

Der Postsektor im Vormarsch seit 1875

# UNION POSTALE



UPU, eine Sonderorganisation  
der Vereinten Nationen

DEZEMBER 2017 / N°3

Neue Partnerschaft  
mit Visa

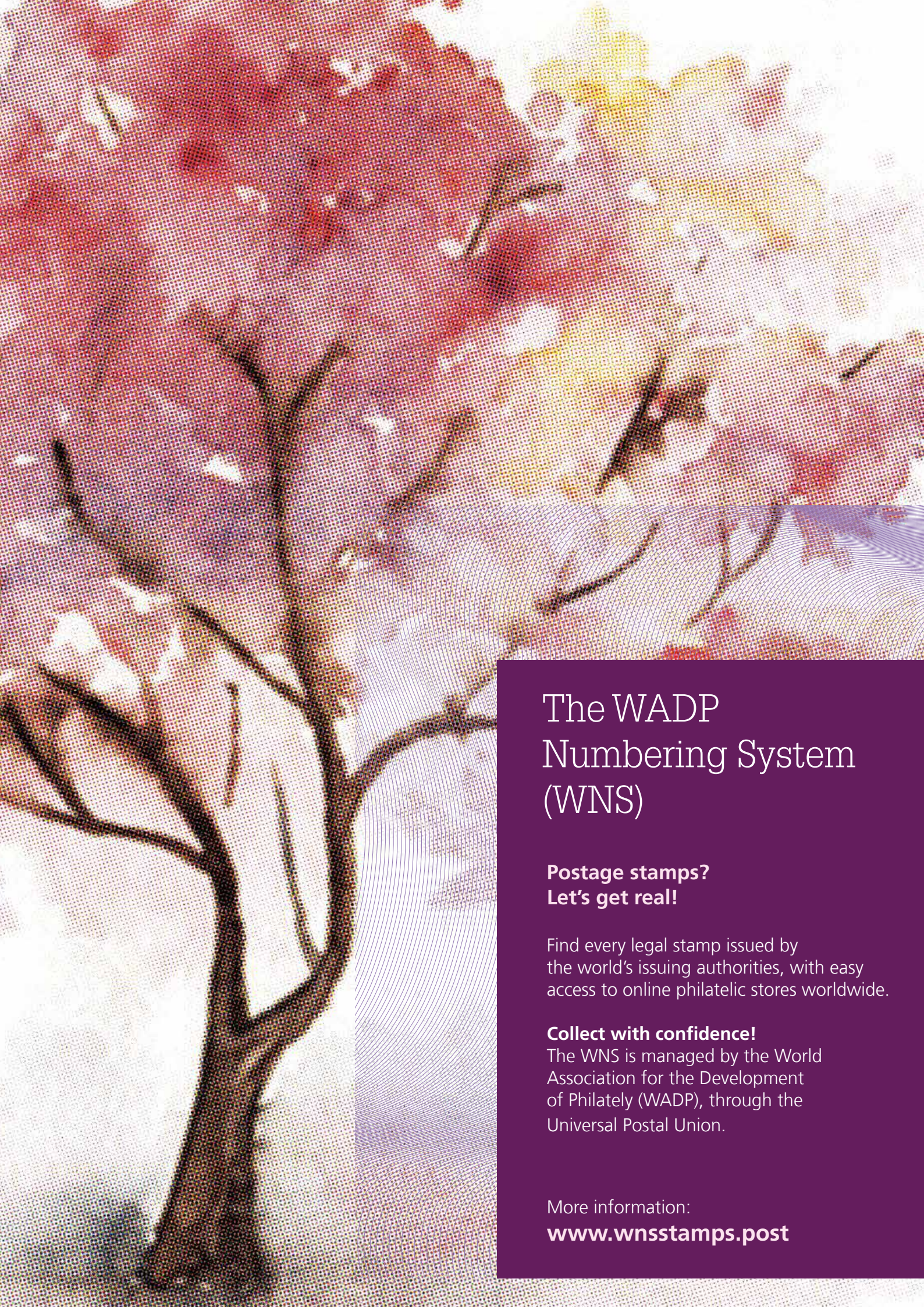
Weltposttag  
2017

ISSN  
0041-7009



CEOs diskutieren  
Poststrategien





## The WADP Numbering System (WNS)

### **Postage stamps? Let's get real!**

Find every legal stamp issued by the world's issuing authorities, with easy access to online philatelic stores worldwide.

### **Collect with confidence!**

The WNS is managed by the World Association for the Development of Philately (WADP), through the Universal Postal Union.

More information:

**[www.wnsstamps.post](http://www.wnsstamps.post)**



8

**TITELGESCHICHTE**

CEOs evaluieren Erfolg bringende Poststrategien

13

**INTERVIEW**

Auf gemeinsame Ziele hinarbeiten

17

**WELTPOSTTAG 2017**

Das Internationale Büro feiert den Weltposttag auf besondere Weise

20

**INTERNATIONALER****SCHREIBWETTBEWERB 2017**

Der Gewinnerbrief

25

**MARKTFOKUS**

Schweizerische Post experimentiert mit der «Poststelle der Zukunft»

04

**RUBRIKEN**

In Kürze

05

Leitartikel

26

Kurznachrichten



Umschlagbild: UPU

## Dezember 2017

**CHEFREDAKTEURIN:** Kayla Redstone (KR)**BEITRÄGE:** Sonam Bernhard (SB), David Koch (DK), Fella Rabbahi (FR)**GRAPHISCHE GESTALTUNG:** Die Gestalter, Schweiz**ÜBERSETZUNG:** Michael & Bastiaan Visser, Winterthur**ABONNEMENTS:** publications@upu.int**WERBUNG:** kayla.redstone@upu.int**KONTAKT:**

Union Postale

International Bureau

Universal Postal Union

Postfach 312

3000 BERNE 15

SCHWEIZ

**TELEFON:** +41 31 350 31 11**MAIL:** kayla.redstone@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.

ENTWICKLUNGSKOOPERATION

## UPU lanciert neue Ausbildungsstrategie mit Pilot-Workshop



Mitglieder aus neun Ländern nahmen am Training Workshop im Internationalen Büro in Bern, Schweiz, teil.

Experten für Postausbildungskurse aus neun Ländern – China, Griechenland, Jamaika, Pakistan, Sri Lanka, Sudan, Thailand, Trinidad und Tobago sowie Türkei – nahmen jüngst an einem UPU-Workshop für die Verbesserung von Postausbildungen teil.

Der Workshop wurde vom UPU Training Programme entwickelt, um Postexperten bei der Konzipierung von länderspezifischen Ausbildungslehrgängen zu unterstützen, welche die UPU-Standards für Ausbildung erfüllen. Die Lehrgänge werden später anderen Mitgliedern des Trainpost-Netzwerks offenstehen.

Im zweiwöchigen Workshop lernten die Teilnehmer alles über den Ansatz von Trainpost bei der Konzipierung von Kursen, von der Identifizierung operativer Probleme über Planung und Umsetzung von Lehrplänen bis hin zur Lösung dieser Probleme. Die Teilnehmer berichteten, dass sie sich im Workshop neue Kompetenzen und Strategien aneignen konnten, die sie später im eigenen Postunternehmen umsetzen würden.

«In diesem Workshop lernte ich die Struktur kennen, die es für die Planung und Umsetzung eines Kurses braucht. Ich weiss jetzt, wie ich unsere Kurse am Economic Cooperation Organization (ECO) Postal Staff College überarbeiten werde. Ausserdem habe ich jetzt ein Konzept für einen ähnlichen Workshop für das ECO Postal Staff College für unsere eigenen Mitarbeitenden, damit wir im eigenen Land Auszubildende ausbilden können», sagte Muhammed Zaheer, Director von Pakistan Post.

### Neue Strategie

Der Workshop ist indes nur ein Aspekt der neuen Ausbildungsstrategie der UPU für den Zyklus 2017–2020, in dem eine besser abgerundete Ausbildungslandschaft geschaffen und ein interoperatives Netzwerk von Auszubildenden aufgebaut werden soll.

«Genauso wie der Postsektor sein physisches oder finanzielles Netzwerk ausgebreitet hat, muss er auch das Ausbildungsnetzwerk stärken», erläutert Pooran Parampath, Ausbildungsexperte bei der UPU.

«Wir erhoffen uns ein Umfeld, in dem unsere Mitglieder voneinander lernen und Kurse für ihre eigenen Postbetriebe kreieren können», führt er weiter aus.

Dieser Workshop hilft ihnen dabei, die Herausforderungen für Ausbildungsprogramme zu meistern und gleichzeitig das Trainpost-System laufend an die strategische Ausrichtung der Organisation und den sich wandelnden Postmarkt anzupassen. Parampath weist darauf hin, dass die Teilnehmer jetzt über die Konzeptionsfähigkeiten verfügen, um eines Tages selber Trainpost-Kurse zu entwerfen.

Im Rahmen dieser Strategie plant die UPU weitere Aktivitäten, um bestehende Lücken abzudecken, beispielsweise bei den Instruktor\*innen und Trainingsexperten, für die nach wie vor Bedarf besteht. Die Aktivitäten werden im Verlauf des Zyklus nach bis nach umgesetzt. **KR**

## Wenn wichtige Akteure zusammenfinden

Seit der letzten Ausgabe von Union Postale hat die UPU einige bedeutende Anlässe für wichtige Anspruchsgruppen durchgeführt.

Das CEO Forum 2017, auf das wir in unserer Titelgeschichte eingehen, führte im vergangenen September rund 60 CEOs bedeutender Postbetreiber nach Moskau. Wie Sie lesen werden, bot das Forum ihnen eine exklusive Plattform, um die Herausforderungen, aber auch die Chancen des Sektors und den Weg zu ihrer Verwirklichung zu evaluieren.

Am World Postal Business Forum an der Post-Expo hatte die Organisation zudem die Möglichkeit, sich mit den operativen Führungskräften des Logistiksektors auszutauschen. Dabei kam es zu wichtigen Gesprächen über Themen wie E-Commerce, Technologie und das Postnetz. Im Jahr 2017 wurde der Weltposttag auf eine neue Art und Weise begangen. Dazu lud die UPU Vertreter der vorgesehenen Postbetreiber, die gemäss ZIPD-Wertung in ihrer Region führend sind, Mitglieder des diplomatischen Corps und die Gewinnerin des diesjährigen Schreibwettbewerbs nach Bern. Gemeinsam mit den Mitarbeitenden des Internationalen Büros demonstrierten und feierten sie den Wert, den die lokale Post für jede einzelne Gemeinde verkörpert.

An dieser Stelle wollen wir aber auch dem verschiedenen David Roberts gedenken. Er war ein hochgeschätztes Mitglied unserer Postfamilie, der in seiner Funktion als Vorsitzender der Conference of Commonwealth Postal Administrators (CCPA) den Postsektor mit wertvollen Beiträgen bereicherte. Wir werden ihn schmerzlich vermissen.

**KAYLA REDSTONE, CHEFREDAKTEURIN**

E-COMMERCE

## Lancierung des «Priority»-Projekts in allen Regionen

Die UPU hat ein transversales Projekt lanciert mit dem Ziel, die operative Effizienz der vorgesehenen Postbetreiber in der weltweiten Entwicklung des E-Commerce zu steigern.

Das Projekt mit der Bezeichnung «operative Bereitschaft für den E-Commerce» (operational readiness for e-commerce, ORE) soll die Postbranche auf die Herausforderungen des E-Commerce in den sechs Entwicklungsregionen – Afrika, arabische Länder, Asien-Pazifik, Karibik, Europa/GUS und Lateinamerika – vorbereiten. So sollen in den kommenden vier Jahren drei Ziele erreicht werden: Abbau von Barrieren in der Abwicklung von grenzüberschreitenden Transaktionen mit kundenfreundlicheren Lösungen, Modernisierung operativer Prozesse und Schaffung einer integrierten Lieferkette sowie Nutzung standardisierter IT-Tools und End-to-End-Systeme zur Erleichterung des E-Commerce,

beispielsweise mit elektronischem Datenaustausch zwischen der Post und anderen Anspruchsgruppen.

ORE ist ein strategisches Schlüsselprojekt im Rahmen der regionalen Entwicklungspläne der UPU und wird über den gesamten Istanbul-Zyklus von 2017 bis 2020 vorangetrieben.

### Neuer Ansatz

Das ORE-Projekt wurde im Rahmen der neuen Arbeitsmethoden vom Development Cooperation Directorate (DCDEV) der UPU entwickelt in Zusammenarbeit mit dem Postal Operations Directorate. Dabei kam ein stärker integrierter und gestraffter Prozess zu Anwendung, mit dem Silodenken und Doppelspurigkeiten innerhalb der von der UPU bereitgestellten E-Commerce-Unterstützung verringert werden sollen.

Auch das Posttechnologiezentrum wird als wichtiger Partner im Projekt eingebunden sein, sodass

sämtliche regionalen Aktivitäten der UPU im Bereich E-Commerce unter das ORE-Projekt fallen und die Bedürfnisse der Mitgliedsstaaten effizienter abgedeckt werden.

Die Projektumsetzung erfolgt während des Istanbul-Zyklus mittels einer Reihe von Schulungen, Workshops, Vor-Ort-Umfragen und partnerschaftlichen Aktivitäten. Diese Tätigkeiten werden gemeinsam mit den engeren Postvereinen, E-Commerce-Lieferkettenpartnern und anderen relevanten Anspruchsgruppen wie Fluggesellschaften, Speditoren und Zollbehörden durchgeführt.

In einem ersten Schritt hat die UPU 2017 in allen Regionen eine Reihe von Start-up-Workshops organisiert, etwa in Moskau, Nairobi, Tunis, Bangkok, Bridgetown und Montevideo. **KR**

## QSF-Projekte ausgezeichnet

Die UPU gründete den Fonds zur Finanzierung der Verbesserung von Dienstleistungen – kurz Quality Service Fund, QSF – im Jahr 2001, um Projekte zu fördern, mit denen die Qualität von Postservices in Entwicklungsländern verbessert werden soll. Auch wenn die meisten Projekte auf ein spezifisches Land ausgerichtet sind, unterstützt der QSF auch regionale Ansätze und fördert die Solidarität zwischen den Ländern. Der Fonds ermöglicht es einer Gruppe von Postbetreibern, gemeinsam Projekte ins Leben zu rufen, die der ganzen Region zugutekommen.

Mit den 2010 erstmals verliehenen QSF-Auszeichnungen wurde schon über 70 Postbetreibern Anerkennung für deren erstklassigen qualitätsverbessernden Projekte gezollt. Diese reichen von der Verbesserung der internationalen Zustellung von Drucksachen, Verbesserung im Bereich Sicherheit, Einrichtung von mobilen Poststellen in ländlichen Gebieten bis zur Einführung von Kostenrechnungsprogrammen. Die Projekte werden hinsichtlich der Erreichung ihrer Ziele, der Einhaltung von Budgetvorgaben, Finanzierungsrichtlinien und ihres Zeitplans sowie der langfristigen Wirksamkeit beurteilt. Dieses Jahr wurden acht vorgesehene Postbetreiber für eine Auszeichnung von ihren 2015 bewerteten Projekten erkoren, darunter Marokko, Vietnam, Sri Lanka, Costa Rica, die Nordkorea, die Republik Kongo, Uganda und Kroatien.

### GMS-Partizipation

Im Jahr 2016 beschloss die QSF-Stiftungsleitung (Board of Trustees) ihre Auszeichnungen auch auf Projekte des Global Monitoring System (GMS) auszuweiten, um die erfolgreiche langfristige Beteiligung der vorgesehenen Betreiber zu honorieren. In Absprache mit dem GMS-Team evaluierte das QSF-Sekretariat früher lancierte Projekte und entschied, Marokko und Vietnam für deren Umsetzung des GMS-Partizipationsprojekts in den Jahren 2012 und 2013 auszuzeichnen.

Die marokkanische Post optimierte damals ihre betrieblichen Abläufe und behob bestimmte Mängel in der Dienstleistungsqualität, um die von ihren Kunden erwarteten Zustellzeiten einzuhalten. Laut Abdeladim El Massoudi, Direktor der Postdivision bei Poste Maroc, hätten die von GMS gelieferten Daten dazu beigetragen, dort, wo es betrieblicher Verbesserungen bedürfe, die Qualität zu steigern. Ermöglicht wurde diese auch dank der Radiofrequenzidentifikationstechnologie (RFID), die Poste Maroc landesweit in 38 Verarbeitungs- und Zustellungszentren installierte. Vietnam, das erstmals 2010 am GMS teilnahm, vermochte seine Zustellungs-Performance von 77,8 Prozent auf 82,3 Prozent zu steigern und das eigene Ziel von 75 Prozent zu übertreffen.

### Andere Projekte

Sri Lanka Post setzte ein Projekt um, das dazu führte, dass die Postzustellung in der von einem Tsunami heimgesuchten östlichen Provinz verbesserte, indem vier Minivans beschafft wurden. Dank des QSF ist Sri Lanka heute in der Lage, lokale Post innerhalb von J+1 zuzustellen und das eigene Ziel von J+2 für internationale Sendungen zu übertreffen. Zuvor lag die Performance bei J+5.

Costa Rica, die Nordkorea und die Republik Kongo erhielten ebenfalls neue Fahrzeuge für die Postauslieferung, was es ihnen ermöglichte, die Leistung und Zuverlässigkeit ihrer Postnetze wirksam zu verbessern.

Ein in Uganda umgesetztes Projekt trug dazu bei, die Postverarbeitung und Sicherheit zu verbessern. Uganda Post vermochte die Anzahl der pro Minute verarbeiteten Briefe von 30 auf 40 zu erhöhen. Auch wurde ein Sicherheitsteam eingestellt, welches die Posteinrichtungen rund um die Uhr bewacht – ein Beweis dafür, welche Bedeutung der Postsicherheit eingeräumt wird.

Und Kroatien erhielt finanzielle Unterstützung für ein Projekt, mit dem die End-to-End-Qualität überwacht und die Wirksamkeit der Qualitätsmassnahmen verbessert wird. Diese liegt derzeit bei 95 Prozent. Ein weiteres Projektziel war es, 85 Prozent der Priority-Sendungen mit J+1, 95 Prozent mit J+2 sowie 95 Prozent der nicht dringlichen Sendungen mit J+3 zuzustellen. **FR**

## Ein Mann mit vielen Gesichtern

---

**Name:** Hubert Monod  
**Abteilung:** Finanzwesen  
**Funktion:** Sachbearbeiter, Buchhaltung  
**Nationalität:** Schweiz



Hubert Monod ist von Beruf Buchhalter. In dieser Rolle obliegt es ihm, ein wachsames Auge auf die Bücher der UPU werfen. Er stiess 2001 zur UPU, wo er zunächst beim QSF tätig war und 2006 in die Buchhaltung wechselte. Er ist heute bei der UPU für die Debitorenbuchhaltung zuständig, also für Mitglieder, deren Beitragszahlungen oder Zahlungen für die von der UPU bezogenen Produkte und Dienstleistungen ausstehend sind.

Doch Hubert Monod führt bei der UPU quasi ein Doppelleben: Denn in jüngster Zeit hat er sich auch aktiv an der Organisation von UPU-Anlässen beteiligt.

Auf den ersten Blick mag das nicht recht zusammenpassen. Doch kennt man sein Hobby, wird Vieles klarer: Er organisiert in seiner Freizeit in seinem Heimatort Estavayer-le-Lac, Schweiz, das jährliche Free4Style-Festival der Extremsportler. Er hatte von 1998 bis

2014 Einsitz im Organisationskomitee und trug dazu bei, dass das Festival heute beeindruckende 25 000 Besucher anlockt.

«Ich bin so etwas wie ein Planungs-Junkie und liebe die Spannung, die mit der Organisation eines Anlasses einhergeht. Man muss flexibel sein und extrem rasch reagieren können», sagt er. Er vergleicht dies mit der Anspannung von Topathleten vor einem Wettkampf. Die UPU-Führung wusste um Monods organisatorischen Enthusiasmus und bat ihn letztes Jahr, das soziale Rahmenprogramm des Weltpostkongresses in Istanbul zu planen. Er spielte eine wichtige Rolle in der Koordination der von Mitgliedern gesponserten Pausen, Exkursionen und sozialen Events während des dreiwöchigen Kongresses, an dem rund 2000 Delegierte teilnahmen.

Später war seine Expertise bei der Konzipierung eines neuen Stands der

UPU für die Post-Expo, die Branchenmesse des Postsektors, gefragt. Das UPU-Team beschloss, neue taktile Bildschirme zu verwenden, die mit einer speziell für den Anlass entwickelten App ausgerüstet wurden, welche die Abläufe, Produkte und Dienstleistungen, die es für die Zustellung einer Postsendung braucht, veranschaulicht. Die Besucher konnten einfach einen Punkt in der Lieferkette anklicken, wenn sie mehr erfahren wollten.

«Wir wollten alte Pfade verlassen und etwas Neues machen», erklärt Monod.

Er liebe es, neben seiner regulären Tätigkeit hin und wieder ein wenig Event-Planung zu betreiben. Doch bis er wieder gebraucht werde, beschäftige er sich genauso gerne mit seinen Zahlen. **KR**



# CEOs evaluieren Erfolg bringende Poststrategien

Knapp 60 CEOs aus dem weltweiten Postsektor kamen im September in Moskau am zweiten UPU World CEO Forum zusammen, wo sie ihre Strategien für eine solide und erfolgreiche Post erörterten.





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

Die Idee eines Forums, an dem ausschliesslich die Leiter vorgesehener Postbetreiber geladen werden, wurde 2016 geboren. Die UPU wollte damit den CEOs eine Plattform für den Austausch bieten, auf der die grossen Herausforderungen und Chancen für die Post diskutiert und Wege in die Zukunft aufgezeigt werden können.

Das erste Forum wurde von der La Poste Group in Paris organisiert. Die CEOs widmeten sich dort der Frage, wie «der Postsektor in einem Umfeld disruptiver Innovationen wachsen könne». Der Fokus lag auf den Herausforderungen und Chancen der digitalen Wirtschaft, der Entwicklung von Postfinanzdienstleistungen und die Nutzung von Big Data.

Am diesjährigen, von der russischen Post in Moskau ausgerichteten Forum wurden diese Debatten weitergeführt, sodass noch mehr CEOs die Gelegenheit erhielten, sich über Best Practices und potenzielle Lösungen für die Transformation der Post im digitalen Zeitalter zu unterhalten.

«Die rasche technologische Entwicklung und die sich wandelnden Kundenbedürfnisse zwingen die UPU und den Postsektor dazu, ihre Rolle im globalen Wirtschaftsumfeld neu zu überdenken. Das UPU World CEO Forum bietet die beste Gelegenheit, diese Themen zu erörtern», sagte der Generaldirektor der UPU Bishar A. Hussein.

Der CEO der russischen Post, Nikolai Podguzov, betonte, wie wichtig es für die Post sei, nachhaltiger zu werden. «Der Postsektor ist sehr gut positioniert, um sich im globalen Wirtschaftsumfeld zu behaupten, da es sich um eine einzigartige Organisation handelt, die direkt mit Menschen interagiert und ihnen Dienstleistungen erbringt – wohl einer der grössten Vorteile in einer globalen und digitalisierten Ökonomie», erklärte er weiter.

Unter dem Motto «Leading multinational growth: the hows and whys of postal strategy» verbrachten die CEOs eineinhalb Tage mit der Analyse der globalen wirtschaftlichen Bedingungen, unter denen die Post zu arbeiten hat. Erörtert wurden Fragen, wie die Postbetreiber die Bedürfnisse sowohl ihrer Anspruchsgruppen als auch der Aktionäre erfüllen könnten und welche Geschäftsmodelle zukunftsträchtig seien.

### **Globale Lage**

Nach einer Periode der wirtschaftlichen Stagnation sind Konjunktur- und Handel wieder im Wachstum begriffen. Die Nachfrage in den Bereichen E-Commerce und leichte Logistik ist förmlich explodiert.

«Diese sprunghafte Steigerung des E-Commerce eröffnet den Postunternehmen fantastische Möglichkeiten», meinte Philippe Wahl, CEO der La Poste Group. «Wir verfügen über perfekt funktionierende Systeme, sodass wir unser Geschäft transformieren können», so er weiter.

Auch wenn der E-Commerce der Post im derzeitigen Wirtschaftsklima enorme Chancen bietet, dürften die Führungskräfte die demografischen Herausforderungen und potenziellen Hindernisse nicht ausser Acht lassen, warnte Gabriel Di Bella, seines Zeichens permanenter Vertreter der russischen Föderation beim IWF. Er wies darauf hin, dass die Regionen, die von einer «demografischen Dividende» profitieren würden, ebenfalls Reformen durchführen müssten, um sicherzustellen, dass das Angebot in den Bereichen Finanzdienstleistungen und Infrastruktur ausreichend vorhanden sei, damit die gesamte Bevölkerung von den Chancen, die der E-Commerce biete, profitieren könne.

In einer vom Internet dominierten Welt wird die Briefkorrespondenz an Bedeutung verlieren. Doch der E-Commerce darf nicht als Selbstverständlichkeit aufgefasst werden, da dessen Nutzung von der Verfügbarkeit von Kreditkarten und dergleichen bestimmt wird.

### **Digitale Träume**

Es gibt 1,8 Milliarden junge Menschen auf der Erde. Sie bewirken eine steigende Nachfrage nach digitalen und mobilen Dienstleistungen. Insbesondere ist eine Verlagerung der Kommunikation zwischen Menschen hin zu Mensch-zu-Gegenstand und Gegenstand-zu-Gegenstand sichtbar, wobei die Kunden die Wahl und Kontrolle darüber haben, wie, wann und wo ihre Sendungen geliefert werden sollen.

Die CEOs waren sich einig, dass die Post weiter innovative technische Lösungen entwickeln müsse, die von den modernen Konsumenten verlangt würden. Manche gaben indes zu bedenken, dass Menschen, die auf physische Leitungen angewiesen seien, von der Post ausgeschlossen werden könnten. Laut ITU-Statistiken nutzen in der industrialisierten Welt 81 Prozent der Bevölkerung das Internet, derweil es weltweit weniger als 50 Prozent sind – 41,3 Prozent in den Entwicklungsländern und nur gerade 17,5 Prozent in den am wenigsten entwickelten Ländern.

«Wir in den Entwicklungsländern müssen diese Chance ergreifen und [von den anderen CEOs] lernen, in welche Richtung es zukünftig gehen wird. Momentan leben wir jedoch in einer anderen Realität», sagte Stéphanœl Razafimanantsoa, CEO von Paositra Malagasy, und fügte noch an, dass die Post die Bedürfnisse der Menschen ohne Internetzugang ebenfalls zu berücksichtigen habe.



«Die Post ist diejenige Institution, die an den Orten präsent ist, wo es niemanden sonst gibt. Wir können ohne die Post nicht leben.» – Arkadi Dvorkovich, Stellvertretender Ministerpräsident der Russischen Föderation.



«Dieses Forum wird eine wichtige Rolle in der Entwicklung des Postsektors spielen, indem es uns die Möglichkeit für Zusammenarbeit sowie Austausch von Erfahrungen und Best Practices bietet.» – Rashid Ismailov, Stellvertretender Minister für Telekommunikation und Massenmedien der Russischen Föderation.

### Regierungsbeziehungen

Das Forum stiess auch bei verschiedenen hohen Vertretern der russischen Regierung auf Interesse, einschliesslich des Stellvertretenden Ministerpräsidenten Arkady Dvorkovich und des Stellvertretenden Ministers für Telekommunikation und Massenmedien, Rashid Ismailov, welche beide die zentrale Bedeutung der Post für die nationale Entwicklung betonten.

«Die digitale Ökonomie wächst. Sie wird der stärkste Wachstumstreiber für die globalen Märkte und die digitale Integration der Bevölkerung sein. Deshalb ist es unerlässlich, dass auch die Infrastrukturentwicklung Schritt hält», erklärt Dvorkovich in seinen einleitenden Worten. «Die Post ist diejenige Institution, die an den Orten präsent ist, wo es niemanden sonst gibt. Wir können ohne die Post nicht leben», so Dvorkovich weiter.

Lyudmilla Kononova, Erste Stellvertretende Vorsitzende des Komitees für Sozialpolitik der Russischen Föderation, fügt an, dass die russische Regierung die Post nicht in erster Linie als ein Unternehmen betrachte, sondern als ein Bindeglied zwischen Bevölkerung und Staat. Die Post übernimmt eine Reihe von sozialen Dienstleistungen im ganzen Lande, wie etwa die Auszahlung von Renten. Sie führte aus, dass von den 42 Millionen Rentnerinnen und Rentnern ein Drittel in ländlichen Gebieten leben würden, in denen ausschliesslich die Post Renten kostenlos auszahle.

Manche CEOs wiesen auch auf das Verhältnis zwischen Staat und Post als öffentlichen Dienstleistungs-

erbringer. Die Universalienverpflichtung (Service Obligation, USO) der Post wird vom Staat definiert und der Post als Mandat zur Erbringung eines umfassenden Postservice erteilt.

So erleichtert die Postbank in Südafrika die finanzielle Eingliederung der Bevölkerung, indem sie Kredite finanziert, welche kommerzielle Banken in der Regel nicht genehmigen würden. Der CEO von South Africa Post, Mark Barnes, ist denn auch stolz auf die Verantwortung der Post.

«Unser Mass für den Erfolg ist nicht der unmittelbare Profit, sondern die Schaffung einer Mittelschicht. Privatisierung ist kein Garant für Erfolg, sondern schafft nur mehr Ungleichheit», so Barnes weiter. «Wenn die Regierung die Post angemessen unterstützt, fördert sie auch wirtschaftliche Stabilität.»

In dieser Hinsicht beklagten viele CEOs eine mangelnde finanzielle und politische Unterstützung ihrer Regierung, was die Umsetzung eines nachhaltigen Geschäftsmodells erschwere. Die CEOs monierten zudem, dass ihre Regierung von der Post den Unterhalt eines weitreichenden Netzwerks und die Bereitstellung nicht profitabler Dienstleistungen zu niedrigen Preisen erwarte, sodass nur noch sehr beschränkter Spielraum für die Entwicklung innovativer Services bestehe.

«Unser Problem ist es, die Regierungen davon zu überzeugen, dass es sich hierbei nicht um Ausgaben, sondern Investitionen handelt», sagte Barnes.

Eine andere Option wäre es, anderweitig nach Investoren Ausschau zu halten. Doch nicht viele Regierungen gewähren der Post die Freiheit, über das eigene Kapital frei zu verfügen oder Jointventures oder Partnerschaften einzugehen.





«Unser Mass für den Erfolg ist nicht der unmittelbare Profit, sondern die Schaffung einer Mittelschicht.» – Mark Barnes, CEO von South African Post Office



«Wir müssen uns zu Mitproduzenten entwickeln und die Menschen miteinbeziehen, damit sie sich mit den neuen Geschäftsmodellen identifizieren können.» – Pascal Clivaz, Stellvertretender Generaldirektor der UPU

### Chancen

Die CEOs begnügten sich indes nicht nur damit, Herausforderungen zu nennen. Sie diskutierten auch potenzielle Lösungen, um die Lücke zwischen den Erwartungen der Stakeholder und den erbrachten Leistungen der Post zu überbrücken.

Weil die CEOs um die Entwicklungslücken zwischen, aber auch in den Ländern wissen, appellierten sie an die Postverwaltungen, eine aktivere Rolle zu spielen und die Menschen in den Transformationsprozess einzubeziehen. So beschrieb der Generaldirektor von La Poste de Côte d'Ivoire, Isaac Gnamba-Yao, eine innovative Methode, die seine Post entwickelt hatte, mit der Landarbeiter bessere Anbindung an moderne Technologien erhalten. Es geht hierbei um eine mobile Plattform, mit der die Landarbeiter Düngemittel und Saatgut über ihr Smartphone bestellen und so an der digitalen Ökonomie teilhaben und gleichzeitig die Produktivität ihres Betriebs steigern können.

«Die globale Wirtschaft verändert sich. Es ist wichtig, dass die Menschen an dieser Entwicklung teilhaben», sagte Gnamba-Yao.

Und das gilt nicht nur für die Kunden, sondern auch für die Postangestellten. «Jeder Postmitarbeitende muss sich für diese Transformation und unser Geschäft engagieren und Innovationen fördern und verkaufen», so Gnamba-Yao weiter.



«Alle Postmitarbeitende müssen sich für die Transformation der Post und den Verkauf von Innovationen einsetzen.» – Isaac Gnamba-Yao, Generaldirektor von La Poste de Côte d'Ivoire

Die Forumsteilnehmer waren sich einig, dass die Post sich nicht auf Briefsendungen konzentrieren kann, sondern ihr Geschäft diversifizieren müsse. Eine Entwicklung, die nicht bei den kommerziellen Dienstleistungen haltmachen dürfe. Die CEOs meinten, dass das Postnetz und das Vertrauen seitens der Kunden die Diversifikation in Richtung sozialer Dienstleistungen eine grosse Chance für die Zukunft bedeute – beispielsweise E-Government-Services oder persönliche Pflege von älteren Menschen. Um das Vertrauen der jungen Menschen zu erhalten, müsse die Post von ihnen auch als digitaler Experte wahrgenommen werden. Was die teuren Infrastrukturinvestitionen anbelangt, schlugen die CEOs vor, dass die Regierungen die Universaldienstverpflichtung neu definieren sollten, damit die Post die richtige Balance in ihrer Rolle als öffentlicher Dienstleister und kommerzieller Produktanbieter finde. Die Post muss mit privaten Unternehmen wie Start-ups und anderen Postanbietern Beziehungen knüpfen und kooperieren, ein Unterfangen, bei dem die UPU eine wichtige Rolle spielen kann.

«Die UPU ist eine Organisation von hervorragender Bedeutung, die uns helfen kann, von einem reinen Konkurrenzdenken weg und hin zu einer kollegialen Kooperation in Konkurrenzsituationen zu kommen», meinte Podguzov.

Die CEOs stimmten überein, dass die UPU die perfekte Institution sei, um den Informationsaustausch und Best Practices unter den Postbetreibern zu fördern. Ihr kommt zudem eine Rolle zu, wenn es darum geht, die notwendigen technischen Lösungen und technische Unterstützung für Postverwaltungen, die ihre Infrastruktur modernisieren müssen, bereitzustellen.



CEOs aus aller Welt diskutierten am Forum.

#### **Nachbereitung von grösster Bedeutung**

«Nachdem die CEOs jetzt zum zweiten Mal zusammengekommen sind, dürfte klar sein, dass dieses Forum ein wichtiger Termin im Kalender eines jeden Post-CEO ist, wenn es darum geht, gemeinsam zu diskutieren und Lösungen zu finden, die den Postsektor voranbringen.

Die Teilnehmer reisten aus allen Teilen der Welt ans Forum mit einer Vielzahl bewährter Strategien im Gepäck, welche die anderen möglicherweise im eigenen Land anwenden können», sagte der UPU-Generaldirektor.

Podguzov meinte: «Wir waren in den vergangenen Tagen Zeugen sehr fruchtbarer Debatten. Wir erachten es als wichtig, dass die am Forum vorgebrachten Ideen und Vorschläge allen Postbetreibern zur Verfügung stehen, konkret umgesetzt werden und Basis für die Realisierung von Synergien bilden, sodass der Postsektor stärker und effizienter auftreten kann.»

Das UPU World CEO Forum 2018 wird in Istanbul von PTT Turkish Post ausgerichtet werden.



# Auf gemeinsame Ziele hinarbeiten

Während der Oktober-Session des Verwaltungsrats gab die UPU die jüngst erfolgte Einrichtung ihrer Financial Inclusion Technical Assistance Facility (FITAF) bekannt, eines Organs, dessen Aufgabe die Förderung der finanziellen Eingliederung mittels beschleunigter Digitalisierung der Postfinanzdienstleistungen und deren vermehrte Nutzung durch Kunden und Unternehmen auf der letzten Meile ist. Visa wird wie die Bill & Melinda Gates Foundation zur Finanzierung der FITAF beitragen und ihr während dreier Jahre eine Zuwendung zukommen lassen. Amina Tirana, Senior Director bei Visa Inc., hebt die Wichtigkeit der technologischen Entwicklung für die Post hervor und teilt die Vision von Visa von einem umfassenden technischen Netz, das der gesamten Gesellschaft zugutekommt.

**INTERVIEW VON:**  
**SONAM**  
**BERNHARD**

**FOTO:**  
**AMINA TIRANA**



# «Die Post muss ihre Rolle als Förderer der finanziellen Eingliederung annehmen.»

*Die Tagline von Visa lautet: «everyone, everywhere». Gilt das auch für die finanzielle Eingliederung?*

Diese Worte sagen alles: Wir wollen allen Menschen dienen, unabhängig davon, wer sie sind oder wo sie sind. Dazu zählen auch die zwei Milliarden Menschen weltweit, die keinen Zugang zum Finanzsystem haben. Das wollen wir ändern, indem wir massgeschneiderte Produkte und Services anbieten und Partnerschaften mit Organisationen wie die UPU und Postbetreibern in den 192 Mitgliedsstaaten eingehen, zumal diese bereits über Verbindungen zu Menschen mit niedrigem Einkommen sowie Kleinunternehmern haben.

*Zu den zahlreichen Partnern von Visa gehören auch Regierungen. Wie gehen Sie bei der Kontaktaufnahme und Unterstützung von Regierungen vor?*

Visa kooperiert mit und fördert Regierungen auf verschiedenen Wegen. Auf Länderebene ist Visa mit Regierungen Partnerschaften eingegangen, um Zahlungslösungen anzubieten, die von der Lohnauszahlung für ägyptische Arbeiter über das Gesundheitswesen in der Dominikanischen Republik bis hin zur Vorsorgeleistungen in den Vereinigten Staaten oder Notfallhilfe in Pakistan und den Philippinen reichen. Im Rahmen dieser Projekte hat Visa die Regierungen dabei unterstützt, von der Bar- und Checkzahlung auf digitale Zahlungsarten umzusteigen. Jedes Projekt zeichnet sich durch speziell auf die Bedürfnisse und Ziele der jeweiligen Regierung zugeschnittene Lösungen aus. Alle bieten jedoch signifikante Effizienzsteigerungen und mehr Komfort für die Dienstleistungsnutzer. In einer Reihe von Fällen stellen die Lösungen auch die erste Erfahrung von Menschen mit dem offiziellen Finanzsystem dar.

Auf globaler Ebene arbeitet Visa im Rahmen ihrer Partnerschaft mit internationalen Organisationen wie der Alliance for Financial Inclusion, der Better Than Cash Alliance und neuerdings der UPU mit den Regierungen zusammen. Alle drei erhalten von Visa Zuschüsse für gute Zwecke. Wir kooperieren aber auch über internationale Organisationen wie die Weltbank, die International Finance Corporation sowie die internationalen Standardorganisationen mit den Regierungen zusammen.

Diese nationalen und internationalen Partnerschaften ermöglichen es uns, die von uns in über 200 Märkten gemachten Erfahrungen weiterzugeben und somit ein Umfeld zu fördern, in dem Integration, Sicherheit, Innovation und finanzielle Eingliederung keine leeren Worte sind.

*2015 verpflichtete Visa sich, weiteren 500 Millionen Menschen ohne Bankverbindung ein Zahlungskonto einzurichten und so einen Beitrag zur Weltbank-Initiative Universal Financial Access by 2020 zu leisten. Wo stehen Sie heute? Und wie passt die Unterstützung von FITAF in diese Strategie?*

Bis Ende 2016 eröffnete Visa 162 Millionen Zahlungskonten, von denen 56% auf weibliche Kontoinhaberinnen, 46% auf Bewohner ländlicher Gebiete und 47% auf Haushalte mit niedrigem Einkommen entfielen. Ende 2017 werden wir die aktuellen Zahlen veröffentlichen, doch unsere interne Kontrolle deutet darauf hin, dass wir bereits über 50% der Wegstrecke zurückgelegt haben. Die Unterstützung von FITAF durch Visa passt zu unserer Unternehmensmission, d. h. der Förderung der finanziellen Eingliederung.

*Bereits 19% der erwachsenen Weltbevölkerung haben ein Konto bei der Post. Was können Sie tun, um die schon heute wichtige Rolle der Post für die finanzielle Eingliederung zu stärken?*

Die Postunternehmen müssen ihre Funktion, die finanzielle Eingliederung und die dazu notwendigen Aktivitäten zu fördern, erfüllen. Wir wissen, dass dies eine Herausforderung ist, insbesondere, wenn man keine klare Vorstellung davon hat, was dieses Engagement genau heisst, wie man es umsetzt oder welche Vorteile daraus entstehen. So werden die Bemühungen der UPU, das Bewusstsein über die potenzielle Rolle der Postunternehmen als Anbieter integrativer Finanzdienstleistungen von grossem Wert sein. Speziell wenn dieses Potenzial mit nationalen Bestrebungen zur Reduzierung der Armut und für wirtschaftliches Wachstum verbunden ist sowie mit praktischen Informationen darüber einhergeht, wie die Post vorgehen kann. Ferner sind auch Partnerschaften, die bei Erstellung von Anwendungsszenarien, Ausbildung und Kapazitätenbereitstellung helfen, von enormen Wert.

*Eine Studie der Uno/UPU hat 2015 gezeigt, dass die Post über doppelt so viele weibliche Finanzdienstleistungskundinnen hat als die Banken. Wie wichtig ist der Gender-Faktor für die finanzielle Eingliederung für Visa und welche Rolle spielt der Postsektor bei dieser Frage?*

Ich war von dieser Studie ebenfalls fasziniert. Die aus ihr gewonnenen Erkenntnisse lassen Raum für viele neue Ideen. Frauen zu erreichen ist wichtig. Studien haben gezeigt, dass die Umsetzung jeglicher Entwicklungsziele, sei es Gesundheit und Wohlbefinden von Familien oder Prosperität der ganzen Gemeinschaft, entscheidend vom Ausmass der finanziellen Selbstbestimmung und Beteiligung der Frauen abhängt. Doch trotz aller Fortschritte im Hinblick auf die finanzielle Eingliederung, bleibt die Lücke zwischen den Geschlechtern bestehen. Frauen liegen, was den finanziellen Zugang anbelangt, weltweit





*In vielen Ländern feierten Mitarbeitende von Visa den Weltposttag und die Partnerschaft mit der UPU – von den USA bis Ägypten, von Kenia bis Kasachstan ... und noch viele mehr!*

gesehen neun Prozentpunkte hinter den Männern zurück. Wir wissen, dass Frauen sich an vielen Orten wohl fühlen, Postdienste in Anspruch zu nehmen. Jetzt müssen wir die Dynamik dahinter besser verstehen lernen und die gewonnenen Erkenntnisse dazu nutzen, die Eingliederung der Frauen zu voranzutreiben.

*Fortschritte in der Informations- und digitalen Technologie haben es Millionen von Menschen in den Entwicklungsländern ermöglicht, sich über Infrastruktur- und Entwicklungsbeschränkungen hinwegzusetzen und sich zu vernetzen und produktiv einzubringen. Welche Rolle spielt die Digitalisierung in der Förderung der finanziellen Integration und wie kann der Postsektor diese Rolle positiv beeinflussen?*

Was mir an der finanziellen Eingliederung besonders gut gefällt, ist das grosse Ausmass an Innovation in den Entwicklungs- und aufstrebenden Märkten. Vor fünf Jahren traf ich eine ältere Frau im ländlichen Mali, die einer Frauenkooperative angehörte, die Früchte zu Säften und Mahlzeiten verarbeitete. Sie konnte kaum lesen und schreiben und hatte finanzielle Schwierigkeiten. Aber sie wusste, wie sie Zahlungen von ihrem Sohn auf dem Mobiltelefon annehmen konnte. Die Zahlungen trafen pünktlich ein und konnten bei einem Agenten in bar bezogen werden. Zuvor wurde das Geld per Bus ins Dorf transportiert, doch das dauerte Wochen und oft ging das Geld verloren oder wurde es gestohlen. Die mobile Überweisung veränderte ihr Leben zum Guten. Zudem war sie stolz darauf, eine der ersten Mitglieder in der Kooperative zu sein, welche mobile Überweisungen nutzten. Technologie ist also definitiv ein entscheidender Faktor für die finanzielle Eingliederung, indem sie physische

Zugangsbarrieren überwindet, Komfort und Sicherheit für die Nutzer bringt und die Kosten senkt, insbesondere im Vergleich zu traditionellen Bankdienstleistungen und den hohen realen Kosten von Bargeld.

Wenn die Post die Vorteile der Technologie zu nutzen weiss, werden sich ihr neue Chancen eröffnen. Es gibt unzählige Beispiele dafür, wie neue Technologie auch neue Lösungen hervorbringen kann, die auf spezifische Bevölkerungsgruppen zugeschnitten sind. Die Digitalisierung und technologische Entwicklung befähigen den Postsektor, grossflächig finanzielle Dienstleistungen anzubieten sowie langfristige Lösungen, nachhaltige Investitionen und Innovationen zu verwirklichen. Natürlich ist das kein Selbstläufer. Aber wenn diese Entwicklungen Hand in Hand mit einem guten Verständnis der Konsumentenbedürfnisse, richtigen Partnerschaften und Engagement gehen, werden die Ergebnisse spektakulär sein.

Die expandierende digitale Zahlungsabwicklung schafft eine robustere Finanzinfrastruktur und Kunden mit mehr Vertrauen und auch Selbstvertrauen. Darüber hinaus werden auch andere Finanzprodukte wie Sparkonten, Kredite und Versicherungen mehr genutzt, die ebenfalls eminent wichtig für ein besseres Leben und Einkommen sind. **SB**

*Das Interview wurde gekürzt und überarbeitet.*



**MEHR ZU DIESEM THEMA:**

<http://bit.ly/2huE67s>

# Postbetriebe müssen Technologien flexibel nutzen

Die Diskussionen anlässlich des UPU World Postal Business Forum im letzten September in Genf geben dem Postsektor eine klare Richtung vor: Die Postunternehmen müssen die Vorteile von Technologien voll ausschöpfen, um kundenorientierte Dienstleistungen erbringen zu können.

TEXT:  
KAYLA  
REDSTONE

Am Forum diskutierten Experten für operative Abläufe der UPU, der Postbranche und des privaten Sektors über das Thema «Connecting the dots: e-commerce, technology and the postal sector».

«An diesem Geschäftsforum sprüht es nur so von Ideen, die wir für die Vorbereitung von künftigen Treffen mit den verschiedenen Anspruchsgruppen nutzen können», sagte der Stellvertretende Direktor der UPU, Pascal Clivaz, in seinem abschliessenden Referat.

«Natürlich müssen wir dafür sorgen, dass die vorgesehenen Betreiber an vorderster Front der digitalen Entwicklung agieren ... wir alle wissen, dass der Postsektor heute einer der letzten universellen Dienstleistungssektoren ist», führte er weiter aus.

## Flexibilität gefordert

In den Podiumsgesprächen wurden die Herausforderungen genannt, vor denen die globalen Logistik-Lieferketten stehen, aber auch darüber gesprochen, wie Barrieren im grenzüberschreitenden E-Commerce überwunden und Zahlungslösungen gefunden werden sollen und wie mit den Auswirkungen der Cloud- und mobilen Technologie umzugehen ist. Man war sich einig, dass eine Vielzahl von Technologien verfügbar ist, doch die Postbetreiber nicht genügend Flexibilität zeigen, diese Lösungen zur Bewältigung der E-Commerce-Herausforderung effektiv zu nutzen.

Einige Referenten wiesen darauf hin, dass die Konkurrenz durch Start-ups, welche kundenspezifisch anpassbare Services anbieten, immer stärker werde. Deshalb müsse die Post einen konsequent kundenfokussierten Ansatz verfolgen. Sie forderten, dass die Post sich die verfügbaren Technologien rasch zunutze mache, etwa für die Nachverfolgung von Postsendungen oder die Kontrolle auf der letzten Meile. Ob sie die Technologie selber entwickeln oder mit Start-ups Partnerschaften eingehen ist dabei unerheblich. Übereinstimmend wurde festgehalten, dass sowohl betriebliche als auch private Big Data für die Bereitstellung einer besseren Kundenerfahrung genutzt werden könne.



Gesprächsteilnehmer, inkl. Direktor des UPU Posttechnologie-zentrums, Harald Weyerich (ganz rechts), diskutierten am zweiten Podiumsgespräch des World Postal Business Forum, welche Hindernisse es zu überwinden gilt.

## Technologische Fortschritte

Man stellte überdies fest, dass moderne Technologie auch einen wichtigen Beitrag zur Überbrückung der bestehenden Hindernisse im länderüberschreitenden E-Commerce leisten kann. Dazu gehören etwas mangelnde Kommunikation zwischen den Partnern in der Lieferkette, wie Spediteure und Zollbehörden. Die UPU-Experten bekräftigten, dass die UNO-Sonderorganisation bereits an der Lösung dieser Probleme arbeite, beispielsweise indem sie Standards entwickle, an denen sich die Organisationen zu halten hätten, und Technologien wie das Customs Declaration System (CDS) zum Einsatz bringe, mit denen der Informationsaustausch mit den Zollbehörden vereinfacht wird.

«Erschwingliche Technologien anzubieten, erachten wir als wichtige Aufgabe, zumal es uns obliegt, sicherzustellen, dass die Technologien verfügbar sind», sagte der Stellvertretende UPU-Generaldirektor.

Er betonte, dass die UPU Länder, die Interesse an der Einführung entsprechender Technologien hätten, unterstützen und den sich verändernden Forderungen der Postbetreiber Gehör schenken werde. Überdies versicherte der stellvertretende Generaldirektor den Teilnehmern, dass die UPU ihre Zusammenarbeit mit den Partnerorganisationen der Lieferkette fortführen werde, um den E-Commerce für jeden greifbar zu machen.

«Dieser Anlass zeigt, dass die UPU selbst ein Forum ist, welches den Dialog ermöglicht und sicherstellt, dass wir unseren Stakeholdern aus allen Sektoren genau zuhören und multilaterale Lösungen umsetzen», sagte Pascal Clivaz.

## Post-Expo

Dieses jährliche Forum steht unter dem Patronat der UPU und wird anlässlich der Post-Expo-Ausstellung für Post-, Paket- und Kurierzustellung organisiert. In diesem Jahr waren 135 Länder an der Ausstellung im Palexpo-Konferenzzentrum in Genf präsent.

Neben ihrer Gastgeberrolle für das Forum, nahm die UPU auch an der Ausstellung teil. Dazu stellte die UPU ein neues, modernes Konzept für ihren Ausstellungsstand vor, das auf vier Pfeilern beruht, entlang derer ihre technischen Produkte und Services ausgerichtet sind: E-Commerce, Mobil-, Cloud- und Big Data.

Unter Anwendung einer Applikation, die speziell für die am Stand präsentierten neuen Touch-Monitore entwickelt wurde, hatten die Delegierten die Möglichkeit, die Reise einer Postsendung vom Absender bis zum Empfänger nachzuvollziehen und die vielen Produkte und Dienstleistungen der UPU, die es dazu benötigt, kennenzulernen. **KR**





*Preisgewinner und VIP-Gäste geniessen den Moment.*

# Weltposttag 2017

Inaugurationen und Führungen durch Poststellen, Blutspendeaktionen der Postangestellten, Ausgabe von Sondermarken – auch am diesjährigen 9. Oktober, dem Weltposttag, wurden zahlreiche originelle Aktivitäten organisiert. Das Ziel dieses besonderen Tages bleibt indes das gleiche: der Öffentlichkeit und den Unternehmen ins Bewusstsein zu rufen, welche wichtige Funktion die Post in ihrem täglichen Leben und für die globale sozioökonomische Entwicklung spielt.

**TEXT:  
SONAM  
BERNHARD**

Das Internationale Büro der UPU beschritt für die Feier dieses Tages ebenfalls neue Wege. Es organisierte in Bern eine Preisauszeichnung, um die Gewinner des 46. Internationalen Schreibwettbewerbs für junge Menschen sowie die bestklassierten Nationen gemäss dem Integrated Index for Postal Development 2016 (IIPD) auszuzeichnen.

Zu den Gästen zählten hochrangige Vertreter der vorgesehenen Postbetreiber, Regulierungsbehörden und den Vereinten Nationen, aber auch Botschafter, Minister sowie Schweizer Regierungsvertreter. Auch die Mitarbeitenden des Internationalen Büros folgten der Einladung der Geschäftsführung, welche die Gelegenheit ergriff, diesen für die geleistete Arbeit und das hohe Engagement zu danken.

## **Menschliches Verständnis**

Der internationale Schreibwettbewerb fördert eine altherwürdige Tätigkeit in einer Zeit, in der laut UPU-Generaldirektor Bishar A. Hussein «die Reichweite des Internets immer grösser wird und die Art und Weise, wie Menschen miteinander kommunizieren und Geschäfte tätigen, revolutioniert.»

Der Wettbewerb wurde einst initiiert, um die Schreibkompetenz junger Menschen zu fördern und deren Fähigkeit zu entwickeln, ihre Gedanken in geschriebener Sprache klar und präzise auszudrücken. Zudem soll der Wettbewerb in Erinnerung rufen, welche wichtige Rolle die Post im täglichen Leben spielt. Nachdem das Thema des diesjährigen Wettbewerbs bekannt gegeben worden war, versetzten sich rund 1,2 Millionen junge Menschen aus 49 Nationen in die Haut eines Beraters des UNO-Generalsekretärs, um bei der Lösung eines gravierenden globalen Problems zu helfen.

Die 49 Finalisten nahmen sich einer breiten Palette von Themen an, die von der Flüchtlingskrise über die nachhaltige Entwicklung bis hin zur Auslöschung jeglicher Gewalt reichte. Die Briefe zeugten von einer eindrücklichen Menschlichkeit und von grossem Engagement für internationale Zusammenarbeit, wie António Guterres in seiner Botschaft festhielt, die am Anfang der Zeremonie verlesen wurde.



# Was die 2IPD-Champions sagen

## 1. Platz: Schweiz

«Dieser erste Rang erfüllt uns mit Stolz und beweist, dass wir mit unserer Poststrategie richtigliegen. Er ermutigt uns auch, unsere Services kontinuierlich zu verbessern und nahe an unseren Kunden zu bleiben, deren Leben wir vereinfachen wollen.»

*Susanne Ruoff, Generaldirektorin der Schweizerischen Post*

## 2. Platz: Frankreich

«Diese Auszeichnung ist Anerkennung für die Widerstandsfähigkeit des Geschäftsmodells von La Poste und die Richtigkeit unserer strategischen Entscheidungen. Der 2IPD ist ein Indikator, der alle Postbetreiber zu Leistungen antreiben sollte. Er bietet eine Basis, um sich weiterzuentwickeln, sodass der Postsektor auch künftig eine wichtige wirtschaftliche und soziale Rolle spielen wird.»

*Béatrice Roux, Director of International Affairs, La Poste Group*

## 3. Platz: Japan

«Die Auszeichnung ist der Lohn unseres Engagements, unseren sozialen Auftrag zu erfüllen, auch nach der Privatisierung. Aber auch für unsere harte Arbeit, mit der wir bestrebt sind, unsere Dienstleistungsqualität immer weiter zu verbessern.»

*Masahiko Metoki, Senior Vice President of International Affairs, Japan Post*

### Brillante Feder, klare Stimme

Die vierzehnjährige Gewinnerin des Schreibwettbewerbs, Eva Giordano Palacios, machte die lange Reise von Togo, wo sie den nationalen Wettbewerb gewonnen hatte, nach Bern, um die Goldmedaille entgegenzunehmen. Das Publikum zeigte sich von ihrem ergreifenden Brief über Kinderheirat tief berührt.

«Die einzige Lösung zur Unterbindung der Kinderheirat ist Bildung. Nur mit Bildung werden die Kinder von heute, also die Erwachsenen von morgen, verstehen, dass diese alte Tradition abgeschafft gehört, da sie unfair ist. Armut darf keine Entschuldigung sein», forderte sie. Eva zeichnet sich durch Entschlossenheit und Enthusiasmus aus und hat eine Leidenschaft für die Kunst. Nach ihrer Erklärung sang sie ein selbst komponiertes Lied zum gleichen Thema, das ihr so am Herzen liegt. Das Publikum dankte es ihr mit einer stehenden Ovation. Und Husseins rhetorische Frage liess keine Zweifel offen: «Gibt es eine bessere Beraterin für den Generalsekretär als Eva?»

Yackoley Kokou Johnson, Botschafter von Togo für die Schweiz, beglückwünschte Eva ebenfalls für ihren Brief, den er als «ein Schreiben voller Einfühlungsvermögen und Menschlichkeit mit Blick auf das Schicksal vieler jungen Mädchen» beschrieb. Der Botschafter sagte auch, dass «kaum eine kommunikative Errungenschaft die menschliche Erfindungsgabe besser repräsentiert als das Postwesen, sowohl in seiner Entstehung als auch seiner Fähigkeit, sich dem wandelnden Umfeld anzupassen». Und ferner, dass «ein Brief als eine der besten Zeugnisse des menschlichen Intellekts zu werten ist, zumal er das Ergebnis von Inspiration und innerer Reflektion ist. Nicht nur widerspiegelt er einen Teil der Persönlichkeit seines Verfassers, sondern auch die von ihm oder ihr erlebten und gefühlten Realitäten».

Sollte das Briefeschreiben in unserer zunehmend digitalen Gesellschaft auch zusehends verpönt erscheinen, haben diese junge Menschen doch eindrücklich unter Beweis gestellt, dass das Schreiben von Briefen durchaus eine Zukunft hat.

*Preisgewinner, Ehrengäste und Mitarbeitende kamen zusammen, um sämtliche Aspekte des Postwesens zu feiern.*





*Die Kinderheirat lässt sich nur abschaffen, wenn der Teufelskreis von Ignoranz und Armut durchbrochen wird. Um dies zu ermöglichen, bat Eva den UNO-Generalsekretär um finanzielle Unterstützung für die betroffenen Länder.*

### **Leistungsindex**

Die Post ist nicht nur da, um Briefmarken abzustempeln. Hussein erinnerte die Zuhörer an die vielfältigen Aufgaben der Post: «Sie fördert die Eingliederung und ist wichtiger Teil der globalen Wirtschaft.» Die UPU ist sich dessen wohl bewusst und ergriff eine wichtige, vorausschauende Massnahme, indem sie den ZIPD-Index schuf, der die Leistung der Postunternehmen anhand der vier Kategorien Zuverlässigkeit, Reichweite, Relevanz und Widerstandsfähigkeit misst.

An der Eröffnungszeremonie wurden die Top-Drei-Länder des Index – Schweiz, Frankreich und Japan – ausgezeichnet sowie fünf Regionale Champions: Polen (Osteuropa/GUS), Singapur (Asien-Pazifik), Mauritius (Afrika), Brasilien (Lateinamerika/Karibik) und die Vereinigten Arabischen Emirate (arabische Länder). Deren ermutigenden Ergebnisse zeigen, dass eine solide soziale, ökonomische und postalische Infrastruktur zur Erreichung der UNO-Nachhaltigkeitsziele beitragen kann.

Führende Vertreter dieser Länder nahmen nacheinander die Auszeichnung für ihr Land aus den Händen von Bishar A. Hussein und Pascal Clivaz entgegen. Der UPU-Generaldirektor und sein Stellvertreter gratulierten die Preisempfänger zur guten Leistung und ermunterten sie, den eingeschlagenen Weg weiterzugehen. Die Auszeichnungen sind Ausdruck der hervorragenden und innovativen Arbeitsweise dieser Postunternehmen.

Susanne Ruoff, Generaldirektorin der Schweizerischen Post, nahm die Auszeichnung für die Schweiz entgegen. Das Land erzielte die Index-Höchstwertung. Sie nutzte die Gelegenheit, sich bei den Mitarbeitenden für deren tagtäglichen Einsatz und Bemühungen für höchste Dienstleistungsqualität zu bedanken. In ihrer Dankesrede ging Béatrice Roux, Director of International Affairs von La Poste Group, auf die soziale Rolle des französischen Postbetreibers ein, der immer wieder innovative Services gerade auch für die schwächeren Bevölkerungsgruppen – beispielsweise ältere Menschen – entwickelt. Wie Masahiko Metoki, Senior Vice President of International Affairs von Japan Post, feststellte, erhielt seine Post diese Auszeichnung fast genau auf den Tag zehn Jahre nach der Privatisierung. Er erfuhren den Preis als eine Bestätigung für den eingeschlagenen Kurs. Zweifellos wird der ZIPD die Postunternehmen weiter dazu animieren, ihre Wertungen zu steigern, in der Hoffnung, wie es der regionale Champion ausdrückte, im kommenden Jahr wieder eine Auszeichnung in Empfang nehmen zu dürfen. **SB**



#### **VIDEO ZUM ZIPD**

<http://bit.ly/2zSjzFq>



#### **FOTOALBUM**

<http://bit.ly/2yHd4Bb>

#### **GEWINNERBRIEF UND SONDERAUSZEICHNUNG**

<http://bit.ly/2AIQaNZ>

# 46. Internationaler Schreibwettbewerb der UPU für junge Menschen (2017)



## 1. Preis

Eva Giordano Palacios,  
14 Jahre (Togo)



## Sehr geehrter Herr Generaldirektor,

Ich heisse Eva Palacios, bin dreizehn Jahre alt und lebe in Lomé, Togo. Wie die allermeisten anderen jungen Mädchen träume ich von einer perfekten Hochzeit in Weiss mit allem Drum und Dran: einem wunderschönen Hochzeitskleid, dem perfekten Bräutigam, einem reichhaltigen Buffet, einem bunten Hochzeitsstrauss, den ich meinen Freundinnen zuwerfen werde, und Eheringen, die stärker funkeln als der teuerste Diamant. Davon träume ich schon lange. Bisher ist es nur ein Traum, da ich noch viel Zeit habe, bis ich heiraten werde – und dafür bin ich sehr dankbar. Für mich mag heiraten noch ein ferner Traum sein, für andere Mädchen in meinem Alter ist dies indes ein realer Albtraum! Ja, ein Schrecken der für viele Mädchen tagtäglich zur Realität wird und gegen den sie machtlos sind. Jedes Jahr werden über 15 Millionen Mädchen unter 15 Jahren gegen ihren Willen mit Männern zwangsverheiratet, die dreimal so alt wie sie sind.

Zweifellos wissen Sie, Herr Generaldirektor, worüber ich heute mit Ihnen sprechen möchte: die Kinderehe.

Kinderheirat ist die zwangsweise Verehelichung von Kindern, die gesetzlich oder emotional noch nicht heiratsfähig sind. Die Kinderehe wurzelt in weit zurückgehenden Traditionen, Armut, Ignoranz oder ist das Ergebnis einer frühen Schwangerschaft oder fehlender Gesetze. Sie kommt am häufigsten in unterentwickelten und armen Ländern vor und betrifft in der Regel Mädchen, die noch keine 15 Jahre alt sind. Sie werden verheiratet, um strategische Allianzen oder Partnerschaften mit anderen Familien einzugehen oder zu festigen. Sie werden verheiratet, weil die Tradition es so will und die Eltern nichts dagegen tun können. Sie werden verheiratet, weil sie von ihren eigenen Eltern als Bürde betrachtet werden, die es durchzufüttern gilt. Sie werden verheiratet, weil ... weil ... weil ...

Die einzige Lösung zur Unterbindung der Kinderehe ist Bildung. Nur mit Bildung werden die Kinder von heute, also die Erwachsenen von morgen, verstehen, dass die Zwangsverheiratung der eigenen Tochter eine alte Tradition ist, die abgeschafft gehört, da sie unfair ist. Armut darf keine Entschuldigung sein, besonders wenn der Mann viel älter als das Mädchen ist. Doch Bildung kostet Geld. In den unterentwickelten Ländern herrscht oft grosse Armut. Es fehlt an den notwendigen Mitteln, um Schulen zu bauen und Lehrer anzustellen. Sie müssen sich mit schlechter Bildung begnügen. Daher muss diesen Ländern stärker unter die Arme gegriffen werden, damit sie aufholen und die erforderliche Infrastruktur schaffen können. Bis es soweit ist, müssen diese Länder aufgefordert werden, Gesetze zu erlassen, welche die Kinderehe verbieten. Wenn heute Eltern vor Gericht stehen, weil sie ihr Kind zu früh verheiratet haben, werden sie oftmals freigelassen, da der Richter oder die Polizei bestechlich sind. Das Rechtssystem ist oft viel zu nachgiebig gegenüber solchen Fällen. Die Ironie dabei ist, dass die Familien, welche ihr Kind aus Gründen der Armut zwangsverheiraten, plötzlich genügend Geld auftreiben können, um die Behörden zu bestechen. Sie sind in einem Teufelskreis gefangen, den sie nur mit Ihrer Hilfe, Herr Generalsekretär, durchbrechen können.

Herr Generalsekretär, ich hoffe, mein bescheidener Beitrag wird Ihnen bei der Planung Ihrer Aufgaben für die nächsten Jahre eine Hilfe sein und dass es Ihnen gelingt, die menschenverachtende und nicht mehr zeitgemässe Kinderheirat abzuschaffen.

Freundliche Grüsse,  
Eva Palacios

# Aus Liebe zum Briefeschreiben

Im Jahr 2013 nahm der britische Schüler Toby Little ein besonderes Projekt für die Sommerferien in Angriff: Zusammen mit seiner Mutter Sabine Little schrieb er jeweils einen Brief an alle 193 UNO-Mitgliedsstaaten. Vier Jahre später hat sich das Ferienprojekt zu einer wahren Leidenschaft entwickelt.

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

Die Inspiration zu seiner Schreibaktion erhielt der damals fünfjährige Knabe aus einem Kinderbuch, welches die Geschichte der Reise eines Briefes von England nach Neuseeland beschrieb. Und da die Sommerferien vor der Tür standen, dachten er und seine Mutter, dass es spannend wäre, Briefe in die ganze Welt zu versenden. Einige Jahre später hat der mittlerweile neunjährige Toby bereits über 1100 Briefe verschickt und über 500 Antworten von Freunden und Fremden aus aller Welt erhalten. Auf der Projekt-Website, [writingtotheworld.com](http://writingtotheworld.com) zeigt er Fotos seiner Briefe und die darauf eingegangenen Antworten. Seine Mutter unterstützt ihn bei der Berichterstattung zu seinem Projekt via Facebook und Twitter.

Auf die Frage, weshalb er in unserer online-dominierten Welt diese traditionelle Form der Kommunikation vorzieht, verweist er auf die Vorfreude und das Gefühl der Authentizität, die das Schreiben von Briefen auslöst.

«Wenn du einen Brief schreibst, beginnst du darüber nachzudenken, welche Antwort du wohl erhalten wirst. Während des Wartens stellt sich echte Vorfreude ein, aber man muss sich auch in Geduld üben. Ausserdem kommt ein richtiger Brief in einem Umschlag, oftmals frankiert mit bunten, aufregenden Briefmarken. Bei einer E-Mail sind eine Betreffzeile und ein paar computergeschriebene Worte alles, was du kriegst», erklärt er seine Passion.

*Tobys Briefe wurden in Buchform unter dem Titel Dear World, How Are You? publiziert. Das Buch wurde mittlerweile in verschiedene Sprachen übersetzt.*



### Lehrreiche Tätigkeit

Sabine weiss, dass die Tatsache, dass ihr Sohn in jedes Land, das er kennt, geschrieben hat, natürlich nicht heissen will, dass er sich an alle Details zu erinnern vermag. Doch das Projekt hat zweifellos seine Lust aufs Lernen entfacht.

«[Das Projekt] hat in ihn sehr neugierig auf Sprachen, fremde Gebräuche, fremdes Essen, Menschen und Tiere gemacht», sagt sie. «Diese Wissbegierde ist ein optimaler Startpunkt fürs Leben», meint sie weiter.

Toby bestätigt dies und erklärt, dass er für jeden neuen Brief, den er schreiben will, Fragen über das Ziel-land ausdenken muss, die er dem Empfänger stellen will – übrigens einer der Aspekte, die er am Schreiben am meisten liebt. Er hofft, dass seine Online Follower von seinen Länderrecherchen profitieren, etwas über die einzelnen Länder lernen und damit ihr Einfühlungsvermögen fördern können.

«Durch das Briefeschreiben und Fragenstellen lernen sich die Menschen vielleicht besser kennen und erfahren, was andere Menschen empfinden. Wenn du weisst, wie andere Menschen ticken und fühlen, ist es wohlmöglich auch einfacher, sich gegenseitig zu verstehen und zu mögen, sodass die Menschen in Frieden miteinander leben können», erklärt Toby seine Beweggründe.

Auf die Frage, welchen Briefe zu seinen absoluten Favoriten zählen, erzählt Toby von der Antwort einer libanesischen Zeitung, die ihm die Antwort in Form einer fiktiven Frontseite zukommen liess, oder von einem Brief, den er von einem Mitarbeitenden des Henry Ford Museum in Michigan erhielt, der für Toby und seine Mutter später eine exklusive Museumsführung organisierte, als die beiden die USA besuchten; die Antwort von einem Forscher in der Antarktis, der Toby zum sechsten Geburtstag eine spezielle Geburtstagskarte vom Südpol schickte.



*Einer der Antwortbriefe, die Toby am meisten am Herzen liegen: Die Antwort einer libanesischen Zeitung in Form einer Frontseite.*

### Fehlende Länder

Trotz aller Bestrebungen fehlen ihm noch Antworten aus 20 Ländern: Angola, Armenien, Burundi, Zentralafrikanische Republik, Kuba, Äquatorialguinea, Guinea, Guinea-Bissau, Côte d'Ivoire, Kiribati, Mauretanien, Pakistan, Panama, Somalia, Sudan, Syrien, Tadschikistan, Tonga, Tunesien und Tuvalu.

Doch Toby hat genügend Geduld und Zeit, auf die Briefe aus diesen Ländern zu warten: «Ich weiss nicht, wann ich [das Projekt] abschliessen kann, doch ich hoffe, damit mindestens weiterzumachen, bis ich erwachsen bin», sagt er. Und seine Mutter fügt hinzu: «Tobys Leidenschaft hat mich angesteckt. So lange er weitermachen will, werde ich ihn unterstützen. Ich finde es wunderbar, dass so viele Menschen Interesse zeigen und helfen wollen. Rund um das Projekt meines Sohnes ist eine wunderbare Gruppe entstanden – ganz normale Menschen, Lehrer, Eltern und andere Kinder, die gemeinsam mit Toby die Welt erkunden möchten.» **KR**

Wer Tobys Briefe lesen oder sich am Projekt beteiligen will, findet mehr Informationen auf seiner Website: ([www.writingtotheworld.com](http://www.writingtotheworld.com)).

Für diejenigen, welche die Briefe lieber auf Papier lesen möchten, gibt es die Briefe auch in Buchform: *Dear World, How Are You?* Das Buch ist in verschiedenen Sprachen erschienen.



# Litauen ersetzt Poststellen in ländlichen Gebieten durch «mobile Postboten»

Angesichts des Bevölkerungsschwunds auf dem Lande hat der vorgesehene Postbetreiber beschlossen, hunderte von Poststellen in entlegenen Gebieten zu schliessen und durch sogenannte «mobile Posties» zu ersetzen, d. h. Postboten, die mit mobilen Geräten ausgestattet sind und Posttransaktionen vor der Haustür der Kunden abwickeln. Zwar bedeutet das Projekt einen Stellenabbau bei der Post, doch weist der Betreiber darauf hin, dass diese Massnahme aufgrund des demografischen Wandels unumgänglich sei, um auch in Zukunft auf dem Lande Postdienste anbieten zu können.

**TEXT:  
DAVID  
KOCH**

Junge Menschen sehen ihre Zukunft in den Städten oder im Ausland. Diese Entvölkerung hat zur Folge, dass die Post ihr Geschäft in ländlichen Gebieten «weder profitabel noch nachhaltig» betreiben könne, so Mikas Jovaisas, Leiter Strategie und Geschäftsentwicklung bei Lithuania Post. «Jedes Jahr geht das Geschäftsvolumen um fünf bis zehn Prozent zurück», meint er weiter.

In der ersten Projektphase wurden 17 Poststellen geschlossen. Letztlich sollen landesweit 375 Poststellen in abgelegenen ländlichen Regionen durch mobile Posties ersetzt werden. Zurzeit sind die bestehenden Postbüros jeden Tag nur zwischen zwei und vier Stunden geöffnet, eine Folge der vorangegangenen Kostensenkungsmassnahmen, so Jovaisas.

Die Kunden können den Service telefonisch über ein Call Center anfordern und einen mobilen Postboten ins Haus bestellen. Die Postboten sind auch erreichbar, während sie ihre Tour absolvieren.

Ausserdem machen die Postboten im Verlauf des Tages an bestimmten Orten halt – meist in der Ortsmitte nahe am Standort des ehemaligen Postbüros – wo sie 15 bis 20 Minuten auf Kunden warten. Dadurch sollen auch die schwächsten Glieder der Gesellschaft, die keinen Zugang zu einem Telefon haben und vom Finanz- und Postleistungsangebot abgeschnitten sind, berücksichtigt werden.

Die Postboten führen ein Tablet, ein Smartphone, einen Drucker und eine kleine Waage mit sich. Bisher wurden drei Automarken (Volkswagen Caddy, SsangYong Tivoli und Renault Kangoo) getestet. Die mobilen Posties legen täglich rund 100 km zurück und legen durchschnittlich 26 Stops ein.

Auf ihrer Route machen sie meistens Zustellungen, da die Umsätze niedrig sind. Die mobilen Posties werden rund alle zwei bis drei Tagen für Hausdienste angefragt.

Mit dem Projekt sollen Kosten eingespart werden, indem verschiedene Rollen – Briefzusteller, Poststellen- und Verkaufsmitarbeiter – kombiniert werden. Laut Postverwaltung lassen sich die operativen Kosten in ländlichen Gebieten um bis 15 Prozent senken.

Die Post spart so Kosten ein, etwa indem die Miet- und Reparaturkosten für die Gebäude entfallen. Derweil ein Grossteil der Kostenreduktion in Form des Stellenabbaus und der damit verbundenen Saläreinsparungen vom Personal getragen wird, sagt Jovaisas auch, dass die Redimensionierung es dem öffentlichen Unternehmen ermöglicht, den verbleibenden und zumeist Vollzeit beschäftigten Posties um bis zu 20 Prozent höhere Löhne zu zahlen. **DK**

# Schweizerische Post experimentiert mit der «Poststelle der Zukunft»

Bergsteiger kennen Interlaken seit jeher als das Tor zu den Alpen. Postexperten lernen Interlaken heute als Stadt kennen, in der neue Ansätze bei der Erbringung von Postdienstleistungen erprobt werden: Die Schweizerische Post testet in der Hauptpost von Interlaken ein neues Konzept.



Die Kunden werden vom prominent platzierten Informations-Desk herzlich begrüsst. Blick in die neu konzipierte Poststelle von Interlaken.

**TEXT:  
DAVID  
KOCH**

Die Hauptpost in Interlaken könnte als Vorlage für die «Poststelle der Zukunft» dienen, falls die Kunden sich mit dem neuen Design anfreunden können.

Wer die offen gestaltete Poststelle betritt, erblickt zunächst einen den Raum dominierenden Informations-Desk, auf dem ein herzliches «grüessech» angebracht ist, Berndeutsch für «willkommen». Dieses Informations- und Auskunft-Desk ist das zentrale Merkmal der experimentellen Poststelle.

«Dort werden die Kunden über die Produkte und Services der Post informiert», sagt Jacqueline Buehlmann, Sprecherin der Post.

Buehlmann erklärt, dass die «Floor Manager» – eine neu geschaffene Funktion, die es noch näher zu definieren gilt – die Kunden quasi als Gastgeber in Empfang nehmen. Sie wissen über sämtliche Produkte und Dienstleistungen genau Bescheid.

«Der Floor Manager arbeitet im Kundenbereich und ist für sämtliche Aktivitäten in Bezug auf alle Produktparten zuständig, die nicht regulär am Schalter abgewickelt werden (Informationerteilung, Produktdemonstration, Beratung, Erklärungen und Verkauf).»

So helfen die Floor Manager Kunden bei der Installation der Post App auf deren Mobilgeräten (die Poststelle verfügt über kostenloses Wi-Fi). Oder sie erläutern den Umgang mit Paketschliessfächern in den «My Post 24 terminals». Diese gibt es landesweit an Bahnhöfen oder bei grossen Supermärkten – oder gleich neben der Post in Interlaken – und bieten den Kunden die Möglichkeit, ausserhalb der Öffnungszeiten Pakete aufzugeben oder in Empfang zu nehmen.

Die Floor Manager können den Kunden auch zeigen, wie bestimmte Transaktionen vom Kunden selbstständig in den Self-Service-Bereichen abgewickelt werden können. Dort platzieren diese ihr Versandgut auf eine Waage und drucken mithilfe eines interaktiven Touch Screen die notwendige Frankierung aus. Wenn das Paket versandbereit ist, können die Kunden den automatischen Zahlungs-Service benutzen oder zur Kasse gehen. (Ähnliche Selbstscan-Kassen finden sich in grossen Supermärkten überall in der Schweiz.)

Indem die Floor Manager mit den Kunden über deren Bedürfnisse sprechen und Lösungen aufzeigen, helfen Sie, eine Beziehung zu den Postkunden aufzubauen und der Bevölkerung die physischen und digitalen Produkte der Post ins Bewusstsein zu rufen.

Weitere Neuerungen in der Poststelle in Interlaken sind ein Drive-Through-Schalter, an dem bereits frankierte Briefe für den Versand abgegeben werden können. Für Geschäftskunden gibt es diesen Service bereits, doch hier werden erstmals auch Privatkunden ihre Postgeschäfte erledigen können, ohne aus dem Auto steigen zu müssen. Davon könnten u.a. ältere Menschen mit eingeschränkter Mobilität profitieren.

Buehlmann berichtet, dass der Drive-Through-Service in Interlaken täglich von rund 20 Unternehmens- und 5 Privatkunden in Anspruch genommen wird, zumeist nachmittags.

Insgesamt versucht die Post mit diesem Konzept, für die Kunden eine angenehme Atmosphäre zu schaffen und eiligen Kunden entgegenzukommen. Statt Schlange stehen lösen die Kunden eine Nummer und warten in bequemen Sesseln, bis diese aufgerufen wird. Kinder können am Kinderschalter «Post spielen» oder sich mit den Malutensilien kreativ austoben.

Die Postverwaltung wird das Ergebnis dieses Pilotversuchs genau analysieren, bevor sie das Konzept in anderen Orten einführt. Wer weiss, vielleicht stehen die in Interlaken ausprobierten Ideen bald Modell für die «Poststelle der Zukunft». **DK**

## AUSTRALIEN

**AUSTRALIA POST** hat seinen Online-Shopping-Abonnementservice «Shipster» landesweit ausgerollt. Shipster bietet den Abonnenten kostenlosen Versand ihrer Einkäufe bei 50 der grössten Online-Einkaufs-Sites Australiens, sofern sie mehr als AUD 25 (USD 19) ausgeben.

## CHINA

Das **STAATLICHE POSTBÜRO CHINAS** vermeldete einen Anstieg bei den Expresssendungen am «Double 11 Day». Dieses Jahr wurden bei der Post und den Kurierdiensten 331 Mio. Sendungen aufgegeben, was einem Anstieg von 31,5% gegenüber 2016 bedeutet. «Double 11» ist ein E-Commerce-Anlass, der jedes Jahr am 11. November stattfindet.

## KROATIEN

**CROATIA POST** hat mit **DHL** ein Partnerschaftsabkommen geschlossen, um bei Paket-sendungen, vor allem im Unternehmensbereich, zu kooperieren. Durch die Vereinbarung wird Croatia Post der 27. europäische Postbetreiber im Parcel Connect-Netzwerk von DHL.

## FRANKREICH

**LE GROUPE LA POSTE** hat ihre Absicht bekannt gegeben, mit dem französischen Abfallverwerter SUEZ ein Jointventure zu gründen, um Büroabfälle in Frankreich zu entsorgen. Die Transaktion bedarf noch der Zustimmung der französischen Wettbewerbsbehörden.

## DEUTSCHLAND

**DEUTSCHE POST DHL GROUP (DPDHL)** kooperiert mit dem Autozulieferer ZF und dem auf künstliche Intelligenz spezialisierten IT-Unternehmen NVIDIA. Zusammen wollen sie 2018 für Testzwecke eine Flotte von selbstfahrenden Zustelliefervagen in Betrieb nehmen. Der Fokus des Pilotversuchs liegt auf der Paketzustellung bis an die Haustür. Als Teil des Projekts wird auch die bestehende Flotte von DPDHL mit Sensoren ausgerüstet, um das KI-System von ZF mit Daten über die Zustellrouten zu versorgen.

**DPDHL** plant zudem, mehr in die Mitarbeitende zu investieren. So sollen 2018 neue Ausbildungsmöglichkeiten für Spezialisten in den Bereichen Kurier-, Express- und Postservices geschaffen werden. Das neue Schulungsangebot richtet sich an ältere Bewerber mit Arbeitserfahrung. Das Unternehmen bietet bereits 18 Ausbildungsgänge und 13 duale Studiengänge an.

## IRLAND

**AN POST** erleichtert mit dem neuen Service ReturnPal die Retournierung von Bestellungen. Nach Herunterladen der ReturnPal App vom Apple Store oder Google Play Store müssen die Kunden nur noch die Adresse eingeben, wo das Paket abgeholt werden soll. An Post druckt eine Etikette aus und sendet das Paket an den Einzelhändler zurück. Die App wird es den Kunden auch ermöglichen, ihr retourniertes Paket bis zum Verkäufer nachzuverfolgen.

## KASACHSTAN

**KAZPOST** gab bekannt, dass es ihre «Parcel supermarket»-Self-Service Centres landesweit expandieren wolle. Die 2015 lancierten elektronischen Terminals, erleichtern den Kunden das Senden und Empfangen von Paketen. Der Service ist 14 Std. pro Tag und sieben Tage die Woche verfügbar. Der Postanbieter will die Anzahl «Supermärkte» bis Ende 2017 von 74 auf 128 erhöhen.

## LITAUEN

**LP EXPRESS**, eine Tochtergesellschaft der litauischen Post, kündigte an, ihr Netzwerk von Self-Service-Paketterminals landesweit auszubauen. Als Reaktion auf den zunehmenden E-Commerce will der Anbieter 40 weitere Terminals in Stadt und Land installieren und die Abdeckung so um knapp 160% verdichten.

## MALEDIVEN

**MALEDIVES POST** lancierte einen Self-Service-Paketdienst mit Namen PikPost. Dieser bietet den Kunden rund um die Uhr Zugang zu Pik-up-Schliessfächern, nachdem ein Paket eingetroffen ist. Den Öffnungscodes erhalten sie per SMS.

## SCHWEIZ

Die **SCHWEIZERISCHE POST** hat gemeinsam mit anderen Schweizer Unternehmen – u.a. Banken, einem Finanzdienstleister, einem Telekom-Unternehmen, einem Versicherungsunternehmen und den Bundesbahnen – eine Absichtserklärung unterschrieben, mit dem Zweck, eine nationale digitale Identitätskarte zu entwickeln. Sie soll den Kunden die Nutzung von Online-Services erleichtern. Die Postverwaltung gab bekannt, dass das neue Unternehmen, die SwissSign Group AG, eine «privatwirtschaftliche Lösung mit staatlicher Zertifizierung» anstrebe.

## VEREINIGTE STAATEN

**AMAZON** startete in den USA ihren neuen Service Amazon Key, mit dem es den Zustelldiensten ermöglicht wird, die Sendungen den Kunden in ihr Heim zu liefern. Der für Amazon-Prime-Mitglieder verfügbare Service umfasst eine App, mit der die Kunden ihre Pakete nachverfolgen können, ein Smart Lock, mit dem der Zusteller ins Hausinnere gelangen kann, sowie eine Sicherheitskamera, mit der die Kunden die Zustellung überwachen können.

*Sämtliche Artikel von Kayla Redstone*





## Poststempel

Validieren und Entwerten im Postamt

## Mail Daters

For validation or cancelling in the post office

## Dateurs postaux

Pour valider et oblitérer au bureau de poste

**REINER**  
www.reiner.de



## Innovation bringing value

Every single day, hundreds of millions of parcels, packages and mailpieces move around the world, along the roads to our houses. In more than 20 countries, on 5 continents, a large part of them is sorted, routed, tracked, prepared for delivery by our solutions. SOLYSTIC provides operators of postal and parcel industry with solutions for e-commerce logistics, B2C delivery preparation, "mixed" mail sorting and automatic resolution of delivery addresses. We help our customers to meet growing demand, to be ahead of the competition, to make their business profitable. SOLYSTIC: we always try to think creatively.

**Innovative solutions for the mail and parcel industry.**

