konventionell frankierte Briefpost, führt er weiter aus. Nur das mittlere ergänzender Mobiltechnologie noch die Gültigkeit des Codes geprüft wird. Falls ein Code unleserlich ist, wird

der Brief automatisch fotografiert und das Bild zur Überprüfung des Codes an eigens dafür zuständige Mitarbeitende übermittelt – im Übrigen derselbe Prozess, der bei Briefen zur Anwendung kommt, deren Adressierung maschinell nicht lesbar ist.

### Die Briefmarke lebt weiter

Die SMS-Briefmarke dürfte die altbekannte Briefmarke, die als Minikunstwerk immer noch hoch in der Gunst vieler leidenschaftlicher Sammler steht, indes nicht ersetzen. «Wir sind davon überzeugt, dass es immer einen Markt für Papierwertzeichen geben wird», sagt Nielsen. «SMS-Briefmarken sind daher eher als Ergänzung und nicht Ersatz herkömmlicher Marken zu sehen.»

Die Nachfrage nach Briefmarken seitens der Philatelisten bleibt hoch, schätzen diese die Marken doch als wertbeständige Sammlerstücke ein. «Auch wenn die Postbetreiber innovative Produkte und Dienste wie die SMS-Frankierung anbieten, werden Briefmarken kaum an Beliebtheit einbüßen, vor allem wegen den zahlreichen Briefmarkensammlern», meint Louis Virgile, Manager des Philatelieprogramms der UPU.

Der Verkauf von Briefmarken an Sammler bleibt eine sehr lukrative Einnahmequelle der Postbetreiber, umso mehr als die Kosten der Briefzustellung – der grösste Preisfaktor im Briefmarkengeschäft – nicht ins Gewicht fallen. Und streng genommen sind die computergenerierten Frankatur-Codes in den Augen von Virgile ja auch keine Briefmarken. Die Gestaltung einer Briefmarke hat gemäss der Universal Postal Convention die kulturelle Identität eines Landes widerzuspiegeln oder zum Friedenserhalt beizutragen und enthält neben der Wertangabe in der Regel auch die Landesbezeichnung des ausgebenden Mitgliedsstaates oder Territoriums. Gute Nachrichten also für die Postbetreiber, welche die Zeichen der Zeit erkannt haben und mit innovativen Produkten aufwarten. **DK**



# Dürfen wir vorstellen?

Die neuen Vorsitzenden von zwei engeren Vereinen der UPU vertreten zwar verschiedene Regionen, stehen jedoch vor ähnlichen Herausforderungen.

**TEXT:  
CATHERINE  
MCLEAN**

Anfang dieses Jahres übernahm Hongliang Lin die Leitung der Asiatisch-pazifischen Postunion (Asian-Pacific Postal Union, APPU), die ein riesiges Gebiet von Afghanistan und Indien bis nach Thailand und Australien abdeckt. Lin ist seit 28 Jahren im Postsektor tätig und verfügt über vertiefte Kenntnisse über den chinesischen Markt und ist reich an internationaler Erfahrung. Zur gleichen Zeit übernahm Roberto Cavanna das Amt des Generalsekretärs des Amerikanisch-spanisch-portugiesischen Postvereins (PUASP), nachdem er an der Spitze von Correos del Ecuador gestanden hatte.

Die neuen Führungskräfte werden sich auf die Unterstützung ihrer Mitglieder auf regionaler und internationaler Ebene konzentrieren. Dies alleine ist bereits eine anspruchsvolle Aufgabe: Sie werden allgemeine Ziele definieren müssen, obwohl die Interessen von jedem einzelnen Land und Postbetreiber weit voneinander abweichen können. Die Mitgliedsstaaten erhoffen sich von ihnen tragfähige Kompromisse und werden Denkanstöße liefern in einem Sektor, in dem ihnen grosse Herausforderungen und Möglichkeiten bevorstehen.

GENERALSEKRETÄR, PUASP

## Roberto Cavanna



### **Union Postale: Inwiefern hat Sie das Leiten von Correos del Ecuador auf Ihre neue Rolle vorbereitet?**

Roberto Cavanna: Ich habe gelernt, dass die heutige Gesellschaft sich in einem Tempo entwickelt, wie wir es bis anhin nicht erlebt haben. Als Folge davon müssen wir überall strukturelle Reformen ansetzen. Wir versuchen, uns auf die neuen gesellschaftlichen Bedürfnisse auszurichten, indem wir Dienstleistungen anpassen und neue, höherwertige Produkte anbieten. Der Postsektor ist der beste Beweis für diese rasche Entwicklung und die PUASP muss sich den realen Erfordernissen anpassen.

### **Wo liegen Ihre Hauptverantwortlichkeiten?**

Die Region der PUASP ist ein Wirtschaftsgebiet mit grossem Potenzial. Die Organisation spielt eine wichtige Rolle beim Abbau von Hindernissen für mehr Effizienz, Logistik und Postsicherheit. Zudem fördern wir produktive Projekte auf regionalem Niveau mit globaler Reichweite.

Wir sind ein wichtiger Partner bei der Entwicklung und Umsetzung der Weltpoststrategie der UPU, denn wir spielen eine bedeutende Rolle bei der regionalen Umsetzung und

# Hongliang Lin



## **Union Postale: Was erwartet Sie in Ihrer neuen Rolle?**

Hongliang Lin: Eine grosse Herausforderung – nicht nur für mich persönlich, sondern für den gesamten Postsektor, denn die Welt verändert sich rasant. Ich arbeite unentwegt und überlege mir, was wir in Zukunft tun sollen, was wir in der Vergangenheit gut gemacht haben und was wir heute tun müssen.

## **Welches sind die Ziele für die kommenden Jahre?**

Wir haben viel zu tun. Selbstverständlich benötigen wir

Unabhängigkeit. In Zusammenarbeit und Koordination mit der UPU können wir Erfahrungen und Know-how aus verschiedenen Bereichen wie beispielsweise Reformen, Regulierung, Kontrolle, Endvergütungen usw. besser teilen.

Dieses Jahr werden wir voraussichtlich über 820 000 USD in die Entwicklung und Umsetzung unserer Projekte investieren. Den Schwerpunkt legen wir auf die Implementierung von neuen Dienstleistungen, die Diversifizierung unserer Geschäftstätigkeiten, eine bessere Dienstqualität, Regulierungsprojekte und weitere wichtige Anliegen im regionalen Sektor.

## **Die PUASP-Mitgliedsstaaten erstrecken sich über ein grosses geografisches Gebiet. Was haben sie gemeinsam?**

Während meiner Wahlkampagne besuchte ich 25 der 28 Mitgliedsstaaten. Ich habe gelernt, dass wir in einem komplexen Umfeld arbeiten, in dem neue Trends und Herausforderungen unseren Sektor beeinflussen. Die Situation ist in allen Regionen gleich, wir haben dieselben Schwierigkeiten: abnehmende Postvolumen, mehr Konkurrenz, neue Trends, das Bedürfnis nach mehr Ressourcen und besserer Dienst-

Ressourcen und Unterstützung, sowohl intern wie auch extern. Wir überlegen uns im Moment, wie wir die Postbetreiber in unseren Mitgliedsstaaten bei der Schaffung von neuen Dienstleistungen und der Verbesserung der bestehenden unterstützen können, damit sie die Bedürfnisse der Bevölkerung erfüllen und der wirtschaftlichen Entwicklung Rechnung tragen können.

Während der letzten 20 bis 30 Jahre hat sich die Situation für Postunternehmen in der ganzen Welt dramatisch verändert. In unserer Region beispielsweise sind einige Unternehmen staatlich, während andere Aktiengesellschaften sind. In beinahe jedem Mitgliedsland müssen Dienstleistungen verbessert und der Postsektor gefördert werden. Asien-Pazifik ist eine ganz besondere Region. Sie ist sehr gross mit sehr unterschiedlichen nationalen und regionalen Charakteristiken. Selbstverständlich ist es für uns eine grosse Herausforderung, den Bedürfnissen solcher unterschiedlicher Mitglieder gerecht zu werden.

## **Wie finden Sie einen gemeinsamen Nenner für alle Mitgliedsländer?**

Niemand kann die Bedürfnisse aller erfüllen, aber wir versuchen, den Anliegen der Mehrheit unserer Mitglieder zu entsprechen. Im Bereich Weiterbildung beispielsweise waren wir in der Vergangenheit sehr erfolgreich.

## **Welche spezifischen Projekte oder Initiativen sollten bei der APPU umgesetzt werden?**

E-Commerce birgt gute Chancen für den Postsektor auf der ganzen Welt. Unsere Region zählt mehrere Länder, in denen E-Commerce ein rasantes Wachstum verzeichnet. Wenn wir die Gelegenheit, E-Commerce weiterzuentwickeln, verpassen, wie wird es dann mit dem Postsektor in Zukunft weitergehen? **CM**

qualität und gleichzeitig müssen wir uns weiterentwickeln. Die PUASP ist eine sehr heterogene Region und wir müssen eng zusammenarbeiten, um unsere Ziele zu erreichen.

Ich möchte mich voll dafür einsetzen, dass wir die bestehenden Gräben beim Entwicklungsstand der PUASP-Mitgliedsländer überwinden, denn wir müssen eine bessere und einheitliche Dienstqualität in allen Regionen gewährleisten können.

## **Die meisten Postbetreiber in Lateinamerika haben weniger als 20% Marktanteil. Wie kann man dies verbessern?**

Wir müssen mit den Regierungen zusammenarbeiten, um Veränderungen zu erreichen. Der Staat trägt letzten Endes die Verantwortung dafür, dass das Bestehen eines organisierten Postdienstes in Übereinstimmung mit den Bedürfnissen eines Landes gewährleistet ist. Es ist wichtig, dass jedes Mitgliedsland die Verantwortlichkeit der Regulierungsbehörde, den Umfang und die Ausschliesslichkeit des Betreibers, die Wettbewerbsregeln, die Bedingungen zur Erbringung des Universaldienstes und die Tarifmechanismen klar definiert und alle Postbetreiber miteinander vernetzt. **CM**



# Irland führt präzise Postleitzahl ein

Irland ist das einzige europäische Land ohne offizielle Postleitzahlen. Jetzt kommt ein höchst detailliertes Postleitzahlssystem zum Einsatz, bei dem jeder einzelne Briefkasten kodiert wird.

**TEXT:  
DAVID  
KOCH**

Im Januar schloss der irische Staat mit Capita Ireland ein auf zehn Jahre befristetes Abkommen, wonach Capita ein privates Konsortium führt, dessen Aufgabe die «Entwicklung, Einführung und Steuerung» des Anfang nächsten Jahres einzuführenden Postleitzahl-Systems ist. Capita bewahrt Stillschweigen über die Vereinbarung, doch dürfte es sich um einen Auftragswert von rund 25,6 Millionen Euro (35,1 Millionen US-Dollar) handeln.

Zwar verfügt Irlands vorgesehener Postbetreiber, An Post, über hochmoderne Anlagen zur Sortierung von Post ohne Postleitzahlangabe, doch argumentieren die Befürworter eines Postleitzahlensystems, dass sich die Ware Zustellung damit verbessern liesse und eine Grosszahl von Postdaten erfasst werden könnte, die für einen grossen Nutzerkreis von Interesse sein würden, beispielsweise Notfalldienste oder Direktmarketingunternehmen.

## Keine eindeutigen Adressen

Im Jahr 2006 verlangte ein Bericht der Regierung die Einführung einer sechsstelligen Postleitzahl, mit der die Adresszuordnung in 200 «Post-Ortschaften», wiederum in Einheiten von 40 bis 50 Immobilien unterteilt, vorgenommen werden sollte. Der heutige Vorschlag geht sogar noch weiter und sieht eine Postleitzahl für jeden einzelnen Haushalt vor.

Mit dieser hochpräzisen Postleitzahlstruktur soll das irische Problem der «nicht eindeutigen Adressen» gelöst werden, sagt Liam Duggan von Capita Ireland. Mehr als 600 000 Adressen in Irland weisen weder Hausnummer noch Hausbezeichnung auf; in manchen Fällen gibt es nicht einmal einen Strassenamen. «Angesichts der verfügbaren modernen Technologien und der verbesserten Mapping- und GPS-Systeme erachtete die Regierung die Zeit als reif, jede einzelne Adresse eindeutig zu markieren», so Duggan, der Verantwortliche für das Projekt bei Capita. «Oftmals enthalten die Adressen nur gerade den Namen der Ortschaft oder Gemeinde», führt er weiter

aus. «Zudem wohnen möglicherweise mehrere Mitglieder einer Familie in der gleichen Region, sodass mehrere Personen mit Namen D. Murphy oder Mr. Murphy mit der exakt gleichen Adresse angeschrieben werden.»

Darunter leidet sowohl die Zustellung von Waren als auch das Erbringen von Dienstleistungen, besonders in ländlichen Gebieten. Und das dürfte dem Ministerium für Kommunikation zufolge immerhin mehr als ein Drittel aller irischen Haushalte betreffen.

## Geschäftsförderung

Die Unternehmen dürften die Änderung begrüssen, auch wenn die Anpassung ihrer Datenbanken ans neue System mit einigem Aufwand verbunden sein werde, so Mark Fielding, Vorsitzender der Irish Small Medium Enterprises Association. «Andererseits ist dies vielleicht ein Startschuss für manch ein KMU sich endlich auf ins 21. Jahrhundert zu machen», meinte er weiter. Denn das neue Postleitzahlensystem könnte Unternehmen, die keine Adressbestände pflegen, dazu animieren, eigene Adressdatenbanken aufzubauen. Fielding zufolge könnten Postleitzahlen, kombiniert mit demografischen Angaben, den KMU ein effektiveres Werbeinstrumentarium an die Hand geben, indem sie ihre Postsendungen durch Aufgliederung solcher der Daten zielgerichteter versenden könnten. «So lässt sich eine Werbekampagne mit höchst präzisiertem Fokus durchführen», sagt er weiter.

Das Postleitzahlensystem würde auch dem E-Commerce in Irland auf die Sprünge helfen, indem die Zustellung der Waren zuverlässiger erfolgen würde, sagte Fielding weiter. Ausserdem erwartet er von einem öffentlichen Postleitzahlensystem mehr Wettbewerb zwischen An Post und privaten Kurierdiensten und in der Folge niedrigere Preise.

## Soziale und gesellschaftliche Vorteile

Postleitzahlen sind ein wichtiges Element der Infrastruktur eines Landes, so Patricia Vivas, Spezialistin für



Dublin wird auch profitieren (Foto: Hans-Peter Bock).

Adressierung und Postleitzahlen bei der UPU. «Adressen sind quasi öffentliches Gut; vergleichbar mit Verkehrsampeln und anderen Infrastrukturelementen», berichtet sie.

Die Investition in Adressen ist ein wichtiger Schritt, wenn es darum geht, die Menschen an öffentliche und private Dienstleistungsnetze anzubinden. Die irische Regierung wirbt mit verschiedenen Vorteilen für das Postleitzahlensystem. So dürfte die rasche und genaue Identifikation von Adressen die schnelle Erreichbarkeit in Notfällen erleichtern. «Die Einführung von Postleitzahlen für jede Immobilie bringt noch nie dagewesene Vorteile für die Notfalldienste, indem diese einen Unfallort genau und schnell identifizieren könnten», liess Martin Dunne, Direktor des nationalen Ambulanz-Service, verlauten.

Zu den weiteren Vorteilen zählen bessere Datenerhebungsmöglichkeiten im Zusammenhang mit der Epidemiebekämpfung und dem Gesundheitsmanagement, so der irische Gesundheitsminister James Reilly.

### Alphanumerischer Code

Die genaue Ausgestaltung der Postleitzahl wurde von der Regierung noch nicht bestätigt. Doch beim vorgeschlagenen System handelt es sich um einen alphanumerischen Code mit sieben Ziffern und Buchstaben. Die ersten drei Zeichen bestimmen die Zustellungsgebiete – von denen es rund 100 bis 200 geben dürfte – während die einmalige vierstellige Ziffern- und Buchstabenkombination die genaue Zustelladresse bezeichnet.

Die Frage, ob die Buchstaben vom Namen einer Ortschaft abhängen, verneinte Duggan. «Aus den Postleitzahlen lassen sich keine Ortsbezeichnungen ableiten, weder auf Englisch noch auf Irisch», sagt er und spricht

damit ein heikles Thema im offiziell zweisprachigen Land an, in dem die traditionellen irischen und englischen Ortsbezeichnungen oftmals weit auseinanderklaffen. So heisst Irlands Hauptstadt Dublin auf irisch zwar Baile Átha Cliath, doch seit Jahren schon gibt es die englisch orientierten Postleitzahlen mit Buchstaben «D». Bereits existierende ältere Postleitzahlen würden denn auch ins neue System integriert.

### Grosse Hindernisse

Die Einführung eines neuen Postleitzahlensystems ist ein gewaltiges Infrastrukturvorhaben, dessen vollständige Umsetzung gut zehn Jahre in Anspruch nehmen kann, weiss Vivas. So muss die Post während der Anpassungsphase parallel zwei Systeme betreiben, das alte und das neue.

Das für die Umstellung verantwortliche Konsortium muss sicherstellen, dass 2,2 Millionen Adressen bis zum Start im Jahr 2015 mit einer unverwechselbaren Postleitzahl versehen werden. Insbesondere die nicht eindeutigen Adressen. Hinzu kommt, dass die Öffentlichkeit auf die Umstellung vorbereitet werden muss und landesweit Datenbanken aktualisiert werden müssen.

Das schliesst «die nahezu 100 Millionen Akten in den verschiedenen Datenbanken der öffentlichen Dienste mit ein, etwa von lokalen Regierungsstellen oder aussenpolitischen Stellen», sagt Duggan. Zu den weiteren wichtigen Ansprechpartnern von Capita bei diesem Umstellungsprojekt zählen Banken, Versorgungsunternehmen, der Einzelhandel und andere private Betreiber grosser Datenbankbestände – die alle ebenfalls ihre Vorbereitungen bis 2015 zur treffen haben. **DK**

DUBLIN WIRD AUCH PROFITIEREN (FOTO: HANS-PETER BOCK).

## BELGIEN

Mit einem Nettogewinnanstieg um 20% auf 273,3 Millionen EUR (375,1 Millionen USD) schloss **BPOST** das Jahr 2013 positiv ab. Alleine im letzten Quartal nahm der Nettogewinn im Vergleich zum Vorjahr um 78% zu. Für das gute Jahresergebnis macht die belgische Post die Zunahmen in der Paketpost, im E-Commerce und in der Produktivität verantwortlich. Die Paketvolumen nahmen im vierten Quartal im Vergleich zum Jahr zuvor um 12,9% zu.

## BRASILIEN

Das höchste Arbeitsgericht Brasiliens hat in 13 Staaten zugunsten von **CORREIOS** eine einstweilige Verfügung gegen streikende Postmitarbeiter erlassen. Das Gericht ordnete an, dass dem Verband der Postangestellten Fentect ein Bussgeld von 50 000 BRL (20 900 USD) pro Tag auferlegt werde, wenn nicht mindestens 40% der Angestellten zur Arbeit erscheinen. Die Angestellten legten am 29. Januar die Arbeit nieder, nachdem die Post angekündigt hatte, dass ihr Gesundheitsvorsorgeprogramm ausgelagert werde.

## DEUTSCHLAND

**DEUTSCHE POST DHL** konnte ihren GoGreen-Produkten Auftrieb verleihen, indem sie neu das international anerkannte GHG Protocol «Product Lifecycle Accounting and Reporting Standard» erfüllt. Ab 2014 sind die Produkte zu 100% CO<sub>2</sub>-neutral. Die neuen Richtlinien gelten auch für die Produkte der Kategorie «Carbon Report». Das Unternehmen wird künftig Daten zu weiteren massgeblichen Treibhausgasen wie Methan und Distickstoffmonoxid sammeln und somit seine Emissionsberichte transparenter gestalten.

## FRANKREICH

Bei **LA POSTE GROUPE** zeichnen sich Veränderungen ab. Die Gruppe hat einen neuen Plan zur Modernisierung, Entwicklung und Erweiterung ihres Dienstleistungsangebotes ausgearbeitet. Laut dem Unternehmen bestünden die ersten Schritte der Strategie darin, die Gruppe neu zu organisieren und Verhandlungen mit der UPU aufzunehmen, um einen neuen Kollektivvertrag abzuschliessen. Das Postunternehmen hat weiter vor, seine Logistikdienste auszuweiten, um sich im stetig wachsenden Paketmarkt besser behaupten zu können.

## KANADA

**CANADA POST** hat in Zusammenarbeit mit «Postcode Anywhere», dem Experten für Adressenverwaltung, ihren Online-Postleitzahlenfinder modernisiert. Die kanadischen Benutzer können nun ihre Lieferadresse online bestätigen, indem sie ihre Adresse ganz oder teilweise auf Englisch oder Französisch in die Adressensuchzeile eingeben. Das Tool validiert Adressen auf Objektebene über die Postleitzahlendatenbank der kanadischen Post. Das Postunternehmen hat zudem Richtlinien veröffentlicht, wie für die verbleibenden fünf Millionen Kunden, die noch von der Hauszustellung Gebrauch machen, der Übergang zu Gemeinschaftsboxen erfolgen soll. Kunden, die ihre Post in Gebäudefoyers empfangen, und ein Grossteil der Geschäftskunden sind vom Wechsel nicht betroffen. Die Post kündigte an, dass der Zustellung an Senioren und Kunden mit Behinderung sowie den dicht bebauten Städten, wo die Platzierung der Postboxen schwierig ist, besonderes Augenmerk gelte.

## KENIA

**KENYA POSTA** erhebt unter Einhaltung von Regierungsvorschriften, die im vergangenen Jahr erlassen worden sind, neu auf ihre Dienstleistungen eine Mehrwertsteuer. Die Steuer von 16% betrifft alle Postdienstleistungen. Die Umstellung hat zur Folge, dass die Kosten für einen Standardbrief von 20 Gramm neu 35 KES anstatt 30 KES (0.34 USD) betragen werden.

## NEUSEELAND

Die Bank of New Zealand nutzt neu den Online-Identitätsdienst «RealMe» von **NEW ZEALAND POST**. Damit können Kunden neue Konten online abschliessen. Über diesen Dienst können sie auf Online-Dienste zugreifen, ohne jedes Mal eine vollständige Identitätskontrolle durchlaufen zu müssen. Kunden können sich nach einer biometrischen Identitätsprüfung im örtlichen PostShop registrieren.

## SINGAPUR

**SINGPOST** verzeichnete im Vergleich zum Vorjahr einen Anstieg von 10% bei postfremden Dienstleistungen, was auf neue Akquirierungen und Wachstum beim E-Commerce zurückzuführen ist. Postfremde Dienstleistungen machten in den ersten drei Quartalen 45,7%

der Einnahmen aus. Obwohl die inländischen Postvolumen im achten Quartal in Folge rückläufig waren, konnte ein Umsatz in Höhe von 222,6 Millionen SGD (176,5 Millionen USD) erreicht werden – eine Zunahme um 30,3% im Vergleich zum Vorjahr.

## SKANDINAVIEN

**POSTNORD** werde sich nach eigenen Angaben in Zukunft auf die Entwicklung von E-Commerce konzentrieren, da herkömmliche Postvolumen weiterhin rückläufig sind. Das Postunternehmen plant, seine Geschäftstätigkeiten zu straffen. Den Auftakt dazu bildet die Restrukturierung der PostNord-Gruppe im laufenden Jahr. Die Bereiche Post und Logistik werden zusammengefasst und innovative Lösungen für physische Post und weitere integrierte Lösungen werden entwickelt, um den Ansprüchen des wachsenden E-Commerce-Marktes zu entsprechen.

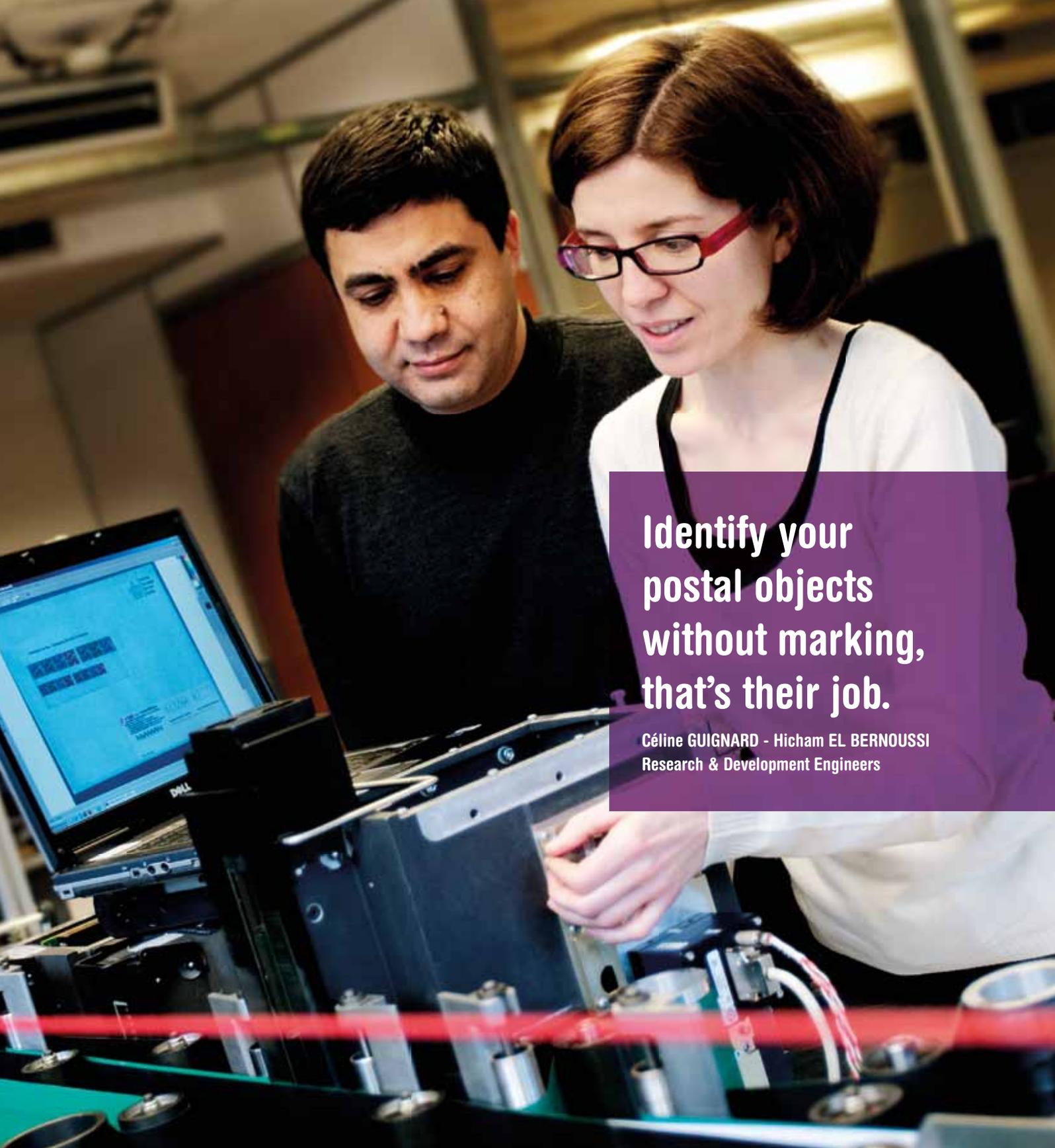
## VEREINIGTE STAATEN

Laut dem **UNITED STATES POSTAL SERVICE** konnten im ersten Quartal des laufenden Jahres Verluste dank 22 000 vorzeitiger Pensionierungen im vergangenen Jahr aufgefangen werden. Die Post verbuchte einen Nettoverlust von 354 Millionen USD im Vergleich zu 1,3 Milliarden USD im Vorjahresquartal. Die Einnahmen stiegen im Laufe des Quartals um 1,9% an und erreichten eine Höhe von 18 Milliarden USD, nicht zuletzt dank der Zunahme des E-Commerce während der Vorweihnachtszeit.

## WEITERE

**UPS** verzeichnete im vierten Quartal einen Verlust von 1.83 USD pro Aktie. Dies ist auf eine Nachsteuerbelastung in Höhe von 3 Milliarden USD für seine Pensionspläne und den erhöhten Druck auf den Paketdienst zurückzuführen. Das Unternehmen setzte zusätzliche Mitarbeiter und Material ein, um den weltweiten Volumenanstieg von 20% zu bewältigen und den schwierigen Wetterbedingungen zu trotzen. E-Commerce trug zu einem Anstieg der weltweiten Paketvolumen um 6% im Vergleich zum Vorjahr bei.

Alle Beiträge von Kayla Redstone.



## Identify your postal objects without marking, that's their job.

Céline GUIGNARD - Hicham EL BERNOUSSI  
Research & Development Engineers

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

The postal industry is undergoing significant transformation; SOLYSTIC can help you through this transition with identification and data processing solutions. The V-Id™ system allows you to identify and track objects without applying additional marking; at the same time, it delivers cost saving. Additionally, the data that is collected from each piece of mail can be turned into a business opportunity such as traceability, return management, order tracking, etc.

With SOLYSTIC, progress through change.

[www.solystic.com](http://www.solystic.com)



Postal and logistics solutions

## Postage stamps ... get real!

### **World Numbering System (WNS)**

Find every official and legitimate postage stamp produced by the world's issuing authorities and gain easy access to online philatelic stores worldwide.

[www.wnsstamps.post](http://www.wnsstamps.post) – For the love of philately



**UPU** | UNIVERSAL  
POSTAL  
UNION

The World Numbering System is managed by the World Association for the Development of Philately, part of the Universal Postal Union.