

Der Postsektor im Vormarsch seit 1875

UNION POSTALE



UPU, eine Sonderorganisation
der Vereinten Nationen

DEZEMBER 2015
JANUAR 2016 / NR. 4

Ertragssteigerung
im Postsektor
Der Weltposttag – ein globaler
Feiertag



Gemeinsames
Engagement
für eine sichere 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
dotpost@upu.int

DOHA-POST-STRATEGIE

Vier Ziele für die Post bis 2016

**1** Netzwerke
verbessern**2** Fachwissen und Know-how
bereitstellen**3** Innovationen
fördern**4** Nachhaltigkeit
anstreben**WEITERE INFORMATIONEN UNTER:**<http://news.upu.int/insight/world-postal-strategy/doha-postal-strategy>Dezember 2015 –
Januar 2016**CHEFREDAKTEURIN:** Faryal Mirza (FM)**BEITRÄGE:** David Koch (DK), Catherine McLean (CM),
Mutua Muthusi (MM), Clare O'Dea (CO), Julian Ryall (JR)**GRAPHISCHE GESTALTUNG:** Die Gestalter, Schweiz**DRUCK:** Weltpostverein, Schweiz**ABONNEMENTS:** publications@upu.int**ÜBERSETZUNG:** Michael und Bastiaan Visser, Schweiz**WERBUNG:** faryal.mirza@upu.int**KONTAKT:**

Faryal Mirza

Head (a.i.), Communications

Internationales Büro

Weltpostverein

Postfach 312

3000 BERN 15

SCHWEIZ

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

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

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

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

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

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



Umschlag: Getty Images

- 07 FEATURE**
Förderung der Eingliederung im Mittelpunkt von Afrika-Postforum
Westafrika diskutiert die Rolle der Post
- 08 TITELGESCHICHTE**
«Mach mich sicher, damit ich schneller ankomme!»
Über 40 Länder machen auf die Risiken von gefährlichen und verbotenen Postsendungen aufmerksam
- 16 STATISTIK**
Höhere Erträge und Briefvolumen
Die UPU veröffentlicht die neuesten statistischen Post-Daten
- 20 DAS INTERVIEW**
Die Ärmel hochkrepeln
Der CEO von LibanPost über die Transformation der Post in seinem Land
- 22 WELTPOSTTAG 2015**
Weltposttag – populärer als je zuvor
Jedes Land feiert den Weltposttag auf seine Weise – eine globale Umschau
- 26 MARKTFOKUS**
Japan Post sorgt sich um Senioren
Innovative Technologien stärken Beziehung zwischen Post und älteren Bürgern
- 28 MARKTFOKUS**
Amazon plant Expansion
Das jüngste Vorhaben des Onlinehandel-Giganten
- 4 RUBRIKEN**
In Kürze
- 5 Leitartikel**
- 29 Umschau**

SERVICE-QUALITÄT

UPU-Qualitätsworkshops stärken Postbetriebe



Die Teilnehmer nutzten in Manila die Gelegenheit, sich auszutauschen (Bild: iStock)

Die Postvertreter von rund 20 Ländern in der Region Asien-Pazifik trafen sich neulich in Manila in den Philippinen anlässlich eines UPU-Workshops zum Einsatz von innovativen Massnahmen zur Verbesserung von Abläufen. Der Anlass, der vom 30. November bis zum 4. Dezember dauerte, war Teil einer Reihe andauernder UPU-Workshops, die weltweit stattfinden. Über 100 vorgesehene Betreiber nehmen am globalen Programm teil.

«Service-Qualität steht bei jeder Organisation im Mittelpunkt, ungeachtet des Produkts oder der Dienstleistung, die sie anbietet», sagte Mansour Gueye, Koordinator für Service-Qualität des Internationalen Büros der UPU. «Die Herausforderung für Postbetreiber besteht darin, Handlungskonzepte zu implementieren, welche die Anforderungen für eine gute Dienstqualität erfüllen», erklärte er.

Ziel der Veranstaltung in Manila war es, die Teilnehmer mit den UPU-Lösungen wie das Qualitätskontrollsystem (Quality Control System, QCS) vertraut zu machen. Mit diesem Tool, das Daten von Strichcodes ver-

wendet, können Postbetriebe kritische Engpässe im internationalen Transport erkennen; diese Phase der Lieferkette wird Etappe 2 genannt (siehe «In die Qualitätszone vordringen», Union Postale 1/2015).

Die Teilnehmer hatten zudem die Möglichkeit, das Hauptpostamt und das Austauschbüro von Manila zu besuchen und sich ein Bild der dortigen Tätigkeiten zu machen.

Kambodscha

Unter den Teilnehmern war auch Roda Tep, Service-Qualitäts-Manager bei Cambodia Post. Auf die Frage nach den Vorteilen von Workshops zum Thema Service-Qualität antwortete sie, Referenten und Teilnehmer würden nützliches Know-how und Erfahrungen austauschen.

Sie fügte hinzu, dass «man angespornt und inspiriert werde zur Einhaltung entsprechender Standards im Postbetrieb». Sie hob insbesondere hervor, dass «wichtige Leistungskennzahlen dazu beitragen, die Stärken und Schwachstellen eines Landes zu erkennen, und [einen] dabei unterstützen, ein Maximum an Produktivität zu erreichen». Kambo-

dscha konnte in letzter Zeit verbesserte Resultate in der Service-Qualität verzeichnen, es bestehen jedoch weiterhin Herausforderungen.

«Kambodscha hat ein rasches Wachstum verzeichnet und dies hat zu Veränderungen bei den Adressen in der Peripherie geführt», so Tep. «Diese Veränderungen verzögern die Zustellung von Briefpost an die Kunden.»

Eine weitere Hürde sei eine Partnerfluggesellschaft, die über kein System für den Austausch von standardmässigen elektronischen Mitteilungsdaten verfügt. Weitere kritische Punkte seien das fehlende Fachwissen beim Personal. «Nur wenige Mitarbeiter wissen, wie verschiedene Performance-Berichte zu verstehen und zu analysieren sind», erklärt sie. Kambodscha erhielt 2014 die Service-Qualitätszertifizierung C der UPU – eine Auszeichnung, die Fortschritte beim allgemeinen Qualitätsmanagement eines Postbetreibers würdigt.

Iran

Die Teilnahme am UPU-Projekt zur Verbesserung der Service-Qualität

Die Lieferkette verbessern

Jetzt, da die Doha-Strategie ihrem Ende zugeht, wird das Arbeitstempo im UPU-Hauptsitz nochmals heraufgeschraubt. Es herrscht fiebrige Hektik in den Berner Büros. Auch in den regionalen Workshops stand das Thema Modernisierung des globalen Postnetzes mit dem Ziel, die Dienstleistungsqualität insgesamt zu steigern, im Zentrum. Ein gutes Beispiel ist der Workshop in Manila, über den in dieser Ausgabe berichtet wird. Die Rückmeldungen aus den Ländern zeigen, dass solche Veranstaltungen als wichtig eingestuft werden.

Im Leitartikel berichten wir darüber, wie die Bevölkerung im Hinblick auf gefährliche und für den Postversand verbotene Güter sensibilisiert werden soll. Über 40 Länder sind involviert. Sie nutzen ein Kommunikations-Toolkit, mit dem die Postkunden dazu gebracht werden sollen, zweimal zu überlegen, ob der Postversand eines Artikels überhaupt zulässig ist. Ziel ist es, das Postnetz für alle Partner in der Lieferkette sicherer und den Postversand so effizient wie möglich zu machen.

Unser Artikel über den Weltposttag 2015 zeigt, mit welchem Enthusiasmus dieser Tag überall auf der Welt begangen wird. Viele Postbetriebe öffneten ihre Tore dem Publikum, lancierten neue Dienstleistungen oder Produkte, setzten sich für ältere oder kranke Menschen ein oder feierten die Gewinnerinnen und Gewinner der nationalen Schreibwettbewerbe. Leider fehlt uns der Platz, um all die wunderbaren Initiativen gebührend zu würdigen. Wir danken Ihnen allen, dass Sie diesen Tag nutzen, um andere Menschen mit Ihrer Überzeugung, dass die Post nach wie vor eine eminent wichtige Rolle spielt, anzustecken.

FARYAL MIRZA, CHEFREDAKTEURIN

sei wie «Autofahren lernen», sagte Saber Keramati, Postexperte bei Iran Post. «Die Workshops sind wie eine Fahrschule», erläuterte er und fügte hinzu, dass der Prozess seiner Post geholfen habe, sich Fachwissen anzueignen und Abläufe zu verbessern, insbesondere in Bezug auf den Kundenservice.

Iran Post erhielt 2014 die Service-Qualitätszertifizierung B, die auf den Betrieb der Austauschbüros und Sortieranlagen und die Zusammenarbeit mit wichtigen Partnern wie Fluggesellschaften, Zoll- und Sicherheitsbehörden und anderen Postbetreibern ausgerichtet ist.

Philippinen

Für den vorgesehenen Betreiber der Philippinen stellt der internationale Transport die grösste Herausforderung bei der Service-Qualität dar. Der Post fehle ein Feedback-Mechanismus, der genau verzeichnet, wann die Sendungen verladen wurden, meint Olivia Valderama von PHLPost. Weitere Hürden seien Probleme bei der Postsicherheit, insbesondere der Eingang von beschädigten und manipulierten Sendungen. Die Philippinen

benötigten zudem bessere Computerprozesse zur Vernetzung des Landes, fügt sie hinzu und erklärt, dass die Philippinen rund 7000 Inseln zählen.

Die Workshops würden viele Vorteile bieten, so Valderama.

«Wir lernen, wie wir unsere Service-Qualität auf internationales Niveau heben können. Es werden Strategien und Massnahmen festgelegt, mit denen wir die Projektmeilensteine erreichen können.»

Regionaler Ansatz

QCS-Berichte böten eine ausgezeichnete Grundlage für Aktionspläne zur Qualitätsverbesserung, erklärt Ján Bojnanský, UPU-Berater sowie Leiter und Organisator der Workshop-Reihe.

Online-Tools wie das QCS stehen den vorgesehenen Betreibern in UPU-Mitgliedstaaten kostenlos zur Verfügung. Viele unter ihnen haben jedoch keine Kenntnis von den Technologien oder haben sie noch nicht implementiert.

«Ich bin der Ansicht, dass Qualität keine Frage des Geldes ist», meint Bojnanský und berichtet von den

Erfahrungen von Slovak Post, wo er für E-Commerce zuständig ist. Obwohl der slowakische Betreiber nicht über die modernste Ausrüstung verfüge, habe er ausgezeichnete Ergebnisse bei der Service-Qualität erzielt. «Es geht darum, die verfügbaren Mittel richtig einzusetzen», erklärt er.

Neben Online-Tools standen der Paketversand und der Prozess zum Erhalten von UPU-Zertifizierungen für die Service-Qualität im Mittelpunkt des Workshops in Manila. Gastgeber war PHLPost in Zusammenarbeit mit der UPU und der asiatisch-pazifischen Postunion.

Der UPU-Kongress in Doha, Katar, hatte 2012 dieses wichtige Thema aufgegriffen und eine Resolution zu Gunsten eines Service-Qualitäts-Programms für 2013 bis 2016 erlassen. Dieses umfasst Pläne, die für jede Region auf der Welt entworfen worden sind und in den entsprechenden Ländern vor Ort umgesetzt werden.

DK

ART @ UPU

Tunesische «Lebensfreude» im UPU-Hauptquartier



Jessica Gerschultz vor dem Wandbild von Gorgi am UPU-Hauptsitz.

Ein modernistisches Wandbild am Hauptsitz der Universal Postal Union (UPU) in Bern stand jüngst im Mittelpunkt des Interesses, als eine Kunsthistorikerin eigens aus den USA anreiste, um das Keramikkunstwerk zu dokumentieren.

Jessica Gerschultz, Assistenzprofessorin für African and African American Studies an der Universität von Kansas, recherchiert zurzeit für ein Buch zum Thema Modernismus in Tunesien. Sie reiste nach Bern, um das 1963 vom berühmten tunesischen Künstler Abdelaziz Gorgi erschaffene Wandbild mit dem Titel «La Joie de Vivre» mit eigenen Augen anzuschauen.

«Es ist aufregend, ein neues Werk von Gorgi zu sehen», sagt Gerschultz, «insbesondere eines in solch hervorragendem Zustand». Das Wandbild am UPU-Hauptsitz ist oben links signiert und datiert. In Europa gibt es lediglich drei Werke des Künstlers.

Das surrealistische Werk zeigt zwei Musiker in einem Boot unter einer roten Sonne. Es wurde der UPU 1965 von den tunesischen Postbehörden geschenkt. Ursprünglich war es im alten Hauptquartier in Bern zu sehen und wurde 1970 an den heutigen Standort gebracht.

Gorgis Hauptwerk schmückt die Fassade des Präsidentenpalastes in Monastir. Das Kunstwerk aus Keramikziegeln zeigt lyrische Szenen mit Pferden, Bäumen und Meereslebewesen. Das Wandbild der UPU gehört demselben Genre an, in ihm sind fantastische Unterwasser- und Gartenlandschaften dargestellt. Daneben sei es gespickt mit Symbolen des tunesischen kulturellen Erbes, erklärt Gerschultz.

Gorgi besuchte 1944 bis 1949 die École des Beaux-Arts de Tunis und bildete sich 1949 bis 1953 in Paris in der Arbeit mit Keramik weiter. Er gehört zu den Mitbegründern der École de Tunis, einer Gruppe von

tunesischen, französischen und italienischen Künstlern, die an der Spitze der modernistischen Bewegung in Tunesien standen.

Gorgi entwarf auch verschiedene Briefmarken – passend für einen von der UPU geehrten Künstler.

Die UPU besitzt nicht nur die weltweit bedeutendste Briefmarkensammlung, sondern hat in den 140 Jahren ihres Bestehens auch eine wichtige Kunstsammlung aufgebaut, dank vieler Schenkungen von Mitgliedsstaaten. co

Afrika-Postforum stellt Förderung der Eingliederung in Mittelpunkt

Postminister und -führungskräfte trafen sich im Dezember in der Elfenbeinküste, um die Rolle der afrikanischen Postbetreiber in der nationalen Entwicklung, der finanziellen Eingliederung und allgemein «im Verbinden, Informieren und Einbeziehen aller Bürger» durch das Postnetzwerk zu diskutieren.

**TEXT:
DAVID
KOCH**

Bruno Koné, der ivoirische Post- und Kommunikationsminister, wies auf die verfügbaren Möglichkeiten für Postbetreiber hin, um vollumfänglich zur sozialen und wirtschaftlichen Entwicklung beizutragen, und betonte in seiner Eröffnungsrede, welche Bedeutung die Regierung der Elfenbeinküste dem Postsektor beimesse. «Wir setzen alles daran, damit der lange vernachlässigte Postsektor seine Arbeit im Dienste der wirtschaftlichen Tätigkeiten und der Bevölkerung ausüben kann», erklärte er den Delegierten.

Pascal Clivaz, Vizegeneraldirektor der UPU, war ebenfalls anwesend und hielt in seiner Rede fest, dass die Themen des Forums äusserst dringend seien und sich mit den Zielsetzungen der UPU decken würden. Die Teilnahme von Koné, Clivaz und weiterer hochrangiger Vertreter am zweitägigen Anlass unterstrich die wachsende Anerkennung für die Post als Antrieb für die nationale Entwicklung in Afrika.

Koné seinerseits betonte, dass Postbetreiber ihre Aktivitäten anpassen und sich als Schlüsselakteure in nationalen Entwicklungsstrategien positionieren sollten. «Mehr denn je muss die Post heute über ihre traditionellen Tätigkeiten hinausgehen, um zu zeigen, dass sie aktiv zur Entwicklung beitragen kann.»

Effizienter Betrieb

Ein weiterer Referent am Forum war Younouss Djibrine, Generalsekretär der Panafrikanischen Postunion (PAPU). In seiner Rede erklärte er, dass zu den grossen Herausforderungen der afrikanischen Postbetreiber «der rücksichtslose Wettbewerb» zähle, der aus der raschen Liberalisierung, einer unfassbaren Anzahl technischer Entwicklungen und den Anforderungen einer vermehrt anspruchsvollen Kundschaft hervorgeht.

Zudem übte er Kritik an den Postpartnern in anderen Ländern und warf ihnen vor, die «heiligen Grundprinzipien der UPU» zu untergraben, darunter die Universalität und das einheitliche Postgebiet. Angesichts dieser Schwierigkeiten rief er die Postbetriebe auf, eine auf den gesamten Kontinent ausgerichtete Innovations- und Eingliederungsstrategie zu verfolgen – insbesondere für jene, welche über keine Bankkonten oder Zugang zu



400 Teilnehmer trafen sich in Abidjan (Bild: iStock)

anderen Finanzdienstleistungen verfügen. Eine Gruppe, so erklärte Djibrine, die aus über 76 Prozent der erwachsenen Bevölkerung bestehe.

Zudem forderte er Postbetreiber dazu auf, ihre Ressourcen für die finanzielle Eingliederung auf das Maximum zu erhöhen und gleichzeitig die hohen Vergütungen zu senken, die digitale Kluft zu überwinden, den Zugang zu staatlichen Dienstleistungen zu verbessern und wirtschaftliche Chancen für die entsprechenden Zielgruppen zu schaffen – und all dies unter Einhaltung und Verbesserung der Service-Qualität.

Djibrine argumentierte, dass solche Zielsetzungen ein gemeinschaftliches Vorgehen auf dem gesamten Kontinent voraussetzen würden, besonders im Hinblick auf die mächtige Weltwirtschaft. «Alle Akteure im Postsektor Afrikas müssen ihre Kräfte vereinen und sich für eine eingliedernde, innovative und vollständige Integration des Kontinents einsetzen», mahnte er.

Rund 400 Vertreter aus 31 Ländern nahmen am 10. und 11. Dezember am Forum in Abidjan, dem Regierungssitz der Elfenbeinküste, teil. **DK**



«Mach mich sicher, damit ich schneller ankomme!»

Dem Durchschnittskunden mag es harmlos erscheinen, ein Mobiltelefon mit installiertem Akku oder Nagellackentferner mit der internationalen Post zu versenden – die UPU startet jetzt aber eine Kampagne, um auf die damit verbundenen Gefahren hinzuweisen.

TEXT:
DAVID KOCH

Da die Post vermehrt Zustellungen von Konsumgütern abwickelt, steigen auch die Anforderungen. Akkubrände und ähnliche Vorfälle können tödliche Folgen haben; es kann auch zu kostspieligen Verspätungen und Sachschäden kommen. Kunden, die nicht wissen, was gemäss den Vorschriften per internationaler Post versendet werden darf und was nicht, werden verärgert sein, wenn ihre Zustellungen nicht rechtzeitig erfolgen. Sie sind sich wahrscheinlich nicht bewusst, dass gewisse Sendungen die Gesundheit und Sicherheit von Postangestellten, den Beteiligten in der Lieferkette und der Öffentlichkeit gefährden können.

Internationale Vorschriften

Die UPU führt unter Artikel 18 ihres Paketposthandbuchs Bestimmungen zu gefährlichen und verbotenen Gütern auf. Zu dem von der Post ausgeschlossenen Gefahrgut zählen nicht nur Sprengstoffe, sondern auch nachgemachte oder explosionsunfähige Gegenstände wie Bombenattrappen und entflammbare oder radioaktive Stoffe. Die Mitglieder der Postsicherheitsgruppe des Rats für Postbetrieb der UPU kam zu dem Schluss, dass eine Kommunikationskampagne Postbetreiber dabei unterstützen könne, das öffentliche Bewusstsein zu schärfen. Das Kommunikationsprogramm des Internationalen Büros, das sich als vorbildliche Zusammenarbeit zwischen UPU-Mitgliedstaaten und dem Internationalen Büro erweisen sollte, arbeitete eng mit der Postsicherheitsgruppe zusammen, um eine für ihren Zweck optimal ausgerichtete Kampagne zu erschaffen.

Das Motto der UPU-Kampagne lautet: «Keep me safe to get me there faster», zu Deutsch «Mach mich sicher, damit ich schneller ankomme». Die Hauptrolle im Informationsmaterial, darunter Animationsfilmchen, spielen Pakete. Diese erklären die Gefahren im Zusammenhang mit Sprengstoffen, entflammbaren Substanzen und gefälschten Waren. Während die gewöhnlichen «sicheren» Pakete die Reise durch die Lieferkette glücklich zurücklegen, werden schlechtgesinnte Pakete, die gefährliche und verbotene Güter darstellen, entdeckt und zurückgehalten.

Vorgesehene Postbetreiber, die sich an der Kampagne beteiligen möchten, können das Informationsmaterial nach Belieben verwenden und anpassen. Das Informationspaket lässt sich einfach an verschiedene Märkte und Sprachen anpassen. Es liegt in den Sprachen Englisch, Französisch, Arabisch, Russisch, Chinesisch, Portugiesisch und Spanisch vor. An der Kampagne beteiligte Partner sind unter anderem die internationale Luftverkehrs-Vereinigung, die internationale Zivilluftfahrtorganisation und die Weltzollorganisation.

Lithiumbatterien

Lithiumbatterien sind für die Postbetreiber zu einem regelrechten Problem geworden. Sie sind in der Unterhaltungselektronik weit verbreitet, wie beispielsweise in Smartphones, Laptop-Computern und E-Zigaretten. Sie werden oftmals über die Grenzen hinweg zu Hobbybastlern versendet, die leistungsstarke Akkus für Produkte wie ferngesteuerte Autos oder Drohnen suchen. Der vorgese-



Postbetreiber wie Hongkong Post haben das Informationsmaterial zur einfachen Handhabung in ihre Webseiten eingebettet.

hene Betreiber von Kasachstan stellte fest, dass auf Grund des E-Commerce die Anzahl per Post versandter E-Zigaretten markant angestiegen ist.

In den Vereinigten Arabischen Emiraten ist Dubai ein vielgenutzter Handelsknotenpunkt, an dem Elektronik vor allem von und nach Nord- und Ostafrika in- und exportiert wird. Die Emirates Post Group stellte fest, dass viele Kunden den Unterschied zwischen Lithium- und anderen Batterien nicht kennen. «Man kann Technologie nicht aufhalten – aber man muss den Kunden auf einfache Weise erklären, was mit der Post verschickt werden darf und was nicht», so Jassim Rabia Al Awadhi, Abteilungsdirektor für Gesundheit, Sicherheit und Aufsicht.

Emirates Post verwendet das Kampagnenmaterial in drei Sprachen (Arabisch, Englisch und Urdu), um vor allem innerhalb seiner multinationalen Mitarbeiterschaft das Bewusstsein für das Thema zu schärfen. «Die Kampagne hat wirkungsvoll zu unseren eigenen Aktivitäten zur Bewusstseinsförderung beigetragen, wofür wir der UPU sehr dankbar sind», betont Al Awadhi.

Zudem sei eine enge Zusammenarbeit mit den Zollbehörden entscheidend, fügte er an. «Dies ist ein wichtiger Schritt, da wir die Sendungen nicht selbst kontrollieren. Die Öffentlichkeit ist sich nicht bewusst, dass nicht die Post, sondern der Zoll die Pakete untersucht», erklärt er. Der Postbetreiber wird demnächst eine Absichtserklärung mit der nationalen Zollbehörde unterzeichnen, um eine transparente und enge Zusammenarbeit zu ermöglichen. Während die Verbreitung solcher Güter zunimmt, haben

die Akteure in der internationalen Lieferkette neue Massnahmen zur Erhöhung der Sicherheit ergriffen. Die Schwesteragentur der UPU, die internationale Zivilluftfahrtorganisation ICAO, hat ihre Bestimmungen 2013 aktualisiert und verlangt von den Postbetreibern, dass sie bestimmte Bedingungen erfüllen, bevor Geräte mit Lithiumbatterien transportiert werden können. Zudem müssen die Batterien stets im Innern der Geräte angebracht sein, um zu verhindern, dass sie beschädigt werden.

Zum Zeitpunkt der Drucklegung war es 26 Postbetreibern durch die jeweiligen nationalen Zivilluftfahrtbehörden



BESTIMMUNGEN ZU GEFÄHRGUT UND VERBOTENEN WAREN IM UPU-PAKETPOSTHANDBUCH

http://www.upu.int/uploads/tx_sbdownloader/actInFourVolumesParcelPostManualEn.pdf

BEFÖRDERUNG VON GERÄTEN MIT LITHIUMBATTERIEN

<http://www.upu.int/en/activities/postal-security/dangerous-goods.html>



Brand an Bord eines Frachtflugzeugs des privaten Kurierdienstes UPS

den erlaubt, Geräte mit Lithiumbatterien zu transportieren.

Neue Abläufe

Zu jenen 26 Postbetreibern, die Geräte mit Lithiumbatterien transportieren dürfen, gehört das Royal Gibraltar Post Office, das seit Oktober 2015 dazu befugt ist. Das britische Überseegebiet ist nicht nur bekannt für seine Vergangenheit als strategisch wichtige Militärbasis, sondern auch, weil es bereits früh Richtlinien annahm, die gefährliche und verbotene Güter im Postverkehr einschränken sollten.

Der vorgesehene Betreiber bedient rund 32 000 Kunden auf einem Gebiet von nicht einmal 6 km². Aufgrund der kleinen Fläche können neue Richtlinien rasch umgesetzt werden. So sei Gibraltar eine Art Testgebiet, meint David

Ledger, CEO von Royal Gibraltar Post. Als beispielsweise Parfüm von der internationalen Postbeförderung ausgeschlossen wurde, schickte das Postunternehmen sogleich seine Mitarbeitenden los, um Parfümgeschäfte über die neuen Richtlinien zu informieren, damit diese wiederum Einkaufstouristen darüber aufklären konnten.

Vor kurzem führte der Betreiber ein umfassendes Schulungsprogramm durch, welches ihm ermöglichte, Sendungen mit Lithiumbatterien zu befördern. Dies ist von besonderer Bedeutung für Kunden, die elektronische Geräte wie iPads auf dem Postweg retournieren möchten. Der Postbetreiber hat einen externen Spezialisten mit der Aufgabe betraut, die Mitarbeitenden und die Geschäftsleitung über die Abläufe zu instruieren, mit denen Gefahrgut in der Post geprüft wird. Am Schluss der Schulung mussten alle Teilnehmer eine entsprechende Prüfung ablegen.

Der Berater stellte zudem sicher, dass die Grenzbehörden über die Regulierungen auf dem Laufenden sind, und schulte offizielle Vertreter von Partnerunternehmen wie Ausführungszentren und Massenversender, so Ledger. Schliesslich umfasste das Programm ein «Train the trainer»-Modul, damit alle Neuestellte fortan die entsprechende Schulung intern erhalten werden. «Bevor man am Schalter arbeiten darf, ist diese Schulung zu absolvieren», erklärt Ledger.

Bewusstsein stärken

Gibraltar Post hat ebenfalls eine Kampagne zur Bewusstseinsbildung mit Infomaterial aus dem UPU-Toolkit gestartet. So werden beispielsweise die UPU-Animationsvideos auf Bildschirmen für die wartenden Kunden im Postamt ohne Unterbruch abgespielt und sie sind auch auf der Webseite zu sehen.

Ein grosses Poster an der Wand klärt die Kunden über die

Lithiumbatterien

Vorgesehene Betreiber, die Geräte mit Lithiumbatterien transportieren möchten, müssen zwei Bedingungen erfüllen:

- Es müssen Prozesse und Schulungen zur Kontrolle der Annahme von Postsendungen mit Gefahrgut vorliegen, die für den Lufttransport vorgesehen sind.
- Es muss eine spezifische Zulassung ihrer nationalen Zivilluftfahrtbehörde erteilt werden, bevor sie solche Geräte befördern dürfen.

«Dos und Don'ts» auf. «Wir haben alle übrigen Plakate abgenommen, um nicht von der Botschaft abzulenken», erklärt Ledger. An sämtlichen Briefkästen wurden Info-Plaketten angebracht, welche den Absender auf seine Verantwortung für den Versand von sicheren Gütern hinweist. All diese Massnahmen sind Teil des Engagements in einem der weltkleinsten Postgebiete.

Ähnliches bei MaltaPost: Der vorgesehene Postbetreiber hat sich an der Gefahrgutkampagne beteiligt, indem er alle 36 Postämter auf Malta und Gozo, den zwei Hauptinseln des Mittelmeer-Inselstaats, mit UPU-Infomaterial versorgt hat.

Diese Bewusstseinsbildung hilft, Dienstleistungen zu optimieren, da die Kunden sich mit Waren vertraut machen, die andere Güter oder sogar Mitarbeitende oder die Öffentlichkeit gefährden könnten, so Yolande Spiteri, Leiterin Customer Experience bei MaltaPost in einer E-Mail an Union Postale. «Es fördert die Effizienz des Unternehmens und verbessert schliesslich die Dienstleistung, die wir unseren Kunden bieten.»

Diese Massnahmen ergänzen jene, die bereits ergriffen worden sind, um die Anzahl Gefahrgüter in der Post zu reduzieren. Gemäss den Standardbetriebsabläufen ist das Personal von MaltaPost verpflichtet, die Listen mit verbotenen Waren zu kennen, damit sie auf den Deklarationsformularen für Luftpostsendungen erkannt werden. Zudem würden die Sendungen am Flughafen durchleuchtet, so Spiteri.

Belposhta, der vorgesehene Betreiber für Weissrussland, zählt auch zu den Postunternehmen, welche die Kampagne unterstützen. Er berichtet, dass das UPU-Infomaterial in den Postämtern aufliege und auf die Webseite aufgeschaltet worden sei.

Auch Barbados Postal Service nimmt an der Kampagne teil. Das Unternehmen hat die Animationsvideos über Social Media veröffentlicht und hat vor, in den Postämtern Plakate und Bildschirme, auf denen die UPU-Clips zu sehen sind, aufzustellen.

Adam Christian von der österreichischen Post erklärt, dass 520 Postämter in Österreich mit den UPU-Broschüren ausgerüstet seien, anhand derer die Mitarbeiter den Kunden die Bedeutung von sicheren Postsendungen näher bringen können.

«Im Grunde waren es unsere Mitarbeitenden, die uns darauf hingewiesen haben, dass ihnen grafisches Material nützen könnte, die Informationen an Kunden weiterzugeben», erklärt Christian und fügt hinzu, dass das Bewusstsein für Gefahrgut bei privaten Absendern gestärkt werden müsse. «Der UPU-Flyer ist eine gute Informationsquelle; so müssen wir nicht unsere eigenen Broschüren entwerfen.»

Verstärkte Kontrollen

In Hongkong, China, ging der anhaltende Anstieg ausgehender Post von 2010 bis 2013 einher mit einem erhöhten Volumen von Sendungen, die Batterien enthielten. Anfang September 2013 hat der Betreiber die Annahme von Luftpostsendungen mit Parfüm, Feuerzeugen und Lithiumbat-



Gut sichtbare Plakate an den Schaltern von Belposhta (Bild: Belposhta)

terien eingestellt.

Währenddessen wurden im Hintergrund neue Abläufe implementiert. Schalterangestellte trennen Sendungen nach Risiko, was die angewandte Stufe der Röntgendurchleuchtung bestimmt. Sendungen, die bei der Durchleuchtung auffallen, werden schliesslich von der Aviation Security Company, einem Privatunternehmen mit Sitz im internationalen Flughafen von Hongkong, in der Anwesenheit von Postmitarbeitern geöffnet.

Es ist jedoch aufgefallen, dass viele Gegenstände auf dem Röntgenscreen wie Lithiumbatterien aussehen, so zum Beispiel bestimmte Computerfestplatten. So kam es, dass zahlreiche Sendungen zum Öffnen aussortiert wurden, was zeit- und arbeitsaufwändig ist.

Um die Zusammenarbeit mit der Öffentlichkeit zu fördern, hat die Post viel Arbeit in die Aufklärung der Kunden investiert. In Hongkong wurden in Postämtern, Wohnsiedlungen und in den Strassen Plakate angebracht. In Poststellen wurden auf Bildschirmen die Videoclips zu Gefahrgut mit chinesischen Untertiteln gezeigt und gleichzeitig



TITELGESCHICHTE ÜBER SICHERHEITSNORMEN, UNION POSTALE MAGAZIN 2/2012

http://news.upu.int/uploads/media/union_postale_2_2012_en.pdf

VIDEOS ZUR KAMPAGNE

<http://news.upu.int/outreach/keep-me-safe-to-get-me-there-faster/learn-more/>

auf der Unternehmenswebseite zum Streamen bereitgestellt. In Radiodurchsagen werden die Leute daran erinnert, keine gefährlichen Sendungen aufzugeben.

Gemäss dem Postbetreiber waren die Bemühungen erfolgreich: Er ist nun für seine strikten Kontrollen bekannt und Internethändler vermeiden den Versand solcher Artikel, da sie befürchten, dass die Sendungen ohne Portovergütung retourniert werden.

In Uganda wurde die Sicherheit in der Post unterdessen zu «einer nationalen Sicherheitspriorität, besonders im Angesicht des globalen Terrors und ähnlicher Bedrohungen» erhoben, erklärte James Mpango, Sprecher der ugandischen Kommunikationskommission, in einer E-Mail an Union Postale.

«Die Sicherheitsanforderungen steigen proportional zur Anzahl der Akteure in der Industrie, der Innovationsrate im Telekommunikationssektor und der wachsenden Produktpalette, die neue Dimensionen in der Sicherheit wie beispielsweise Cyber-Security erreicht», so Mpango.

Bei ausgehenden Sendungen aus Uganda würden Betäubungsmittel und illegale Waren wie Elfenbein die grössten Sorgen bereiten, sagte er. Es zeige, wie facettenreich die Problematik von Gefahrgut in der Post sei.

Sicherheitsstandards

Da E-Commerce zu steigenden Volumen von elektronischen Geräten führe, die per Post transportiert werden und oftmals Lithiumbatterien enthalten, habe das Gefahrgutrisiko zugenommen, erklärte Javier Pumares Puertas, Sicherheitschef von Correos, dem spanischen Postbetreiber in einer E-Mail an Union Postale. «Eine anhaltende



Paket mit ausgelaufenem Inhalt (Bild: USPS)



Alle Briefkästen in Gibraltar tragen diese Aufschrift (Bild: Gibraltar Post)



Durch Lithiumbatterien verursachter Schaden (Bild: USPS)

Zunahme wird erwartet», fügt er hinzu.

Die Post habe zahlreiche Massnahmen ergriffen, um den Fluss von Gefahrgut durch das Postsystem zu steuern, so Pumares. «Correos implementiert stets neue Kontrollmassnahmen für den Inhalt von Postsendungen, zum Beispiel mittels Kundenangaben und einer Reihe von Fragen zur Herkunft des Produkts», betonte er. Sicherheitsmassnahmen wie Röntgen-Scans würden in der gesamten Lieferkette angewandt.

«All diese Vorkehrungen werden durch eine Informationskampagne, die an unsere Kunden gerichtet ist, unterstützt», erklärte er weiter. Die Mitarbeitenden würden zudem spezielle Schulungen absolvieren. Er fügte hinzu, dass Correos das Infomaterial der UPU-Kampagne verwende. «Die Leistungen der UPU zu diesem Thema sind beachtlich», hob er hervor und merkte an, dass die UPU viel Arbeit investiert habe, um Beziehungen zu anderen Akteuren der Post- und Transportlieferkette aufzubauen. Dabei habe sie die Sicherheit in den Mittelpunkt gestellt, «ohne den Austausch von Sendungen zwischen Postbetrieben einzuschränken».

Erhebliche Risiken

Während die Kampagne ihr Zielpublikum in einem heiteren Ton zu erreichen versucht, sind die Risiken, die von Gefahrgut ausgehen, sehr ernst zu nehmen, besonders wenn es um die Sicherheit in der Luftfahrt geht. Sehr vertraut mit diesem Thema ist Tripp Brinkley, Leiter des Post-sicherheitsprogramms im Internationalen Büro der UPU. Brinkley war 25 Jahre lang im US Postal Inspection Service tätig.

Das Abfangen von Gefahrgut sei «mehr als nur eine all-

tägliche Routine», sagt er. Das Thema habe mit der steigenden Anzahl Personen, welche Waren über E-Commerce-Plattformen verkaufen, an Bedeutung zugelegt. Anders als die grossen Anbieter seien diese oftmals nicht mit den Bestimmungen vertraut, welche den Umgang mit Gefahrgut und verbotenen Waren regeln, erklärt er.

Er schildert einen Fall aus den USA, wo jemand auf dem Postweg einen Motorradvergaser versenden wollte, der noch Treibstoff enthielt.

«Die austretenden Gase haben regelrecht für Panik gesorgt», erzählt er. Angestellte hätten die Inspektoren der Post informiert, als sie den Geruch wahrgenommen hatten. «Postangestellte sind darin geschult, nach gefährlichen oder verdächtigen Sendungen Ausschau zu halten. Sie sind sogar sehr gut darin, solche aufzudecken und Massnahmen zu ergreifen.»

In einem anderen Fall versuchte ein Holzverarbeiter, eine Gallone Möbellack zu versenden, der während des Transports ausgelaufen war. «Er war sich der Gefahr vermutlich überhaupt nicht bewusst», so Brinkley.

Eine allfällige Entzündung eines solch entflammaren Stoffes könnte an Bord eines Flugzeugs zu einem Brand führen. Eine Katastrophe ereignete sich 2010: Eine Boeing 747 mit einer Ladung für einen Expresskurier (und nicht einen vorgesehenen Betreiber) stürzte in der Nähe von Dubai ab, wobei beide Crew-Mitglieder an Bord getötet wurden, nachdem in den Frachtpaletten auf dem Hauptdeck ein Feuer ausgebrochen war.

Im abschliessenden Unfallrapport wurde die genaue Brandursache nicht genannt – viele Beweismittel wurden im Wrack zerstört – aber es wurde auf eine «beachtliche Anzahl Lithiumbatterien als Bestandteil der Fracht hingewiesen. Aus weiterhin unbekanntem Grund könnte es bei den Batterien zu einer Überhitzung gekommen sein, wodurch Batteriekomponenten durch die Hitze aufeinandertrafen und sich spontan entzündeten. Dieses Feuer habe anschliessend auf anderes brennbares Material übergegriffen, so der Rapport aus dem Jahr 2010.

Hoverboards

Es gibt zahlreiche Berichte von Bränden und Explosionen, die durch fehlerhafte Batterien in motorisierten zweirädrigen Fahrzeugen, so genannten Hoverboards, verursacht wurden. Mehrere internationale Fluggesellschaften lassen keine Passagiere mit Hoverboards mehr an Bord. So wurde beispielsweise kürzlich den Söhnen von Hollywood-Schauspieler Russel Crowe kurz vor dem Einsteigen untersagt, ihre Hoverboards mit an Bord eines Flugzeugs von Virgin Australia zu nehmen. Nachdem er seinen Unmut über Twitter kundgetan hatte, erhielt Crowe eine Rückmeldung der Fluggesellschaft, die twitterte: «Hi Russel, aufgrund von Sicherheitsbedenken zu Lithiumbatterien in Hoverboards wurden diese auf allen grösseren australischen Airlines und Airlines weltweit verboten.»

Die Notwendigkeit von Postsicherheitsnormen wurde im Oktober 2010 wieder einmal bestätigt, als an Bord eines Flugzeugs eines Privatkuriers mit Kurs auf die USA Spreng-

sätze entdeckt worden waren. Der Anschlag konnte nur wenige Wochen nach dem Absturz der Boeing 747 bei Dubai vereitelt werden.

Die UPU reagierte mit zwei Entwürfen für neue Sicherheitsstandards. Seit 2011 wird an den Bestimmungen gearbeitet. Ein wichtiger Meilenstein wurde im Oktober 2015 erreicht, als das Standards Board die letzten Änderungen genehmigte und die Bestimmungen an den Rat für Postbetrieb übergab. Dieser letzte Schritt verlieh ihnen den Status «anerkannter Standards».

In Artikel S58 sind allgemeine Sicherheitsmassnahmen für kritische Posteinrichtungen wie Austauschbüros oder Sicherheitsüberprüfungsanlagen festgehalten. Die Normen verlangen beispielsweise einen detaillierten schriftlichen Sicherheitsplan und eine jährliche Risikoeinschätzung, in denen nebst weiteren Faktoren die lokale Kriminalitätsrate berücksichtigt werden muss.

Die Normen beschreiben weiter den Bedarf nach Ausstattungsmerkmalen wie angemessener Beleuchtung zur Identifizierung von Personen und Fahrzeugen entlang eines Geländes. Weitere beschriebene Aspekte sind unter anderem die Zugangskontrolle zu kritischen Einrichtungen und die Schulung von Personal.

Punkt S59 definiert die Anforderungen an die Kontrollverfahren in Einrichtungen wie Luftpostzentren. Er beschreibt die notwendigen Kontrollmethoden für Hochrisikosendungen und die Technologien, die auf Artikel angewendet werden, die bereits in Behältern oder Postsäcken verpackt sind. Für Gegenstände, welche die Kontrolle nicht bestehen, werden Meldeverfahren definiert. Für zugelassene Sendungen beschreibt die Norm die ordnungsgemässe Dokumentation.

Gemäss der Postsicherheitsgruppe des Rats für Postbetrieb, welche die Standards entwickelt hat, entsprechen die Normen nach einem systematischem Vergleich mit den ICAO-Richtlinien zu Luftfracht und -post «anderen Sicherheitsregelungen». Sie bezeichnete die Standards im Oktober 2015 in einem Bericht als «sehr solide». **DK**

Für weitere Informationen zur Postsicherheit, kontaktieren Sie: tripp.brinkley@upu.int
Um an der Sicherheitskampagne teilzunehmen, kontaktieren Sie: faryal.mirza@upu.int

Weitere Berichterstattung von Faryal Mirza

Frage und Antwort mit Ricardo Sorazábal, Postsicherheitsberater bei Correos Paraguay

Union Postale: Welche Risiken bedeuten Gefahrgut und verbotene Waren für Ihre Post?

Ricardo Sorazábal: Solche Sendungen haben grosse Auswirkungen auf die Qualität unserer Dienstleistungen. Wenn diese automatisch aufgespürt werden oder ungenügend verpackt sind, werden sie aus dem Postsystem entfernt. Dies führt zu unzufriedenen Kunden, da wir so nicht in der Lage sind, unser Versprechen einzulösen, die Sendungen dem Empfänger zuzustellen.

Gefährliche Waren haben ebenfalls Auswirkungen auf das körperliche und geistige Wohlergehen unserer Mitarbeitenden in der Postlieferkette.

Wie hat sich die Problematik in den letzten Jahren entwickelt, insbesondere mit der Verbreitung von E-Commerce?

Angesichts des rasanten Wachstums von E-Commerce verstärken wir unsere Bemühungen, um zu gewährleisten, dass gefährliche und/oder verbotene Waren nicht über diesen Markt in das Postsystem gelangen. Unser Land verzeichnet einen signifikanten Anstieg im Bereich Online-Shopping. Jeden Tag interessieren sich mehr Kunden für die genaue Zustellung solcher Güter, da die Artikel, die sie erwerben möchten, oftmals gefährliche Komponenten enthalten. Unser Personal klärt sie darüber auf, wie diese Waren befördert werden, damit gewährleistet ist, dass sie in keinem Abschnitt der Lieferkette eine Gefahr darstellen – in der Annahme, dass sie bei sachgemäßem Umgang nicht gefährlich sind.

Welche Waren gelten im Postversand als am gefährlichsten?

Sprengstoffe wie Feuerwerk, Munition, Schwarzpulver, Leuchtgeschosse und Knallkörper.

Komprimiertes Gas in Propantanks, Tauchflaschen oder sonstigen Behältern, die Gas enthalten.

Entflammare Flüssigkeiten, Feuerzeuge, Feuerzeuggas, Ölfarben, Holzlacke, Lösungsmittelhaltige Lackfarben, Klebstoffe, Parfüms und Rasierwasser, Nagellacke und -gels.

Entflammare Feststoffe wie Streichhölzer und Kohle.

Oxidierende Stoffe wie Schwimmbadchemikalien, Wasserstoffperoxid und Bleichmittel.

Weiter gibt es giftige und ansteckende Substanzen wie Pestizide, Agrarchemikalien, Quecksilberverbindungen, Bakterien und Viren.

Auch radioaktive Materialien wie radioaktiver Abfall, radioaktive Strahlenquellen, Rauchmelder und nicht zu vergessen ätzende Stoffe wie Nasszellenbatterien, Quecksilber und Salzsäure.

Dann gibt es noch verschiedene andere Gefahrgüter wie magnetisierte Stoffe, Trockeneis und Lithiumbatterien.

Welche Massnahmen ergreift ihre Post, um zu verhindern, dass Gefahrgut in die Postlieferkette gelangt?

Wir schulen unsere Mitarbeitenden in der Paketannahme dahingehend, dass sie den Kunden die Gefahren solcher Waren erklären können, wenn diese ins Postnetzwerk gelangen, und welche Risiken für die beteiligten Angestellten bestehen.

Falls ein Kunde sich entscheidet, das Paket dennoch aufzugeben, wissen unsere Mitarbeitenden, wie solche Waren korrekt zu verpacken sind. Die Schalterangestellten müssen den Inhalt kontrollieren und sicherstellen, dass sich darunter keine verbotenen Waren befinden.

Zudem haben wir in Zusammenarbeit mit den Zollbehörden, der nationalen Zivilluftfahrtbehörde DINAC und dem Nationalsekretariat gegen Drogen strenge Kontrollen eingeführt. Dabei haben wir alle Anweisungen der Internationalen Zivilluftfahrtorganisation berücksichtigt.

Auch möchte ich darauf hinweisen, dass ich in meiner Funktion als Postsicherheitsberater an Workshops im In- und Ausland teilnehme und so meine erworbenen Kenntnisse weitergeben kann.

Inwiefern unterstützt Sie die UPU-Kampagne bei Ihren Anstrengungen?

Die Kampagne ist für uns sehr hilfreich, da sie Antworten auf die von unseren Kunden und Angestellten am häufigsten gestellten Fragen liefert. Die Sprache und die Botschaft sind deutlich, wodurch die in den Dokumentationen abgegebenen Empfehlungen einfach kommuniziert werden können.

Wir nutzen die Kampagne als Leitfaden, um unseren Kunden aufzuzeigen, was man mit der Post versenden kann und was nicht. Gleichzeitig weisen wir sie darauf hin, dass ihre Pakete rascher am Ziel ankommen, wenn sie keine gefährlichen Waren enthalten, da ein geringeres Risiko besteht, dass sie vom Zoll oder einer anderen befugten Behörde im In- oder Ausland abgefangen werden. **DK**

Keep me safe to get me there faster



Did you know that dangerous and prohibited goods cannot be sent in packages travelling through the international mail network?

These include explosives such as fireworks and gunpowder, aerosol spray cans and other compressed gasses, lighter fuels, perfumes, matches and other flammable products, and corrosives such as mercury. Counterfeit and pirated items are also forbidden.

Check before sending.

For more information, visit:
www.upu.int/keepmesafe
or contact your Post or Customs.



Postsektor steigert Erträge und versendet mehr Briefe

Die jüngsten statistischen Daten der UPU zeigen steigende Einnahmen der vorgesehenen Postbetreiber sowie mehr Tonnage bei der versandten Briefpost.

TEXT:
ANDREAS
BRITT

INFO-GRAFIKEN:
DIE
GESTALTER

Die Einnahmen der vorgesehenen Postbetreiber steigen an. Im Jahr 2014 erzielten sie Einnahmen in Höhe von SDR 239 Mrd. (USD 330 Mrd.), was einer nominalen Zunahme von 2 Prozent gegenüber dem Vorjahr entsprach. Eine Entwicklung, die teilweise auf den E-Commerce zurückzuführen war.

Gemäss den jüngsten statistischen Daten der UPU fiel das Volumen der globalen Briefpost zwar um 2,6 Prozent auf 327,4 Mrd. Sendungen, nahm das Gewicht der Sendungen insgesamt aber um 31 Prozent zu.

Diese Gewichtszunahme reflektiert einen wachsenden Trend, wonach Online-Einkäufe vermehrt als Briefsendung bis zu 2 kg versandt werden, weil dies günstiger ist als der Pakettarif.

Inlandbriefsendungen gingen um 2,5 Prozent auf 323,9 Mrd. Sendungen zurück, derweil Auslandsendungen um 7,3 Prozent auf 3,46 Mrd. Stück fielen.

Pakete

Die Anzahl der international versandten Pakete erhöhte sich ebenfalls, und zwar um 5,7 Prozent auf 101 Mio. Stück. Die Zunahme ist vor allem drei Regionen zu verdanken: Industrieländern, Lateinamerika/Karibik und Europa/GUS. Ausserdem nahm das Gewicht der Postsendungen zu, so stieg die Gesamttonnage der ins Ausland verschickten Briefe 2013 weltweit um rund 12 Prozent.

«Der wichtigste Grund für die Zunahme bei den Paketsendungen ist das zweistellige Wachstum des e-Commerce, sowohl national als auch international», sagte UPU-Ökonom José Ansón.

Das in diesen Zahlen erkennbare Wachstum sei ein Zeichen dafür, dass die Kunden heute durchaus gewillt sind, für Postdienstleistungen zu bezahlen, fuhr er fort. Aber bei den Kunden von morgen dürfe man nicht unbedingt auf denselben Goodwill hoffen, zumal die grossen Player im e-Commerce-Markt wie Amazon laufend neue Liefermodelle entwickeln würden.

Die Anzahl der im Inland versandten Pakete erhöhte sich 2014 um 3,1 Prozent auf knapp 7,3 Mrd. Sendungen, wobei sich diese Zunahme vor allem auf zwei Regionen beschränkte: die Industrieländer und Lateinamerika/Karibik. Diese erzielten eine Zunahme von 3,7 bzw. 18 Prozent. Die übrigen Regionen verzeichneten rückläufige Sendungsvolumen. Im Falle von Afrika betrug die Abnahme 30 Prozent.

Ansón weist jedoch darauf hin, dass die Paketpostvolumen in den vergangenen Jahren Schwankungen unterlagen und dass Erfassungslücken die Zuverlässigkeit der Erhebungen einschränkten.

Er meinte auch, dass die vorgesehenen Postbetreiber ihr Potenzial nicht voll ausschöpfen würden und im heutigen Umfeld Wachstumsraten von über 10 Prozent realistisch seien. «Die heutige Lage ist ein Indiz dafür, dass die

Postbetriebe die Chancen, die der e-Commerce bietet, noch nicht vollständig nutzen», sagte Ansón.

Posteinnahmen

Aus finanzieller Sicht entfielen 2014 immer noch 41,8 Prozent der globalen Einnahmen des Postsektors oder rund 138 Mrd. USD auf Briefsendungen, auch wenn ein Rückgang von 2,6 Prozent auf 327,4 Mrd. Sendungen zu verzeichnen war. Derweil wurden 19,1 Prozent der Einnahmen von Paketen und Logistikdienstleistungen generiert (rund 63 Mrd. USD), gegenüber 18,6 Prozent im Jahr 2013.

2014 machten Finanzdienstleistungen 17,1% (56,4 Mrd. USD) der durchschnittlichen Einnahmen der vorgesehenen Postdienstleister aus. Im Vorjahr waren es noch 14,5% gewesen. Der Verkauf anderer Waren in den Poststellen – von Mobiltelefonen bis hin zu Süswaren und Spielsachen – trug nahezu unverändert 22 Prozent (72,6 Mrd. USD) zu den Einnahmen bei, gegenüber 23,5% im Jahr 2013.

Netzwerk

Insgesamt expandierte das Postnetz. So erhöhte sich die Anzahl Poststellen 2014 auf 679 504, eine Zunahme um 0,5 Prozent. Zwei Drittel der Poststellen werden von den vorgesehenen Postbetreibern geführt.

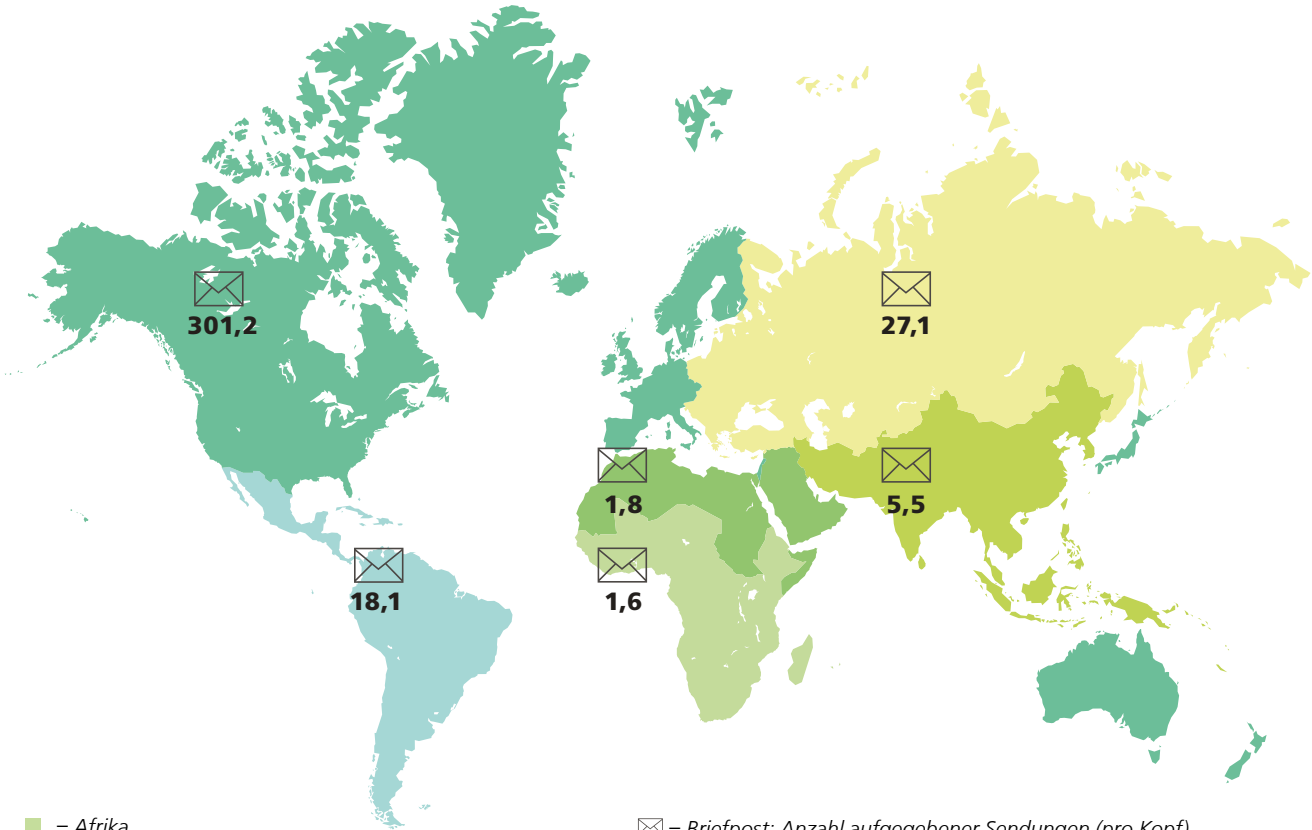
Die Anzahl der direkt von der Post betriebenen Poststellen nahm geringfügig um 1,5 Prozent ab, was einen Trend hin zum Agenturmodell widerspiegelt. 2014 beschäftigte der Postsektor 5,24 Mio. Mitarbeitende, was einem Rückgang von 2,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht.

Heimzustellung

Laut Schätzungen der UPU erhalten 85,6 Prozent der Weltbevölkerung ihre Postsendungen nach Hause zugestellt. Derweil müssen 11,3 Prozent der Menschen ihre Post an einer Poststelle abholen und werden 3,1 Prozent von der Post überhaupt nicht bedient. Diese Zahlen widerspiegeln ein recht akkurates Bild der Verhältnisse in Lateinamerika und der Karibik.

Die Rate der Heimzustellungen in Afrika bleibt niedrig. Auch in den arabischen Ländern ist der Zugang zu Post-Services ein brennendes Thema. Dort werden Postsendungen bei 63,3 Prozent der Bevölkerung ins Haus zugestellt, wohingegen knapp 5 Prozent der Bevölkerung keine Postdienste nutzen kann.

Demgegenüber erhalten in Asien-Pazifik 98,5 Prozent der Kunden die Post nach Hause zugestellt. Die statistischen Daten deuten auch auf eine hohe Heimzustellungsraten in der Region Europa/GUS hin. Dort beträgt sie 97,1 Prozent. In den Industriestaaten erhalten laut Schätzungen 96,6% der Bevölkerung die Post bis zur Haustür zugestellt. **AB**



- = Afrika
- = Lateinamerika und Karibik
- = Asien-Pazifik
- = Osteuropa und GUS
- = Arabische Länder
- = Industriestaaten

✉ = Briefpost: Anzahl aufgebener Sendungen (pro Kopf)
Weltweiter Durchschnitt 2014: 54,4

📦 = Paketpost: Anzahl aufgebener Sendungen (pro 1000 Einwohner)
Weltweiter Durchschnitt 2014: 1022,7

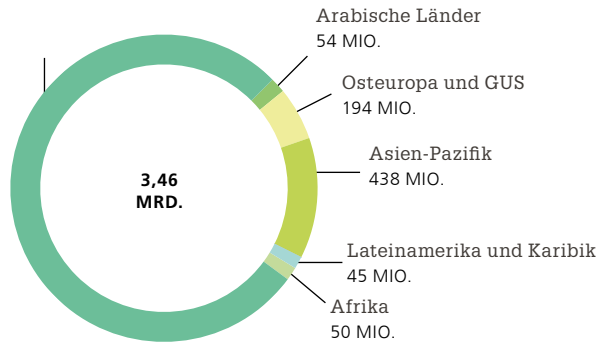
✉ Briefpost

TOTAL SENDUNGEN 2014:
327,4 MRD. SENDUNGEN
2013–2014: -2,6 %

INLANDBRIEFE:
323,9 MRD. SENDUNGEN (90% DER GESAMTSENDUNGEN)
2013–2014: -2,5 %

AUSLANDBRIEFE:
3,46 MRD. SENDUNGEN (1% DER GESAMTSENDUNGEN)
2013–2014: -7,3 %

Industriestaaten
2,680 MRD.



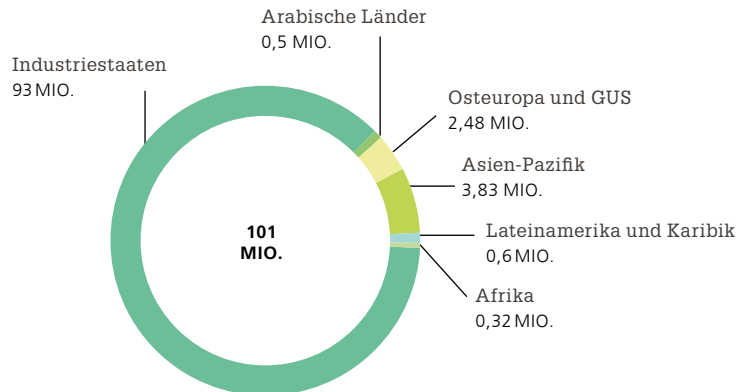
Internationale Briefvolumen: Schätzungen nach Region, 2014

📦 Normale Paketpost

WELTWEITER DURCHSCHNITT 2014:
10,618

INLANDPAKETE:
7,277 MRD. SENDUNGEN (98,6% DER GESAMTSENDUNGEN)
2013–2014: +3,1%

AUSLANDPAKETE:
101 MIO. SENDUNGEN (1,4% DER GESAMTSENDUNGEN)
2014–2014: +5,7%



Internationale Paketvolumen: Schätzungen nach Region, 2014

Einwohner pro Poststelle, 2014

WELTWEITER DURCHSCHNITT 2014:
10,618



Osteuropa und GUS: 4555 Einwohner



Industrieländer: 5305 Einwohner



Asien und Pazifik: 12 106 Einwohner



Lateinamerika und Karibik: 12 831 Einwohner



Arabische Länder: 25 950 Einwohner

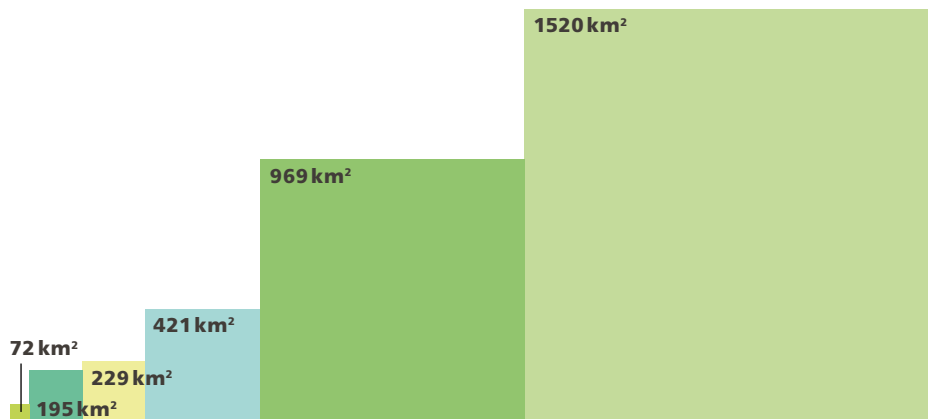


Afrika: 67 900 Einwohner

= 250 Einwohner

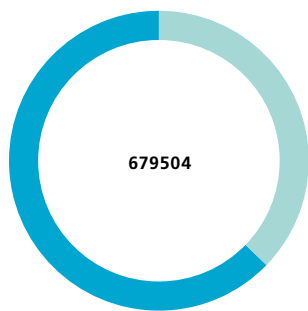
Durchschnittliche von einer permanenten Poststelle abgedeckte Landfläche

WELTWEITER DURCHSCHNITT 2014:
201 km²



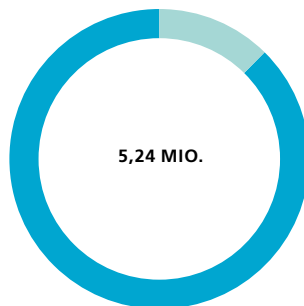
- = Afrika
- = Lateinamerika und Karibik
- = Asien-Pazifik
- = Osteuropa und GUS
- = Arabische Länder
- = Industrieländer

Poststellen



- 444 616 Poststellen mit Postmitarbeitenden (65%)
- 237 888 Poststellen mit externen Mitarbeitenden (35%)

Postmitarbeitende

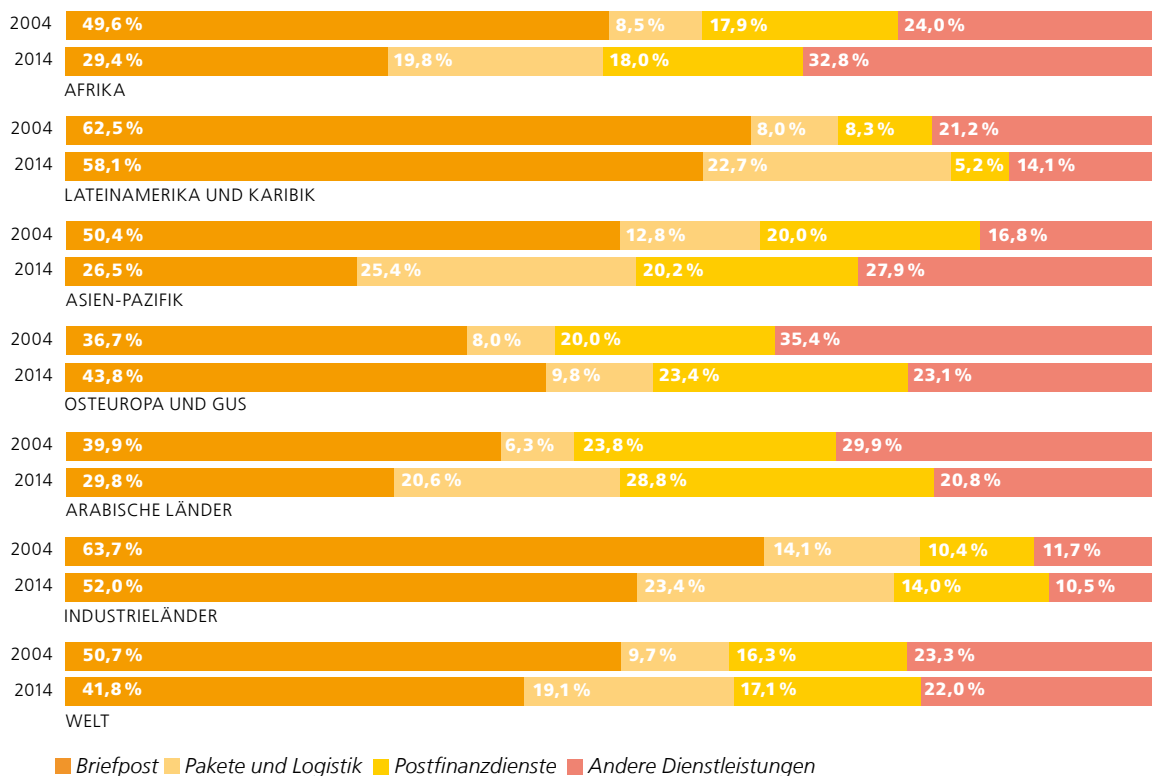


- 4,10 Millionen festangestellte Mitarbeitende (78,2%)
- 1,14 Millionen Teilzeitmitarbeitende (21,8%)

SCHÄTZUNG WELTWEIT, 2014

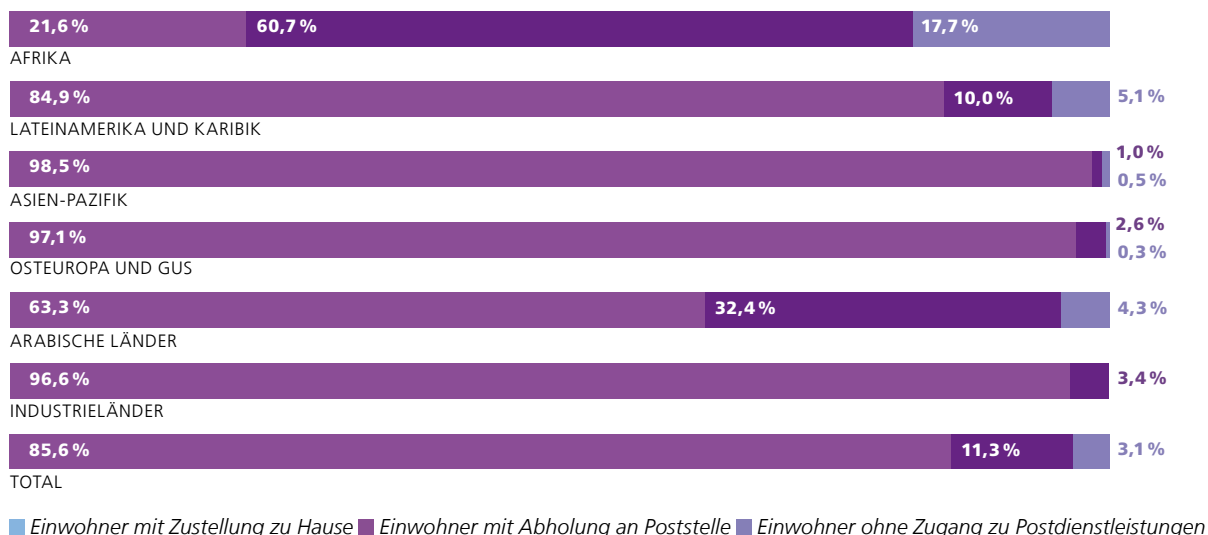
Einnahmen nach Geschäftssparte

ANTEIL PRO REGION, 2004 UND 2014, EINFACHER DURCHSCHNITT DER VORGESEHENEN POSTBETREIBER PRO REGION



Zustellungsarten nach Region

SCHÄTZUNG PRO REGION, 2014, GEWICHTETER DURCHSCHNITT NACH ANZAHL EINWOHNER





Die Ärmel hochkrempeln

Khalid Daoud, CEO von LibanPost, führt beim vorgesehenen Betreiber Libanons ein radikales Transformationsprogramm durch. Jüngst stattete er dem UPU-Hauptquartier seinen ersten Besuch ab und erläuterte, welche wichtige Rolle die Technologie bei diesem Wandel spielt.

TEXT: *Union Postale: Weshalb diese Transformation bei LibanPost?*

FARYAL

MIRZA

FOTO: LIBAN

POST

Das Unternehmen muss das bald 200-jährige, ausschließlich auf Postdienstleistungen orientierte Geschäftsmodell diversifizieren und sich an das neue Branchenumfeld und die Entwicklungen in den Bereichen Infrastruktur und Technologie anpassen.

Arbeiten Sie an technologischen Neuerungen?

Im Taxi-Gewerbe gibt es seit Neuem ein System, mit dem automatisch dasjenige Taxi lokalisiert wird, das dem Kunden am nächsten ist, und die Fahraufträge entsprechend vergeben werden. Wir versuchen, ein ähnliches Modell in der Post umzusetzen. Die Sache ist

aber sehr komplex, denn im Libanon sind jeden Tag rund 400 Zustellbeamte von LibanPost unterwegs. Es ist nicht einfach, diese jederzeit zu lokalisieren und deren Standort auf einer digitalen Karte zu erfassen, damit der Postbote zu einer bestimmten Zeit beim Kunden ist. Die Projektstudien sind beinahe abgeschlossen, doch das System wird frühestens im dritten Quartal 2016 zur Anwendung kommen.

Weshalb braucht es im libanesischen Postmarkt eine solche Dienstleistung?

Es geht nicht spezifisch um den Libanon, sondern um eine Neuausrichtung des Unternehmens. Heute besteht unsere Aufgabe darin, eine herausragende



Dienstleistung zu erbringen. Nie werden Sie von uns die Antwort hören: «Wir kommen dann morgen vorbei», wenn es doch unsere Aufgabe ist, Sendungen zuzustellen oder abzuholen oder andere Services zu leisten. «Morgen» ist nicht gut genug, zumal [die Kunden] auch Verpflichtungen haben und nicht den ganzen Tag zu Hause auf ihre Post warten können.

LibanPost wandelt sich zu einem Dienstleistungsunternehmen. Und kein Dienstleister kann es sich leisten, die neuesten Trends und Technologien zu ignorieren. Wir müssen die mit den Kunden vereinbarten Termine strikt einhalten. Deshalb ist es wichtig, dass LibanPost jederzeit den präzisen Standort seiner Zusteller auf deren Tour kennt und sie zum Kunden lotsen kann. Dazu braucht es ein grosses Team an Disponenten, welche – organisiert in Teams – die Routen der Zusteller planen und sie rasch zu den Kunden leiten.

Haben Sie noch weitere grosse Projekte in der Pipeline?

Ein weiteres Projekt betrifft die Adressierung. Im Libanon haben die Adressen einen beschreibenden Charakter, da es weder Strassennamen noch Hausnummern gibt – da ist Improvisationstalent gefragt. Wir haben gemerkt, dass Geo-referencing eine mögliche Lösung sein könnte. Mit 36 Zahlen – 18 für den Längengrad und 18 für den Breitengrad – lässt sich jede Position überall auf der Welt höchstpräzise bestimmen.

Meiner Auffassung nach ist es die ausgefeilteste Form der Adressierung, die wir heute kennen. Wir mussten nach einer Möglichkeit suchen, diese 36 Ziffern zu kondensieren. Und für dieses Problem haben wir jetzt eine Lösung gefunden: einen Algorithmus, der diese Ziffernfolge in eine alphanumerische Kombination übersetzt. Damit verfügen wir nun über eine Adresse, die methodisch leicht zu produzieren und zu identifizieren ist. Zurzeit arbeiten wir an den letzten Details und können das System hoffentlich im ersten Quartal 2016 lancieren.

Plant LibanPost auch im E-Commerce-Markt Fuss zu fassen?

Wir sind dabei, unsere eigene E-Commerce-Plattform zu entwickeln. Sie ist vor allem auf kleine und mittelgrosse Unternehmen ausgerichtet, die in der Regel keine eigene IT-Lösung verfügen und ihre Produkte über unsere Plattform verkaufen sollen. Die Post profitiert, indem ihr eine Provision für jeden verkauften Artikel zusteht und sie den Versand übernimmt. Wir wollen die E-Commerce-Plattform 2016 mit anderen Postanbietern der Euromed-Gruppe vernetzen, beispielsweise Italien.

LibanPost ist ein privates Unternehmen, das vom Staat mit der Erbringung eines universellen Postdienstes beauftragt wurde. Wie funktioniert das?

Wir sind das einzige private Unternehmen – übrigens im Besitz der Familien Mikiti und Saradar – im Nahen Osten, das einen solchen Status aufweist. So viel steht fest. Wir unterstehen der Aufsicht des Ministeriums für Kommunikation und Post, welches uns das Monopol für Briefsendungen bis zu 2 kg verliehen hat. Wir müssen einen Postuniversaldienst erbringen, doch erhalten dafür keine Subventionen vom Staat. In bestimmten Regionen des Landes lässt sich dies profitabel machen, in anderen nicht.

Sie haben ursprünglich keinen postalischen Hintergrund. Was hat Sie an dieser Funktion interessiert?
Ich war lange im Management verschiedener internationaler Konzerne tätig wie Gillette und Swatch.

Die Komplexität des Postgeschäfts hat mich fasziniert. Ich wollte ohnehin in den Libanon zurückkehren und suchte nach einer echten Herausforderung. Die habe ich mit dieser Position denn auch gefunden, und ich habe sie gerne angenommen.

Gibt es Gemeinsamkeiten zwischen dem Postsektor und anderen Branchen?

Ja. Und dies ist auch mein Ansatzpunkt, denn ich bin kein «Pöster» und werde es auch nie sein. Ich verhalte mich wie ein Kunde. Wenn ich unser Unternehmen betrachte, sehe ich genau das, was die Kunden sehen. Und das treibt mich dazu an, Veränderungen durchzusetzen. Wäre ich in der Organisation gross geworden, hätte ich viele Verhaltensweisen übernommen und würde ich bestimmte Fehlentwicklungen möglicherweise nicht erkennen. Ich halte absichtlich etwas Distanz. Es gibt im Unternehmen Menschen, die über grösseres postspezifisches Wissen verfügen, als ich es tue, aber ich stelle viele Fragen, damit ich die Hintergründe verstehe.

Wie nehmen die Kunden LibanPost wahr?

LibanPost hat das Image eines modernen und vertrauenswürdigen Unternehmens. Wir haben während zehn Jahren eine Marke aufgebaut, die für Zuverlässigkeit steht und einen guten Ruf genießt. Doch es ist noch ein weiter Weg. Egal wie gut unsere Servicequalität ist, es gibt immer Verbesserungspotenzial. Jedes Mal, wenn wir ein Ziel erreicht haben, setzen wir uns neue Ziele, um unsere Organisation besser, widerstandsfähiger und komplexer zu machen. Es ist fast unmöglich, jederzeit perfekten Service zu erbringen, aber man kann und soll danach streben. Und so lange ich hier am Ruder bin, werden wir versuchen, diesen Traum zu verwirklichen. **FM**



Weltposttag – populärer als je zuvor

Die Post mag zwar einen universellen Charakter haben, doch der Weltposttag wird in jedem Land anders gefeiert. Ein freier Tag, eine Parade, die Präsentation spannender Innovationen, die Herausgabe einer Gedenkmärke oder ein Wettbewerb – die einzelnen Länder zeigten sich äusserst kreativ beim Feiern des Weltposttags.



Correios in Macau (China) feierte die Gewinnerinnen und Gewinner des Schreibwettbewerbs

TEXT:
SAADIA
IQBAL

Der Weltposttag wird weltweit jeweils am 9. Oktober begangen — dem Datum, an dem der Weltpostverein (Universal Postal Union, UPU) 1874 aus der Taufe gehoben wurde. Der Weltposttag erinnert an die wichtige Rolle der Post in unserer Welt. Er bietet den Postanbietern aber auch Gelegenheit, von einander zu lernen und sich gegenseitig zu inspirieren.

In seiner jährlichen Ansprache anlässlich des Weltposttages räumte der Generaldirektor der UPU, Bishar A. Hussein, ein, dass moderne Technologie und das damit einhergehende raschere Tempo in der Kommunikation den Postsektor vor vielfältige Herausforderungen stellt. Doch er wies auch darauf hin, dass «die Postunterneh-

men diese Herausforderungen angenommen und als Chance für Innovationen verstanden haben.»

Die Feierlichkeiten zum Weltposttag verdeutlichen dies. Postanbieter aus der ganzen Welt haben hart gearbeitet, um die drei Wachstumstreiber Innovation, Integration und Eingliederung umzusetzen. Daher nutzten Sie die Gelegenheit, ihre Initiativen am Weltposttag 2015 der Öffentlichkeit vorzustellen.

Wenn es darum geht, die Bedeutung dieses Tages herauszustreichen, sticht Liberia hervor. Dessen Präsidentin Ellen Johnson Sirleaf erklärte den 9. Oktober 2015 zu einem arbeitsfreien Tag. «Im Einklang mit der globalen Mission der UPU sind die Kunden überall auf der Welt mit



Die Postaufsicht in Malawi unterstützt eine Geburtsklinik

der gleichen Zuverlässigkeit und dem gleichen Respekt zu behandeln», so der Aussenminister des Landes.

Auch in Côte d'Ivoire, Bulgarien und Tansania veröffentlichte das Ministerium für Kommunikation eine Botschaft zum Weltposttag.

Von Brunei bis Kuba feierten vorgesehene Postbetreiber in aller Welt diesen besonderen Tag. So wurden in Tahiti (französisch Polynesien) eine Ausstellung und ein Konzert veranstaltet, in Kolumbien konnten die Menschen im Inland gratis Postkarten versenden und in Indien wurde der Weltposttag im Rahmen der National Postal Week gefeiert, in der viele Postbetriebe dem Publikum, insbesondere Schulkindern, ihre Türen öffneten.

Innovation

Weltweit erfinden sich die Postdienstleister immer wieder neu, um sich im digitalen Zeitalter zu behaupten. Am Weltposttag zeigten viele Postbetriebe, wie sie dieses Streben konkret umsetzen.

In Kroatien beispielsweise nahm die Post am Weltposttag eine Flotte von 180 Elektrobikes in Betrieb, welche die benzinbetriebenen Mopeds ablöst. Berechnungen zufolge wird der Umstieg auf E-Bikes zu jährlichen Kosteneinsparungen von 86 Prozent führen und darüber hinaus eine Verringerung des Kohlendioxidausstosses um rund 100 Tonnen pro Jahr bewirken.

In Malta lancierte die Post am Weltposttag 2015 ein neues Programm, um eine lang bestehende Herausforderung endlich anzugehen: Denn viele Online-Verkäufer versenden keine Produkte auf den Inselstaat. Im Rahmen des neuen Programms SendOn bietet MaltaPost ihren Kunden eine Adresse in einem EU-Staat (Deutschland, Grossbritannien, Italien) oder den USA. Sobald eine Sendung an einer solchen Adresse geliefert wird, lässt MaltaPost die Sendung abholen und dem Kunden direkt ins Haus zustellen.

Integration

Gemäss UPU-Generaldirektor Bishar A. Hussein bedingt eine erfolgreiche Integration, dass «die Post ein nahtloses virtuelles wie auch physisches Netzwerk mit lokaler und internationaler Präsenz aufbaut.»

Die Post in Jamaica nutzte den Weltposttag als Gelegenheit, das einem Rebranding unterzogene Zip Mail – in dessen Rahmen aufgegebenen Postsendungen am



Kroatien nahm seine E-Bike-Flotte in Betrieb

Malawi – Unterstützung einer Geburtsklinik

In Malawi stand der Weltposttag 2015 im Zeichen der Gesundheit. Die staatliche Gesundheitsaufsicht spannte mit der Post und mit Kurierunternehmen zusammen, um das Euthini Health Centre, eine Geburtsklinik, zu unterstützen. Zu den Massnahmen zählten die Sicherstellung der Stromversorgung in der Maternitäts-, pränatalen und postnatalen Abteilung des Zentrums, die Renovation von Sanitäreinrichtungen und Reparatur kaputter Fenster. Ausserdem wurden dem Zentrum viel nützliche Ausrüstung gespendet: ein Stromgenerator, 20 Betten, 22 Matratzen, 44 Decken, 31 Vorhänge und 44 Moskitonetze. Der Minister für Information, Justin Saidi zog ein erfolgreiches Fazit: «Die Aktion ist Beweis dafür, dass der Kommunikationssektor gemeinsam viel erreichen und einen Unterschied im Leben der Bevölkerung machen kann.»



Guyana Post bietet älteren Menschen einen Gesundheits-Check an

nächsten Werktag zugestellt werden – neu zu lancieren. Mit der neuen Dienstleistung werden Postsendungen beim Kunden abgeholt und in bestimmten Regionen direkt dem Adressaten zugestellt. Dabei kann der Sendungsverlauf online nachverfolgt werden.

Aber Zip Mail bietet noch mehr. Mit dem Rebranding hat Jamaica Post den Mitarbeitenden, der Öffentlichkeit und den Mitbewerbern signalisiert, dass sie über Innovationskraft besitzt und in der Lage ist, im Kuriengeschäft konkurrenzfähig zu sein. Wie heisst es auf der Webseite des Postanbieters? «Jamaica Post is here to stay.»

Doch Netzwerke sind letztlich von Menschen abhängig. Der Aufbau von Netzwerken ist genau so eine technische wie zwischenmenschliche Herausforderung. Eine Möglichkeit für die Post, die Integration voranzutreiben, ist die Anbindung an lokale Gemeinschaften und die Förderung eines Bewusstseins in der Bevölkerung, dass die Post eine integrierende Rolle im Leben der Menschen spielt. Der Weltposttag bietet dazu die perfekte Plattform.

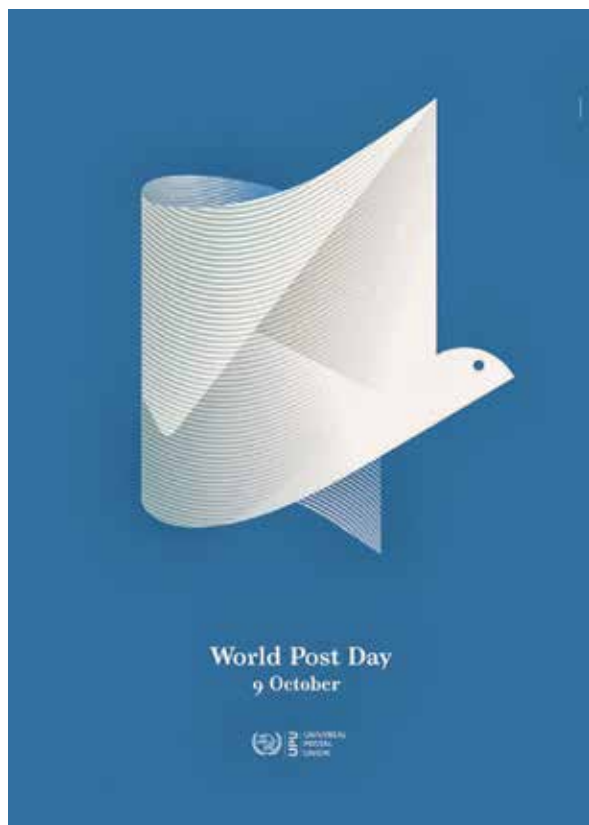
So fördert die Post in Hongkong mit ihrem Programm am Weltposttag die Integration auf verschiedene Art und Weise. Der örtliche Postbetrieb, Honkong Post, lancierte vier neue Briefmarken, auf denen Hände, die fliegende Brieftauben formen, und ein Globus abgebildet sind. Sie symbolisieren die weltweite Ausstrahlung der Post. Des Weiteren erklärte Hongkong Post den 9. Oktober zum Love Post Day, um die Menschen zum Briefeschreiben zu animieren. Am Love Post Day darf jeder Einwohner kostenlos einen Brief an einen lokalen Empfänger aufgeben.

Auch in Armenien und in Portugal wurde der Weltposttag gefeiert. Dort wurden die Preise von Schreibwettbewerben an die jugendlichen Teilnehmer verliehen. In den Philippinen wurde zum dritten Mal der National Letter Writing Day abgehalten. Und auch in Gibraltar wurde der Startschuss für den Schreibwettbewerb gegeben.

Im Iran gab das Ministerium für Kommunikation und Information zwei neue Briefmarken heraus, auf denen das Haupt des mystischen persischen Dichters Hafez abgebildet ist, der einst den Satz prägte: «Deine Worte werden zum Haus, in dem du lebst.»

Auch andere Länder wie Japan, Malaysia, Portugal, Thailand und die Ukraine nahmen den Weltposttag zum Anlass, um eine Gedenkmarke herauszugeben, derweil die vorgesehenen Postbetreiber auf den Aland-Inseln (Finnland), Deutschland, Italien, Macao und Moldawien Sondermarken druckten.

Die Post in St. Kitts und Nevis lancierten einen neuen «United States Mailbox»-Service, mit dem der lokalen Bevölkerung das Online-Einkaufen erleichtert werden soll, indem sie ihre Waren an eine Postadresse in den USA schicken lassen können, woraufhin sie an den Empfänger in den karibischen Inselstaat zugestellt wird. Überall auf der Welt nahm die lokale Bevölkerung an den Weltposttagfeierlichkeiten teil und erfuhr Interessantes über das Postsystem ihres Landes. Vielen dürfte vor Augen geführt worden sein, welche wichtige Funktion die Post in ihrem täglichen Leben erfüllt. Ausserdem weckte der Weltposttag die Kreativität in den Menschen. So schrieben sie im Rahmen des Schreibwettbewerbs Briefe, führten Theaterstücke auf und gaben andere Vorführungen zum Besten. Man kann sagen, dass in vielerlei Hinsicht Innovation, Integration und Eingliederung zentrale Konzepte der Post weltweit sind. Für die Zukunft kann die Post auf diesem bestehenden Fundament bauen. Guyana bot am Weltposttag älteren Menschen einen Gesundheits-Check an. In Botswana veranstaltete die Post eine Feier in Molepole, der Stätte eines historischen «Postbaums», an dem während des Zweiten Weltkriegs und danach Postsendungen ein- und abgingen, bis die moderne Post gegründet wurde. Der Baum war bekannt als «Molepole». 51



Rund 50 000 von der UPU zur Verfügung gestellte Weltposttagplakate wurden in Poststellen weltweit aufgestellt



HayPost in Armenien ehrte die Gewinnerin des UPU-Schreibwettbewerbs

Mauritius

Philanthropie, Philatelie und Festivitäten: Der Weltposttag in Mauritius bietet alles

In Mauritius beginnen die Planungen für den Weltposttag schon Wochen im Voraus. Den Auftakt machte Mauritius Post mit einer Feier im eigenen Hause mit Musik, Gesang und Aufführungen. Die Idee dahinter, so CEO Giandev Moteea, ist es, den Teamgeist zu festigen und allen Mitarbeitern die Botschaft der UPU zum Weltposttag nahe zu bringen. Mauritius Post organisiert zahlreiche weitere Aktivitäten auf der ganzen Insel. Höhepunkt der Feiern 2015 war zweifellos die Eröffnung der neuen und geräumigen Poststelle im Ort L'Escalier. Der Minister für Technologie und Kommunikation und Innovation, Roshi Bhadain, wohnte der Zeremonie bei. Daneben Mitglieder des Verwaltungsrats, der Geschäftsleitung sowie zahlreiche lokale Anwohner, die Moteea zufolge «sehr froh darüber waren, jetzt eine moderne, geräumige Poststelle zu haben.»

Ausserdem veranstaltete Mauritius Post Sportaktivitäten und einen Tag der offenen Tür in den Poststellen und im Postmuseum. Letzteres hatte vor allem den Zweck, den Menschen die Philatelie näher zu bringen. Dazu hat die Post den «Junior Club» ins Leben gerufen: Philatelisten zeigen dort Jugendlichen, wie faszinierend das Sammeln von Briefmarken ist. Und als ob all dies nicht genug wäre, veranstaltet Mauritius Post am Weltposttag jeweils auch verschiedene Wohltätig-

keitsveranstaltungen. 2015 umfassten diese Besuche in Alters-, Pflege- und Kinderheimen, denen Lebensmittel und andere Notwendigkeiten gespendet wurden. Zudem wurde in Zusammenarbeit mit der Blood Donors Association eine Blutspendenaktion durchgeführt. Der Postangestellte Robert Francoise spendete dabei bereits zum 62. Mal Blut.

Weshalb legt sich Mauritius Post jedes Jahr so stark ins Zeug, um den Weltposttag zu feiern? «Wir wollen die Post und ihre Rolle stärker ins Bewusstsein der Bevölkerung rufen», sagt Moteea. «Die Menschen sollen wissen, was die Post tut, wie sich selbst immer wieder neu definiert und weshalb das die Menschen etwas angeht. Heute bietet die Post alles aus einer Hand. Wir haben enorm diversifiziert und wollen, dass die Menschen sich dessen bewusst sind und ihre Geschäfte über die Post abwickeln. Wir können allen Bevölkerungssegmenten etwas bieten: Regierung, Privatwirtschaft, KMUs, Touristen und sogar unseren im Ausland lebenden Bürgern, denn wir bieten ein grosses Servicespektrum an.»

«Die Post ist ein wirtschaftliches Unternehmen», so Moteea weiter. «Sie spielt eine wichtige Rolle bei Aufrechterhaltung der Wirtschaftsdynamik im Land und in der ganzen Region.»

SI



Japan Post sorgt sich um Senioren

Zur Zeit ihrer Gründung im Jahr 1871 bestand das Kerngeschäft der japanischen Post in der Zustellung von Briefen. Heute hat sich Japan Post zu einem Unternehmen entwickelt, das eine ganze Palette von zusätzlichen Dienstleistungen wie Bankgeschäfte, Transport und Versicherungen anbietet. Gemeinsam mit IBM und Apple kümmert es sich nun um Betagte.

TEXT:
JULIANRYALL
IN TOKIO

Das neueste Dienstleistungsangebot heisst «Watch Over». Im Rahmen dieses Services machen Mitarbeiter von Japan Post Hausbesuche bei betagten Bürgern, überprüfen, ob diese bei guter Gesundheit sind, und geben die Informationen an die Angehörigen weiter. Der gebührenpflichtige Dienst wurde 2013 eingeführt und wird dieses Jahr mit der Einführung von iPads erweitert, mit denen die Senioren direkt mit ihren Familien, der Gemeinde, ihren Gesundheitsdienstleistern und übrigen Serviceanbietern verbunden sein werden.

Das Ziel sei es, so Japan Post, ein «umfassendes Life-Support-Unternehmen» zu werden. «Die Post kann wertvolle Unterstützung im Leben der japanischen Bevölkerung bieten und ein Schlüsselement unserer sozialen Infrastruktur sein», erklärt Hideo Murata, Senior Public-Relations-Manager der Japan Post Holdings Co. Ltd.

«Wir sind der Überzeugung, dass die Gruppe mit der Erweiterung ihrer Dienste über das ganze Postnetzwerk hinaus zu einem umfassenden Life-Support-Unternehmen werden kann», fügt er hinzu.

Überalterung

Eines der grössten und dringendsten Probleme Japans ist die rasant zunehmende Überalterung der Bevölkerung. Die Menschen leben länger denn je, grösstenteils dank der riesigen Fortschritte in der Medizin und der Gesundheitsversorgung.

2014 machten Menschen über 65 Jahre knapp mehr als 25 Prozent der Bevölkerung aus. Dies bedeutet, dass über 32,68 Millionen Japaner älter als 65 Jahre waren. Noch mehr Grund zur Sorge gab die Anzahl der Rentner, die im Vergleich zu den 16,31 Millionen Japanern unter 15 Jahren das Doppelte betrug. Dies zeigt auf, wie schnell die japanische Gesellschaft altert.

In Anbetracht der tiefen Geburtenrate werden die

Senioren im Jahr 2025 schätzungsweise über 30 Prozent der Gesamtbevölkerung darstellen. Die Weltgesundheitsorganisation hat diese Zahlen auf die Weltbevölkerung umgerechnet und kommt zum Schluss, dass bis 2050 22 Prozent der Weltbevölkerung über 60 Jahre alt sein werden.

Bedürfnisdeckung

Die Schattenseite des verlängerten Lebens ist der zusätzliche Druck auf die Gesundheitsversorgung, da die Steuereinnahmen zu deren Finanzierung wegfallen. Die japanische Regierung ist verständlicherweise daran interessiert, dass betagte Menschen so lang wie möglich ihre Unabhängigkeit wahren und in ihrem Zuhause bleiben können, damit der Druck auf das Gesundheitswesen nicht noch weiter zunimmt. Das Watch-Over-Programm wurde genau zu diesem Zweck entwickelt.

«Wir möchten neue Dienste anbieten, welche die Verbundenheit unter den Menschen fördern, die Lebensqualität der Älteren und ihrer Familien verbessern und zum gesundheitlichen und sozialen Wohlergehen der Öffentlichkeit beitragen», führt Murata aus.

«Für die aktualisierte Version von Watch Over implementieren wir die neuesten Technologien. Es wurde so entwickelt, dass es auch für ältere Menschen leicht verständlich ist», fügt er hinzu. «Wir hoffen, dass die Älteren mit der Nutzung dieses «Smart Device» unsere Dienstleistung als eine Verschmelzung mit den menschlichen Leistungen, welche die Japan-Post-Gruppe erbringt, akzeptieren.»

IBM und Apple

Japan Post begann ihre Zusammenarbeit mit IBM und Apple zur Entwicklung des Dienstes Ende 2014. Die Unternehmen setzten sich 4 bis 5 Millionen Benutzer bis 2020 zum Ziel.



Knapp 33 Millionen Japaner sind älter als 65 (Bild: iStock)

Die Anwendungen, auf die der Dienst zugreift, seien von IBM Global Business Services und dem digitalen Ableger des Unternehmens, IBM Interactive Experience, entwickelt worden und würden mit exklusiven Mobile-First Cloud Services für iOS geliefert, einschliesslich Bereitstellung und Verwaltung von Millionen von Geräten, so Kyohei Suzuki von IBM Japan.

Zu den Apps zählen FaceTime, Messages, Mail, Photos und iCloud Photo Sharing und man hat Zugriff auf den App-Store, iTunes-Store und iBooks-Store. iOS8 verfügt über preisgekrönte Funktionen, die im Hinblick auf ältere Benutzer entwickelt wurden, wie beispielsweise Einstellungen für Seh- und Hörbehinderte.

Weitere von IBM entwickelte Funktionen für Senioren sind Erinnerungen und Warnungen für die Medikamenteneinnahme, Bewegung und Ernährung sowie der direkte Zugriff auf Informationen über Gemeindeaktivitäten und Hilfsdienste wie Einkaufshilfen.

IBM bildet zudem Mitarbeitende von Japan Post in der Anwendung des Systems aus, damit sie ihre Kenntnisse anschliessend an die Endbenutzer weitergeben können.

«Die Apps werden alltägliche Anwendungen für Senioren vereinfachen: mit Angehörigen via FaceTime auf dem iPad in Kontakt bleiben, Taxidienste regeln, Erinnerungen für die Medikamenteneinnahme setzen, sich für Freiwilligen- oder Kurzzeitarbeit anmelden und mit den Post-, Versicherungs- und Bankmitarbeitenden von Japan Post kommunizieren», erklärt Suzuki.

«Wir erwarten, dass das Angebot an Dienstleistern künftig rasant zunehmen wird», fährt er fort. «Die Apps werden auf den Geräten vorinstalliert sein und der Benutzer kann sie seinen Vorlieben entsprechend anpassen, so wie wir es mit allen unseren Personal Devices handhaben.»

Probetrieb

Der Pilotversuch mit 1000 Senioren wird voraussichtlich im Oktober starten. Die Unternehmen erwarten, dass der reguläre Betrieb 2016 aufgenommen werden wird. Während Japan sozusagen als Testgebiet für die neue Technologie dient, gehen die Entwickler davon aus, dass auch andere Märkte, die eine ähnliche demographische Entwicklung erleben, sich dafür interessieren werden.

«Diese Zusammenarbeit ist die erste, die in einem derartigen Massstab mobile Technologien auf die ökonomischen und sozialen Probleme anwendet, die mit alternden Bevölkerungen einhergehen», weiss Suzuki. «Wir sind der Meinung, dass dieses Projekt ein Vorbild sein wird, das in anderen Ländern mit ähnlichen Herausforderungen nachgeahmt werden kann.» JR

Amazon plant Expansion

Amazon drückt bei der Modernisierung seiner Zustell- und Transportverfahren weiter aufs Gas. Der Riese des Online-Einzelhandels baut sein Ausliefernetz kompromisslos aus, um seinen Kunden eine einfache und rasche Zustellung bieten zu können.

TEXT:
EMMANUEL
DUH

Das Vorhaben umfasst ein vergrössertes Paketausliefernetz in Deutschland, das Leasing von Flugzeugen für ungehinderten Frachtverkehr und Lieferdienste für Restaurants. Auch ist das Unternehmen eine Partnerschaft mit einem australischen Paketabholdienstleister eingegangen, um die Anzahl der Abholstationen zu erhöhen.

Ausbau in Deutschland

Laut Berichten dient eine Auslieferzentrale in Olching bei München Amazon als Ausgangspunkt für den Ausbau des Paketzustellnetzwerks in Deutschland. Das Unternehmen plant die Errichtung von Vertriebszentren in der Nähe von grösseren Städten, um so die Abhängigkeit von seinen Vertriebspartnern zu mindern und flexiblere Paketlieferdienste anbieten zu können. So lässt sich jedenfalls ein Vertreter von Amazon in der deutschen Presse zitieren. Doch werden die lokalen Vertriebspartner auch in Zukunft eine wichtige Rolle im Lieferprozess von Amazon spielen. Es würden sechs lokale Zusteller mit der Auslieferzentrale in Olching zusammenarbeiten, so das Unternehmen.

Luftfracht

Im Bestreben, seine Zustellung effizient und konkurrenzfähig zu machen, arbeitet Amazon daran, durch Logistikpartner in den USA verursachte Verzögerungen bei Luftfrachtzustellung zu vermeiden. Der Online Retailer mit Hauptsitz in Seattle, Washington/USA, soll Verhandlungen führen, um für seine Luftfrachtauslieferungen 20 Boeing 767 zu leasen.

«Amazon stört sich an den von den Dritten verursachten Lieferverzögerungen, die das Wachstum von Amazon in dieser Sparte hemmen», so der Finanzanalyst Colin Sebastian in der Seattle Times. Als Vorbereitung für die-

ses Geschäft hat Amazon Berichten zufolge in Wilmington, Ohio/USA zu Testzwecken ein solches Luftfracht-Projekt lanciert.

Gastro-Bestellservice

Eine weitere jüngst von Amazon lancierte Initiative ist der Lieferdienst für Gastronomiebetriebe. Im September startete das Unternehmen in Seattle Prime Now, seine neue mobile App, mit der Mahlzeiten in einem lokalen Restaurant bestellt und innerhalb einer Stunde nach Hause geliefert werden können. Der Service wurde mittlerweile auf weitere Städte in den USA ausgeweitet. Prime-Now-Kunden geben über die App bei einem lokalen Restaurant eine Bestellung auf, woraufhin ein Prime-Now-Bote diese im Restaurant abholt und dem Kunden an die Haustür liefert. Der Abholprozess lässt sich übrigens mit der App nachverfolgen.

Paketabholung

Und noch eine Neuerung bei Amazon: Das Unternehmen bietet einen bequemen Paketabholservice in Australien. Für Berufstätige ist das Versenden und Abholen von Paketen zeitlich oft eine Herausforderung. Im Bestreben die Paketabholung bequemer und mit den Arbeitszeiten besser vereinbar zu machen, ist Amazon eine Partnerschaft mit ParcelPoint, einem australischen Paket-Shop-Betreiber, eingegangen. Somit kann Amazon nun über 1000 ParcelPoint-Standorte als eigene «Pickup Points» nutzen. Kunden können ihre bei Amazon aufgegebenen Bestellungen nun statt nach Hause an einen Abholpunkt des ParcelPoint-Netzwerks senden lassen, beispielsweise eine Drogerie oder einen Convenience-Laden. Diese Geschäfte seien bis spät abends sowie an Wochenenden geöffnet, so ParcelPoint. **ED**



ÖSTERREICH

Die **ÖSTERREICHISCHE POST** hat ihre dreihundertsten Selbstbedienungs-Servicezone eröffnet. Dort bietet sie rund um die Uhr Zugang zu Paketschliessfächern, Frankiermaschinen und ausgewählte Postdienstleistungen.

KANADA

Der Verwaltungsrat von **CANADA POST** hat den von der liberalen Regierung geforderten freiwilligen Rücktritt von CEO Deepak Chopra zurückgewiesen. Er reagierte damit auf ein Schreiben, in dem Kabinettsmitgliedern nahegelegt wurde, eine frühzeitig von der ehemaligen konservativen Regierung ausgesprochene Wiederernennung für die Amtsdauer von fünf Jahren abzulehnen.

CHINA/AUSTRALIEN

Die **ALIBABA GROUP** schloss mit Australia Post eine Vereinbarung ab. Sie betrifft die Wholesale-Webseite 1688.com des chinesischen E-Commerce-Riesen. Zudem sollen die Alipay-Kaufkarten in allen Geschäftsstellen von Australia Post zu kaufen sein. Die Idee dieses Geschäfts ist, dass die chinesischen Produzenten Zugang zu den australischen Verbrauchern erhalten und gleichzeitig der Absatz australischer Waren in China angekurbelt wird.

CHINA/TÜRKEI

DHL GLOBAL FORWARDING gab die Eröffnung eines neuen südlichen Eisenbahnkorridors zwischen China und der Türkei bekannt. Die Eisenbahnverbindung ist Teil der chinesischen «One Belt, One Road»-Initiative, die erwartungsgemäss für ein jährliches zusätzliches Handelsvolumen von über 2,5 Bio. USD in den nächsten zehn Jahren sorgen wird.

Derweil brachte die Postal Savings Bank of China im Vorfeld des Börsengangs 7 Mrd. USD von zehn in- und ausländischen Investoren auf. Der Verkauf eines Anteils von 17% an institutionelle Anleger wie UBS und JP Morgan gilt als die grösste je in China durchgeführte private Kapitalbeschaffung.

FRANKREICH

LA POSTE hat eine neue Dienstleistung namens Domino lanciert, mit der die Kunden auf Knopfdruck ihre Sendung aufgeben können. Dazu platziert der Kunde die Sendung in seine für den Service ausgerüstete Mailbox, woraufhin der Postanbieter die Sendung übernimmt, verpackt und zustellt.

Der vorgesehene Postbetreiber Frankreichs arbeitet auch mit Cults und 3DSlash, zwei Start-up-Unternehmen aus der Technologiebranche, zusammen. Gemeinsam entwickeln sie die «Innovate and Create in

3-D»-Webseite, auf der sie die Möglichkeiten der 3D-Drucktechnologie aufzeigen. Es wird eine grosse Auswahl von in 3D gedruckten Objekten präsentiert.

FINNLAND

POSTI und die finnische **ANTILA OY** unterzeichneten eine Vereinbarung zur Erbringung von Lieferkettendienstleistungen für dessen Warenhäuser und dessen Online-Verkauf. **POSTI** wird Dienstleistungen wie Warehousing, Auslieferung von Gütern an Geschäfte und Kunden sowie die Bearbeitung von Retouren aus dem Online-Handel ab sofort erbringen.

DEUTSCHLAND

DEUTSCHE POST DHL GROUP hat versuchsweise mit der Zustellung von Paketen noch am gleichen Tag begonnen, wobei der Transport mit ihrem Fernverkehrsbusdienst Postbus erfolgt. Die Dienstleistung wird in Berlin und Hamburg getestet und dürfte auf weitere Städte ausgeweitet werden.

Der Postbetreiber bietet ferner die neue Dienstleistung Ländernachweis für deutsche E-Commerce-Verkäufer an. Sie soll die grenzüberschreitende Sendungsnachverfolgung von Waren transparenter machen. Das Unternehmen nutzt dazu RFID Tags, die auf oder in den Sendungen platziert werden, sodass der Paketaufgeber und der Kunde genau über den Status der Sendung informiert sind.

DEUTSCHLAND/FRANKREICH

DEUTSCHE POST steht kurz vor dem Erwerb einer Minderheitsbeteiligung an dem französischen Spezialisten für E-Commerce-Logistik **RELAIS COLIS**. Der Erwerb einer Beteiligung von 27,5% soll **DHL** besseren Zugang zum französischen E-Commerce-Markt verschaffen.

IRLAND

AN POST will den Online-Einkauf vereinfachen, indem sie an über 1500 Privat- und Unternehmenskunden in Südostirland Versandboxen geliefert hat. Der vorgesehene Postbetreiber plant, die wasserdichten Paket- und Briefzustellboxen im ganzen Land einzuführen.

LITAUEN

LITHUANIAN POST hat ein elektronisches Self-Service-System eingeführt, mit dem die Kunden ihre eingeschriebenen Sendungen versenden und nachverfolgen können. Der Kunde erfasst die Daten online, befestigt die selbst ausgedruckte Etikette auf der Postsendung und übergibt diese dem Postangestellten.

NIEDERLANDE

POSTNL verarbeitete und lieferte am 22.

Dezember 2015 an nur einem Tag über 1,4 Mio. Pakete, was einer Steigerung von 30% gegenüber dem Vorjahr entsprach. Auch lag die Zahl gemäss dem Postunternehmen um 100 000 Stück über der bisherigen Rekordmarke vom 1. Dezember.

RUMÄNIEN

POSTA ROMÂNĂ plant, dieses Jahr rund 17 Mio. EUR (18,4 Mjo. USD) in die Modernisierung ihres ITC-Netzes zu investieren. Mit den Mitteln soll die Anzahl Poststellen mit VPN-Verbindung von 1000 auf 2000 angehoben werden.

ITALIEN

Die italienische Regierung hat eine IPO für **POSTE ITALIANE** in die Wege geleitet. Ein Investoren-Roadshow und ein Aktienkaufangebot an die Mitarbeitenden erfolgten im Oktober. Das Finanzministerium gab bekannt, dass ein Anteil von 38% an die Börse gebracht werden soll. Der Unternehmenswert wurde auf 8,8 Mrd. EUR geschätzt.

SCHWEIZ

Die **SCHWEIZERISCHE POST** hat im Dezember bis Weihnachten über 18 Millionen Pakete befördert. Damit wurde der Vorjahresrekord zum vierten Mal in Folge gebrochen. 2013 verschickte der Postanbieter in dieser Periode rund 17 Mio., im darauffolgenden Jahr 18 Mio. Pakete.

GROSSBRITANNIEN

Einer von **EBAY** und **YOUNGOV** durchgeführten Umfrage zu den Aussichten des Online-Geschäfts zufolge sehen britische KMUs dem Jahr 2016 mit Optimismus entgegen. Viele erwarten, dass sie neue Arbeitsplätze schaffen, ihre Exporte und ihr Produktangebot steigern werden. Knapp die Hälfte der befragten Unternehmen gab an, die Aussichten für die britische Wirtschaft positiv zu beurteilen, während 22% eher negativ in die Zukunft blicken.

Die **ROYAL MAIL** akquirierte **NETDESPATCH**, eine Plattform für Versand, Paketdatenmanagement und Etikettierung für Post- und Paketzustellfirmen. Laut dem Postanbieter wird die Akquisition dazu beitragen, den Kunden integrierte E-Commerce-Lösungen für den Versand und die Nachverfolgung von Paketen anbieten zu können.

POST OFFICE erreichte mit der Eröffnung einer neuen Geschäftsstelle in Caterways, England, den Meilenstein von 5000 modernisierten Zweigstellen. Das Investitionsprogramm beschert den Kunden längere Öffnungszeiten, was den Zweigstellen zu einer durchschnittlichen Umsatzsteigerung von 10% verhilft, liess das Unternehmen verlauten.

USA

USPS Der USPS hat mit dem Einsatz seiner 9000 neuen Lieferwagen des Typs Ram Pro-Master 2500 von Fiat Chrysler begonnen. Die Transporter werden für die Einsammlung von Postsendungen, Zustellung von Paketen und sog. «Relay drop-offs» eingesetzt.

Der Postanbieter erweitert zudem seinen «Informed Delivery»-Service, bei dem den Kunden vor Zustellung des eigentlichen Briefs eine Abbildung des Umschlags per E-Mail übermittelt wird. Diese kostenlose Dienstleistung wird bereits im Norden von Virginia angeboten und soll nun auf die Agglomerationsgebiete von New York City ausgeweitet werden.

FedEx hat bekannt gegeben, dass die Zustellungsverspätungen in der Weihnachtszeit auf

eine markante Zunahme kurzfristig aufgegebenen E-Commerce-Sendungen zurückzuführen waren. Die Anzahl Sendungen übertraf die bisherigen Volumen bei Weitem. Zuvor hatte das Kurierunternehmen noch gewarnt, dass wetterbedingte Verspätungen auftreten könnten. UPS liess verlauten, seine Fahrzeugflotte an den Standorten Memphis, Tennessee, und Jackson, Missouri, künftig mit erneuerbarem Erdgas, welches aus Deponien gewonnen wird, betreiben zu wollen. Diese Entscheidung folgt aus einer mehrjährigen Vereinbarung, die UPS mit dem Versorger Memphis Light, Gas and Water and Atmos Energy Marketing abgeschlossen hat. Über 140 Lieferwagen sollen künftig mit Erdgas als Kraftstoff unterwegs sein.

USA/EU

Die Europäische Kommission hat der Akquisition von **TNT EXPRESS** durch **FEDEX** ohne Vorbehalte zugestimmt. Die Kommission befand, dass «die Unternehmen nicht in einem unmittelbaren Konkurrenzverhältnis stehen» und dass die Transaktion keine nachteiligen Auswirkungen für die europäischen Konsumenten haben wird. Die Unternehmen gaben bekannt, jetzt mit den Aufsichtsbehörden zusammenzuarbeiten, um auch für die übrigen Länder grünes Licht zu erhalten, insbesondere Brasilien und China.

Alle Artikel von Emmanuel Duh.

Abonnieren Sie *Union Postale* jetzt!



Abonnieren Sie *Union Postale* und erhalten Sie vier Ausgaben dieser ganz in Farbe gedruckten Qualitätspublikation in der von Ihnen gewünschten Sprache.

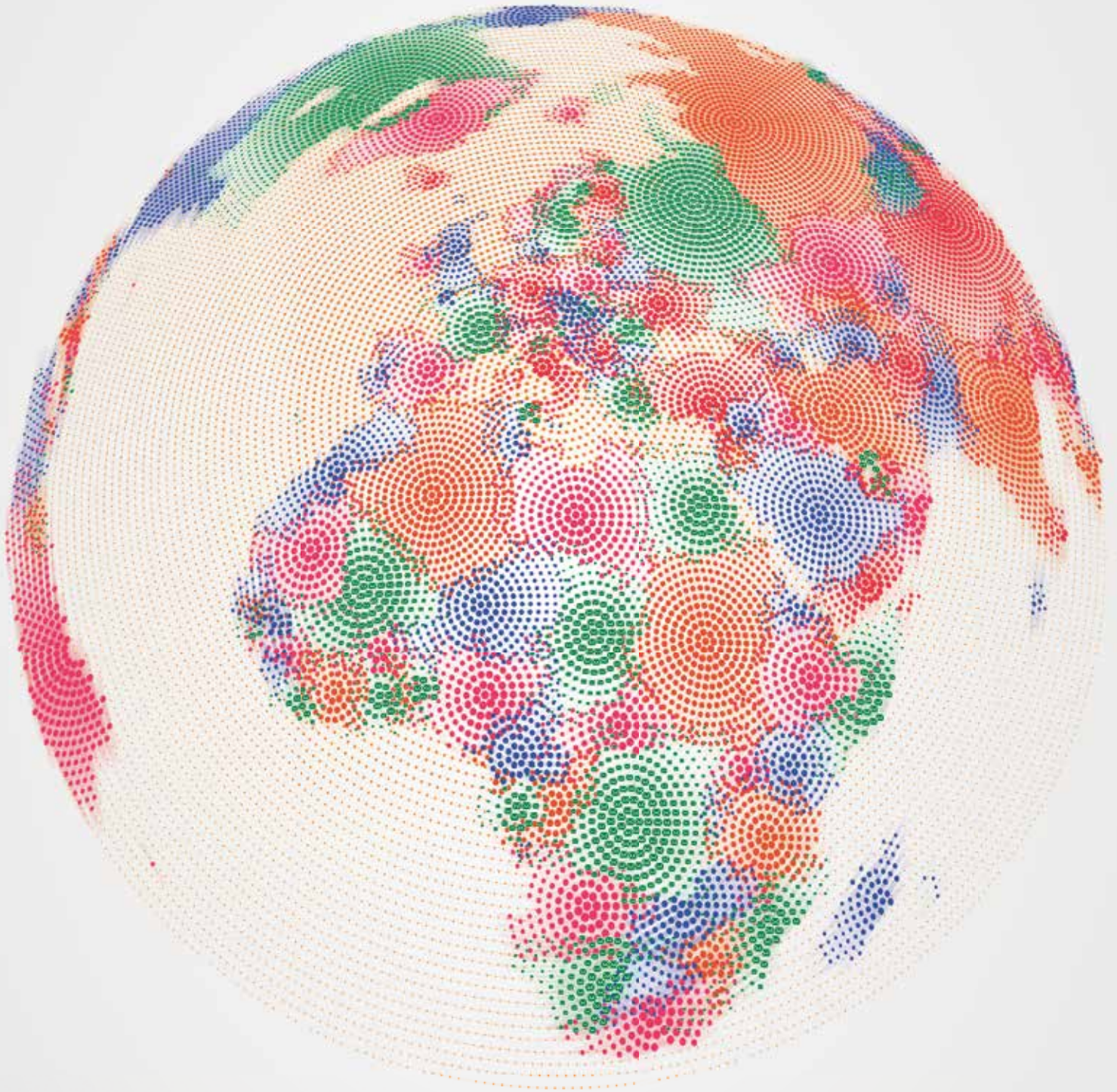
Für Private kostet ein Jahresabonnement (4 Ausgaben) von *Union Postale* 50 CHF. Postbetriebe und UPU-Mitglieder erhalten Sonderkonditionen.

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

Dazu benötigen wir folgende Angaben:

NAME	GEWÜNSCHTE SPRACHVERSION:
FUNKTION	ENGLISCH
ORGANISATION/BETRIEB:	FRANZÖSISCH
VOLLSTÄNDIGE POSTADRESSE:	ARABISCH
	SPANISCH
	RUSSISCH
E-MAIL:	CHINESISCH
TELEFON:	DEUTSCH
FAX:	

Hochwertige Informationen dank Innovation



GMS

Global Monitoring System

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

Weitere Informationen entnehmen Sie dem Animationsfilm

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

oder schreiben Sie an gms@upu.int.



UPU | UNIVERSAL
POSTAL
UNION

HAPPY



Photo credit: Janeth Rodriguez-Garcia - Preiser figures: Brenda, Dylan & Bob - Design: marafuicy

POSTAL AND LOGISTICS SOLUTIONS

At the heart of your business is customer satisfaction and we entirely share this goal. Our solutions and services ensure that your distribution process is optimised and your recipients are better served.

Serving your customers – Together.

www.solystic.com

