

Nummer 4/2005

Oktober

November

Dezember 2005

UNION POSTALE 4

In dieser Nummer...

	Seite
Deckblatt	
Man kann es nicht oft genug sagen: Mitarbeiter sind das Um und Auf eines Unternehmens. Dies gilt besonders für den Postsektor, der über fünf Millionen Menschen in aller Welt beschäftigt. Zur Sicherung eines qualitativ hoch stehenden Dienstes wissen die Führungskräfte von Postunternehmen, wie beispielsweise jene von Dänemark und Hongkong, China, dass sie täglich mit ihren Mitarbeitern in Kontakt sein und kommunizieren müssen. <i>(Photo: Niels Busch)</i>	
Vorwort	
Die <i>Union Postale</i> wird gerne gelesen	2
Unser Briefkasten	
Gedanken, Ratschläge und Ideen unserer Leser	3
In aller Kürze	
Überblick über den WPV und die Postindustrie	5
<i>Poststatistik</i>	
Einblicke in die postalische Landschaft	8
Eine Frage der Kommunikation	
Die Post von Hongkong: Die Menschen miteinander verbinden, den Austausch fördern	10
<i>Im Gespräch mit Führungskräften der Post</i>	
Helge Israelsen, Generaldirektor der Dänischen Post	12
<i>Weltgipfel zur Informationsgesellschaft</i>	
Der Postsektor findet grosse Beachtung	15
Aussagen	17
Rubriken	
<i>Postalische Veranstaltungen</i>	
Bits und Bytes bringen die Post zum Laufen	18
Internationaler Briefschreibwettbewerb 2005	19
Der Weltposttag in aller Welt	22
<i>Engere Vereine</i>	
Blick auf den Eurasischen Postverein und die Westafrikanische Postkonferenz	23/24
<i>Das Recht auf Kommunikation</i>	
Aufruf der Pakistanischen Post zur internationalen Solidarität	25
Im Auge des Hurrikans: Allen Widrigkeiten zum Trotz hält die Post der Vereinigten Staaten die Verbindungen aufrecht	27
<i>Ein Postamt im Scheinwerferlicht</i>	
Das Postamt Ballarat in Australien	30
<i>Philatelieforum</i>	
Neuerungen auf dem Briefmarkensektor	32

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

Die *Union Postale* wird gerne gelesen

Nach den Ergebnissen einer Anfang 2005 durchgeführten Umfrage sind die Leser unserer Zeitschrift mit ihr zufrieden. Mehr als 95% der teilnehmenden Leser – 342 Fragebögen wurden ausgefüllt zurückgesendet – damit betrug die Antwortquote mehr als 10% – waren der Auffassung, dass unsere Zeitschrift in angemessener Weise über die Arbeit des Weltpostvereins informiert. Etwa gleich viele Antworten enthielten ein Lob für die Aktualität der Themen. Die Ausgewogenheit des Inhalts (breite Themenpalette, entsprechende Regionalberichte) wurde von 89% der Leser als gut bis sehr gut bewertet.

Von den ständigen Kolumnen wird «In aller Kürze» von 94% der Umfrageteilnehmer gerne gelesen. «Das Recht auf Kommunikation», wo von den Bemühungen der Post um die Aufrechterhaltung des Dienstes im Fall von Naturkatastrophen oder Krieg die Rede ist, fand die Zustimmung von 87% der Leser, die den Fragebogen beantwortet hatten. Die Kolumnen «Ein Postamt im Scheinwerferlicht» und «Gespräch mit einer Führungspersönlichkeit der Post» werden von 86% bzw. 81% der Leser geschätzt. Das «Philatelie-Forum» lesen 60% der Befragten.

Die meisten Leser sind zwischen 30 und 50 Jahre alt. Sie arbeiten in Auslandsabteilungen (25%) oder im Betrieb (21%). 16% sind in der Verwaltung tätig. Etwas mehr als 52% sind bei Postbetreibern beschäftigt, 12%

in Ministerien und 11% bei Regulatoren. 45% der Leser blättern mehr als eine Stunde lang in der *Union Postale*, und 74% gaben an, sämtliche oder jedenfalls die meisten Artikel zu lesen.

Angesichts dieser ermutigenden Ergebnisse dürfen wir annehmen, dass wir den richtigen Weg eingeschlagen haben. Dennoch wird die Redaktion bestrebt sein, den Inhalt und das Erscheinungsbild der Zeitschrift weiterhin zu verbessern. Für 2006 ist sogar mit einer kleinen Verjüngungskur im Interesse von mehr Dynamik und noch mehr Information zu rechnen.

Kommunikation im Sinne von Motivation, Anregung zu neuen Ideen und zielgerichtetem Denken: das ist jener Bereich, der den Postunternehmen besonders am Herzen liegt und in dem ihr Personal ein gewichtiges Wort mitzureden haben soll, denn der Mensch, der Mitarbeiter, ist der grösste Trumpf jedes Unternehmens, das in einem mehr und mehr von Wettbewerb und Liberalisierung bestimmten Umfeld bestehen muss. Auf den folgenden Seiten finden sich dazu Berichte der Dänischen Post und der Post von Hongkong. Ausserdem werden sich unsere Leser ein Bild davon machen können, wie der Postsektor in seinem Bemühen um Kommunikation beim jüngsten UN-Gipfeltreffen in Tunis bewiesen hat, dass er im Begriff ist, einen Platz im Herzen der Informationsgesellschaft zu erobern.

Die Redaktion

Union Postale wünscht ihren Lesern ein glückliches und erfolgreiches Jahr 2006!

Unser Briefkasten

Weltgipfel über die Informationsgesellschaft:

Wie Delegierte des WPV ihn sahen

Anlässlich des Weltgipfels über die Informationsgesellschaft (SMSI/WSIS), der letzten November stattfand, waren die Vertreter von «Canada Post» höchst erfreut, der WPV-Delegation angehören und den Verein repräsentieren zu dürfen. Die Teilnehmer am Weltgipfel zeigten sich beeindruckt von der Initiative des kanadischen Postunternehmens, das sich mit dem Privatsektor zusammengeschlossen hat, um in rentabler Form einen Dienst und eine Infrastruktur auf die Beine zu stellen, die es den Regierungsbehörden ermöglichen, Leistungen online zu erbringen. Sie wollten mehr darüber wissen, wie der elektronische Poststempel funktioniert und nahmen mit grosstem Interesse zur Kenntnis, dass es sich um einen offiziellen Postdienst handelt, der nach den Normen und Vorschriften des WPV abgewickelt und auch von mehreren anderen Postunternehmen angeboten wird. Die meisten Teilnehmer hatten ja zuvor unter der Tätigkeit der Postunternehmen grundsätzlich nur die physische Übermittlung und Zustellung von Sendungen verstanden. Darum staunten sie sehr, als sie erfuhren, wie wichtig die elektronischen Dienste für den Postsektor geworden sind. Zusätzlich konnten sie ihre Vorstellung vom Postwesen beim WPV-Stand erweitern, wo es vieles zum Thema elektronischer Dienste von verschiedenen Postunternehmen zu besichtigen gab.

Simon Ely,

*Direktor für sichere elektronische Kommunikation,
Kanadische Post*

Der SMSI/WSIS war für die *Postal Corporation of Kenya* die beste Gelegenheit zur Bekanntmachung ihres VSAT-Technologieprojekts. Wir unsererseits waren sehr an den elektronisch-technologischen Errungenschaften der Postunternehmen von Tunesien, Südafrika, Kanada, Italien und Frankreich interessiert. Die Postverwaltungen von Mauretanien und Ruanda nahmen die VSAT-Plattform besonders genau in Augenschein, weil sie darin eine Lösung für das Verbindungsproblem in ihren Ländern sehen. Ein entsprechender Gedankenaustausch darüber steht bevor.

Catherine Njeru,

Direktorin für neue Produkte, Post von Kenia

Postgemeinschaft und Solidarität

Der WPV und zahlreiche Postbetreiber sowie deren Länder haben für die Opfer von Naturkatastrophen gespendet. Menschlichkeit und Notstandshilfe werden immer dringender benötigt, zumal in Katastrophenfällen wie jenen, die wir seit letzten Dezember erleben mussten. Bei *Deutsche Post World Net* wird die soziale Verantwortung sehr ernst genommen. Wir setzen bei jeglicher Hilfeleistung unser besonderes Know-how in Sachen Logistik, Kommunikation und Finanzierung voll ein.

Nach der Tsunami-Katastrophe 2004 haben wir humanitär tätigen Organisationen und örtlichen Regierungen 1,5 Millionen EUR in bar und in Naturalien gespendet. Ein Team aus 40 auf dringende Hilfsaktionen per Flug spezialisierten Freiwilligen unter der Leitung von DHL hat sich nach Colombo (Sri Lanka) begeben und dort aus 160 Flugzeugen 7000 Tonnen Hilfsgüter ausgeladen. *Deutsche Post World Net* und *eBay* haben sich zusammengesetzt und aus 200.000 Paketen mit Gegenständen, die von der Öffentlichkeit für eine Sonderversteigerung zur Verfügung gestellt worden waren, mehr als 2,2 Millionen EUR Erlöst. Ausserdem hat die *Postbank* für eine verbilligte Überweisung von Geldbeträgen an Privatpersonen gesorgt.

Nach dem Vorbeiziehen des Hurrikans «Katrina» haben wir mehr als eine Million USD in bar und in Naturalien zur Unterstützung humanitärer Aktionen bereitgestellt. Unsere Kollegen von DHL vom Luftstützpunkt Little Rock (Arkansas) haben 35 Flugzeuge entladen und mehr als 2370 Tonnen Hilfsgüter aus 18 Ländern bearbeitet.

In Pakistan hat ein auf Notstandshilfe spezialisiertes Team, angeführt von DHL, die Regierung von Pakistan am Luftstützpunkt Chaklala in Islamabad unterstützt und das logistische Management für 9000 Tonnen von Hilfsgütern übernommen, die von der Völkergemeinschaft bereitgestellt worden waren. Deutschland und *Deutsche Post World Net* werden ihr Wissen und Können auch weiterhin bedürftigen Menschen und Gemeinschaften zugute kommen lassen. Auch stehen wir voll und ganz auf der Seite des Weltpostvereins, wann immer er sich bemüht, in Krisenzeiten Hilfe zu leisten.

Armin Saidoun,

*Leiter der Abteilung Angelegenheiten des WPV
Deutsche Post World Net*

Eine Wortmeldung des Chefredakteurs

Es ist schön, anerkannt zu werden

Anfang Dezember erschien in *The Light*, einer kleinen Wochenschrift in Point Reyes, Kalifornien, die bereits mit dem Pulitzerpreis ausgezeichnet worden ist, ein Artikel. Die Leser wurden so darauf aufmerksam gemacht, wie sehr sich die Post bemüht, die Grusskarten von Millionen Menschen zum Weihnachtsfest und zum Neuen Jahr ans Ziel zu bringen. Der Verfasser der Kolumne, John Hulls, erwähnt darin auch den Weltpostverein und hält kurze Rückschau auf die Geschichte des modernen Postwesens. Wir fanden das besonders liebenswürdig, weil es beweist, dass die Arbeit unseres Vereins, der ja eine der kleinsten Sonderorganisationen der Vereinten Nationen ist, nicht unbemerkt bleibt. Hier ein Auszug aus Hulls Artikel: «Der Weltpostverein hat viel dafür getan, die weltweite Kommunikation zu fördern, hat viele Dienste eingerichtet, die wir für selbstverständlich halten, darunter die Postanweisungen, die eingeschriebenen Briefe und die internationale Flugpost. Auch unterstützt er die

weniger entwickelten Länder mit Rat und Tat. Interessanterweise beschäftigt er sich auch eingehend mit der Entwicklung von Transaktionen via Internet, damit Beförderung, Bezahlung und Verzollung im Interesse des Warenverkehrs erleichtert werden – sogar im Verkehr mit den Bewohnern der entlegensten Gebiete unserer Erde. Wenn Sie also ein Postamt besuchen, betrachten Sie dies als Kontakt mit einem System, das nicht nur Ihr *The Light* ins Haus bringt, sondern auch dafür sorgt, dass Menschen in aller Welt miteinander in Verbindung treten können – sogar im Fall von Naturkatastrophen und zumeist auch mitten im Kriegsgeschehen. Es mag unglaublich klingen, aber dieses System funktioniert von einem Büro in der Schweiz aus, das nur 150 Mitarbeiter aus 40 Ländern beschäftigt und dessen Tätigkeit so reibungslos abläuft, dass sie kaum jemandem auffällt. Vielleicht sollte man in Sacramento (Hauptstadt und Regierungssitz von Kalifornien, Anm.d.Red.) überlegen, wie die Leute vom Weltpostverein das schaffen. Und wenn man die Methode herausgefunden hat, wäre ein Bericht darüber fällig!»

***Union Postale* erwartet Ihre Leserbriefe**

Unsere Leser, die zu einem Artikel Stellung nehmen oder ihre Gedanken zu einem für die Postfamilie interessanten Thema äussern möchten, werden gebeten, uns zu schreiben. Bitte nicht vergessen, Name, Anschrift, Telefonnummer und e-Mail-Adresse anzugeben. Die Herausgeber behalten sich das Recht vor, die zur Veröffentlichung geeigneten Briefe zu kürzen oder stilistisch zu adaptieren. Richten Sie Ihr Schreiben bitte an die Herausgeber der *Union Postale* oder senden Sie ein e-Mail an rheal.leblanc@upu.int.

In aller Kürze

Ein Logo für den nächsten Kongress

Als Gastgeberland des Weltpostkongresses 2008 hat Kenia am 20. Oktober 2005, und zwar im Rahmen der Jahrestagung des Verwaltungsrates (CA) in Bern, das neue Kongresslogo vorgelegt. Es ist in den Farben der Flagge von Kenia gehalten und setzt sich aus Symbolen zusammen, die für die Post und für das Land Kenia stehen. Seine runde Form soll an den Erdball und an den weltumspannenden Charakter der Post erinnern. Die Brieftaube symbolisiert seit jeher die Nachrichtenübermittlung. Ausserdem sind ein Briefumschlag, der «Mount Kenya» als landschaftliches Wahrzeichen und ein Löwe als Hinweis auf die Bedeutung von Safaris mit einbezogen. Als Designer des Logos zeichnet Geoffrey Nyongesa, ein 24-jähriger Student der Kenyatta-Universität, verantwortlich. Sein Entwurf wurde ausgewählt, weil er Schlichtheit, Universalität und Originalität in sich vereint.

Nairobi 2008: Vorbereitungsarbeiten

Wie James Rege, früher Generaldirektor im Ministerium für Information und Kommunikation von Kenia, bei der Tagung des CA ausführte, wird der Kongress von Nairobi vom 13. August bis zum 3. September 2008 dauern. Er wies dabei darauf hin, dass der Erfolg des Kongresses für die Regierung von Kenia hohe Priorität hat, und teilte mit, dass auf Regierungsebene ein Komitee zur Kontrolle der Vorbereitungsarbeiten sowie drei weitere Gremien eingesetzt worden sind: ein Leitender Ausschuss aus Vertretern verschiedener Ministerien und Behörden, der für organisatorische Fragen und für die Bereitstellung der erforderlichen Mittel zuständig ist, weiters ein Konsultativkomitee für Kongressangelegenheiten, bestehend aus Mitgliedern in Schlüsselpositionen, die für die Erstellung zweckmässiger Richtlinien und für die Überwachung des Fortgangs der Vorbereitungsarbeiten verantwortlich sind, und schliesslich der Vorbereitungsausschuss, der für die Planung zu sorgen hat. Ein Ständiges Sekretariat wird die Tätigkeit dieser Gremien koordinieren und als zentrale Kontaktstelle dienen.

Als Tagungsort stehen in Nairobi zwei Einrichtungen zur Wahl: das Konferenzzentrum «Kenyatta International» und die Räumlichkeiten der Vereinten Nationen.

Die Strategie-Konferenz von Dubai: Unterzeichnung einer Vereinbarung

Der WPV und das Postunternehmen der Vereinigten Emirate haben eine Vereinbarung unterzeichnet, die Regelungen für die Organisation der Strategie-Konferenz des WPV. Diese Konferenz wird vom 14. bis zum 16. November 2006 im Kongresszentrum «Grand Hyatt» in Dubai (Vereinigte Arabische Emirate) stattfinden und soll zweieinhalb Tage dauern. Nicht weniger als 800 Delegierte aus 130 Mitgliedsländern des WPV werden dazu erwartet.

Die beim WPV für strategische Planung zuständige Arbeitsgruppe bereitet schon den Aufbau, die Themen und das Programm der Konferenz vor und wird dem Koordinationskomitee im Februar 2006 einen endgültigen Bericht dazu vorlegen. Die Themen und der Programmwurf werden dann vom Leitenden Ausschuss des Verwaltungsrates und bei der Tagung des Rates für Postbetrieb im April 2006 diskutiert werden.

Bei diesen Strategie-Konferenzen, die alle vier Jahre in der Zeit zwischen den Kongressen stattfinden, wird über den Fortgang der Arbeiten an der Erreichung der vom letzten Kongress festgelegten poststrategischen Ziele Bilanz gezogen. Ausserdem werden Richtlinien erstellt, an die sich die Postunternehmen bis zum nächsten Kongress halten können.

Für intensiveren Dialog

Der WPV und die *Union Network International* (UNI) haben im November eine Vereinbarung geschlossen. In deren Mittelpunkt steht der Dialog über die dauerhafte Weiterentwicklung der Postdienste auf internationaler Ebene.

Die Vereinbarung sieht gemeinsame Aktionen vor, die sich in erster Linie auf die Auswirkungen der Weiterentwicklung des Postsektors auf die Mitarbeiter konzentrieren – vor allem in Hinblick auf Gesundheitsschutz und Sicherheit –, sowie auf die Verbesserung und die Entwicklung der Fachkompetenz der Mitarbeiter. Ausserdem wollen die beiden Organisationen weiterhin die Postbankendienste fördern, insbesondere die Geldübermittlung auf elektronischem Wege über das internationale Postnetz. Durch diese Dienste werden nämlich

zahlreiche Arbeitsplätze gesichert, und Millionen von Gastarbeitern samt ihren Familien profitieren davon, dass die Überweisung von Geldbeträgen zu erschwinglichen Preisen ermöglicht wird.

Philip Jennings, der Generalsekretär der UNI, hat erklärt, dass diese erste Vereinbarung, die von der UNI mit einer Sonderorganisation der Vereinten Nationen geschlossen worden ist, eine Schlüsselstellung innehat: «Das Umfeld der Post verändert sich unaufhörlich, und wir müssen in diesem Bewusstsein der Zukunft gemeinsam entgegengehen. Der Dialog auf allen Ebenen zwischen Regierungsbehörden, Betreibern und Gewerkschaften ist dafür der optimale Weg.»

Das Programmbudget 2005/2006 steht fest

Einstimmig genehmigte der Verwaltungsrat (CA) bei seiner Tagung im Oktober 2005 das Programmbudget 2005/2006. Damit wurde ein grosser Schritt auf dem Weg der strategischen Planung des Weltpostvereins getan.

Das Programmbudget ist u.a. deshalb so wichtig, weil der CA, der Rat für Postbetrieb (CEP/POC) und das Internationale Büro auf dieser Grundlage und gemäss den fünf Hauptzielen und sechzehn Programmen des vom Kongress verabschiedeten Strategischen Plans nun ein Arbeitsprogramm erstellen können. Dieses Programm setzt sich aus spezifischen, genau abgestimmten Aktivitäten zusammen und sieht auch die jeweils erforderlichen Mittel vor. Es soll erreicht werden, dass alle Menschen dieser Welt Postdienste zur Verfügung haben, die ihren Vorstellungen von Zuverlässigkeit, Sicherheit, Qualität, Auswahl und Preis entsprechen.

Es wurden grosse Anstrengungen unternommen, um den strategischen Charakter dieser für den Zeitraum 2005/2006 gedachten Arbeitsunterlage noch stärker zu betonen. Es besteht ein unmittelbarer Zusammenhang zwischen der Weltpost-Strategie von Bukarest (SPMB/BWPS) und den von CA und CEP/POC zu deren praktischer Umsetzung eingerichteten Strukturen einerseits und den 82 Projekten, die von den in deren Rahmen tätigen Gremien durchgeführt werden sollen, andererseits. Somit ist jedes im Programmbudget 2005/2006 genannte Vorhaben und jede vom CA und vom CEP/POC eingesetzte Arbeitsgruppe als Beitrag zur Erreichung eines der Ziele der SPMB/BWPS zu verstehen. Die Gesamtzahl der Projekte wurde beschränkt, um den Mitgliedsländern die Konzentration auf die strategischen Ziele zu ermöglichen. Zugleich bleibt die Transparenz gesichert, weil

jederzeit genau feststellbar ist, was mit den Mitgliedsbeiträgen der Vereinsländer geschieht (sie belaufen sich für die genannte Zweijahresperiode auf 71,4 Millionen CHF).

Frauen im Vormarsch

Drei seit langen Jahren auf dem Postsektor tätige Frauen wurden vor kurzem beim Weltpostverein mit hohen Funktionen betraut. Wendy Eitan, die Leiterin der Auslandspostabteilung von Israel, ist nun Präsidentin der EMS-Kooperative. Sie ersetzt damit Akio Miyaji (Japan), der im September als Koordinator für Dienstqualität in das Internationale Büro eingetreten ist. Frau Eitan wird das Büro der EMS-Kooperative, die 131 Mitglieder zählt, bis zu deren nächster Generalversammlung im März 2006 leiten. Die anderen beiden Damen sind Loretta Janthe Charlemagne, neue Regionalkonsulentin für die Karibik, und Gladys Mutyavaviri, als neue Regionalkonsulentin für die englischsprachigen Länder Afrikas. Loretta Charlemagne stand früher an der Spitze des Karibischen Postvereins (auch dort als erste Frau in dieser Position) und war Generalpostdirektorin von Santa Lucia. Frau Mutyavaviri leitete das Postunternehmen von Simbabwe (Zimpost).

Nirgendwo geht's bei der Post so heiss zu!

Auf der Insel Tanna, im Süden des Archipels Vanuatu, liegt der Mount Yasur, einer der aktivsten und unberechenbarsten Vulkane der Welt. Ein echter, kochender Kessel, dessen drei Fumerolen fast ständig Lava mit einer Temperatur von 1000 Grad Celsius in die Luft speien.

Und doch befindet sich gleich neben dem Krater des Mount Yasur ein Briefkasten. Wenn Touristen den Vulkan erklettern, können sie, indem sie seinem Grollen und Beben trotzen (zuweilen zittert der Boden davon), ihre Post dort einwerfen. Sogar Ansichtskarten und Sondermarken der «Vulkanpost» können sie kaufen und an Verwandte und Freunde versenden.

Dieser Briefkasten ist wirklich etwas Einzigartiges und eine unvergleichliche Touristenattraktion – dennoch ist es nicht ungefährlich dort oben auf dem Mount Yasur, und Warnschilder mahnen zur Vorsicht.

Gary Ryan, der Generalpostdirektor von Vanuatu, gibt zu, dass der Briefkasten zwar je nach Wetterlage zuweilen auch auf einen anderen Standplatz auf einer weniger gefährdeten Flanke des Berges verlegt wird,

dass aber die flüssige Lava trotzdem stets ein Risiko für die Postsendungen bedeutet. «Dies ist einer der ganz seltenen Orte, wo für die Abfertigung der Post nicht zu 100% garantiert werden kann», erklärt er. «Kurz gesagt: Sollte der Briefkasten einmal in den Krater fallen, werden wir nicht hinuntersteigen, um ihn zu holen!»

Schon im Jahr 2003 hatte sich die Post von Vanuatu als für «Extremdienste» zuständig profiliert, als sie das erste Untersee-Postamt eröffnete.

Quelle: Postjournal, Australia Post

Die Postgemeinschaft trauert um nigerianische Kollegen

Mit grosser Trauer nahm die gesamte Postgemeinschaft Kenntnis vom tragischen Tod des nigerianischen Generalpostdirektors Abubakar Argungu und des Leiters der Finanzabteilung Stephen Eneware. Beide starben auf der Heimreise von der Tagung des Verwaltungsrates des WPV bei einem Flugzeugabsturz in der Nähe von Lagos (22. Oktober 2005).

In einem Schreiben an den Verkehrsminister von Nigeria, Cornelius Adebayo, betonte Generaldirektor Edouard Dayan, dass der allzu frühe Tod von Abubakar Argungu und Stephen Eneware «für ihre Familien, für ihr Heimatland und für die weltweite Postgemeinschaft einen Verlust bedeutet, der unmöglich zu ersetzen ist.» Generaldirektor Argungu war Präsident der Finanzkommission und hatte als solcher, wie Edouard Dayan weiter schrieb, «seine ausserordentlichen fachlichen und menschlichen Qualitäten unter Beweis gestellt, ebenso seine Geradlinigkeit und seine ganz besondere Gabe, zum Dialog anzuregen und Aktivitäten zu koordinieren.» Die nigerianischen Postbehörden nannten Argungu «eine Führungspersönlichkeit voll Charisma und Weitblick». Er war ausserdem auch Präsident des Verwaltungsrates des Panafrikanischen Postvereins. Stephen Eneware seinerseits hatte an zahlreichen Tagungen des Weltpostvereins teilgenommen und wurde im Internationalen Büro ebenfalls sehr geschätzt.

Fotos:

Abb. 1. – Generaldirektor Edouard Dayan und der Generalpostdirektor der Vereinigten Arabischen Emirate, Abdulla Ibrahim Al Daboos, haben die Vereinbarung unterzeichnet. Al Daboos erklärte dabei, dass die Emirate keine Mühe scheuen würden, um die Konferenz zu einem vollen Erfolg zu machen.

Abb. 2. – Der singende Briefträger weiss die Delegierten zu rühren.

Der berühmteste Postbote von China heisst Wang Shunyou (siehe unsere Nr. 3/2005). Er ist in seiner eleganten Uniform bei der Tagung des CA aufgetreten, hat seine persönliche Geschichte erzählt und in diesem Zusammenhang über die Bedeutung des Universaldienstes der Post gesprochen. Zum Abschluss seiner Erzählung brachte er ein Lied zum Vortrag und begeisterte damit die Delegierten. Hier ist er mit Vizegeneraldirektor Huang Guozhong (links im Bild) und mit James Wade, dem Präsidenten des Rates für Postbetrieb, zu sehen.

Abb. 3, 4 und 5. – Wendy Eitan, Loretta Ianthe Charlemagne und Gladys Mutyavaviri.

Abb. 6 und 7. – Abubakar Argungu und Stephen Eneware.

Einblicke in die postalische Landschaft

Rhéal LeBlanc

Jedes Jahr seit 1875 führt das Internationale Büro bei den Mitgliedsländern des Weltpostvereins eine Umfrage zu den Postdiensten und deren Trends durch. Die Datenerfassung hat sich seit damals deutlich verändert. Heute werden Fragebögen an Postbetreiber und Regulierungsbehörden versendet. Mehr als 90% aller Mitgliedsländer haben sie im Jahre 2005 ausgefüllt, und damit zu einer wichtigen Quelle für die Poststatistik gemacht. Datenerfassung ist angesichts der wachsenden Konkurrenz auf dem Postsektor nicht immer ganz einfach, doch nach Ansicht der Statistikerin Nicole Gogniat machen die Mitgliedsländer Fortschritte bei der Beteiligung an dieser Umfrage. «Entwicklungsländer, von denen sich viele um bessere Verrechnungssysteme bemühen, übermitteln heute qualitativ hochwertige Informationen zu ihren Postgeschäften, was sehr hilfreich ist.» Ein kurzer Blick auf die jüngst gesammelten Daten für das Jahr 2004 bringt Einsichten in die heutige Postlandschaft.

Interessanterweise nutzen die Postunternehmen neue Kommunikationstechnologien wie das Internet immer stärker zur Erbringung einer wachsenden Anzahl von Diensten. Im Jahre 2004 boten etwa 81% aller Industrieländer und 38% aller Entwicklungsländer Postdienstleistungen online an. Hinsichtlich der Art des Angebots, waren es in 41% der Industrieländer und 8% der Entwicklungsländer Rechnungszahlungen online, dagegen boten 37% der Industrieländer und 21% der Entwicklungsländer elektronische Postdienste an. Online-Einkauf war in 33% der Industrieländer und 10% der Entwicklungsländer möglich. Schliesslich boten 37% der Industrieländer und 39% der Entwicklungsländer den Internetzugang an.

«Die Welt der Vielfachwege verlangt von der Post den Einsatz sowohl traditioneller als auch elektronischer Netze für ihre Dienstleistungen», meint Dean Pope aus Kanada, der Vorsitzende der Gruppe Elektronische Produkte und Dienstleistungen. «Die Postunternehmen nutzen immer stärker elektronische Dienste, doch wird es zu weiteren Veränderungen kommen, da laut Umfrageergebnissen je nach Kundenvorlieben sowohl die traditionellen als auch die elektronischen Möglichkeiten eingesetzt werden müssen. Die Entscheidung wird dann wohl der Empfänger treffen.»

Gleichbleibendes Briefpostaufkommen im Inland

Im Bereich der traditionellen Produkte nahm die Anzahl von Inlandsbriefsendungen sowie In- und Auslandspaketen 2004 weiter zu, das Aufkommen an internationalen Briefsendungen dagegen sank stetig.

Das Inlandsaufkommen an Briefen, Postkarten, Zeitungen, Päckchen und Werbesendungen stieg 2004 um 1% auf 430 Milliarden im Vergleich zu den 425 Milliarden im Jahre 2003. In den 28 Industrieländern kam es 2004 zu einer Zunahme um 2,2%, was einem Aufkommen von 82% aller weltweit versendeten Inlandssendungen entspricht. In den arabischen Ländern, den Ländern Mittel- und Osteuropas sowie jenen der Gemeinschaft unabhängiger Staaten (GUS) und Afrikas stieg das Aufkommen um 3,6, 2,9 bzw. 2,8%. Lateinamerika und die Karibik bzw. der Asiatisch-Pazifische Raum zeigten eine rückläufige Entwicklung des Sendungsaufkommens um 2,7 bzw. 7,4%.

«Geht es der Weltwirtschaft gut, kommt es zur Aufwärtsentwicklung des Aufkommens an Inlandssendungen», meint Arne Johnsen, Leiter des Wirtschaftsprogramms der Post beim Internationalen Büro. «In den meisten Ländern stieg das Aufkommen an Inlandspost. Wo aber Marktanteile verloren gingen, sank das Aufkommen entsprechend.»

Die Post hat noch immer einen 94%igen Anteil am Briefpostmarkt, Privatbetreiber nur 6%. Die Briefpost brachte 56% aller Posteinnahmen, und damit um 2% weniger als im Jahre 2003.

Im Auslandsverkehr bearbeiteten die verschiedenen Postunternehmen im Jahre 2004 5,8 Milliarden Sendungen, was einem Rückgang um 4,2% oder sechs Milliarden Stück entspricht. Sie haben noch immer einen Anteil von 63% am internationalen Briefpostmarkt, an dem die Privatbetreiber 37% halten. Doch meint Johnsen, dass manche Auslandssendungen heute bereits als Inlandsendungen betrachtet werden, da manche öffentlichen Betreiber einen «direkten Zugang» für Auslandssendungen anbieten und Auslandssendungen von ihnen unmittelbar in den Sendungsstrom des Bestimmungslandes und zu dessen Inlandsbedingungen eingebracht werden. Andere wiederum betreiben das «Remailing», d.h. sie befördern Sendungen ins Bestimmungsland, wo sie dann aufgegeben werden.

Beträchtlicher Anstieg des Paketaufkommens

Bei gewöhnlichen Paketen kam es zum stärksten Aufkommensanstieg im Vergleich zum Vorjahr. 2004 kam es vor allem im Inlandsverkehr zu Rekordzahlen. Die öffentlichen Postbetreiber in aller Welt haben insgesamt 5,4 Milliarden Pakete bearbeitet, das sind 15,8% mehr als im Jahre 2003. Ein wesentlicher Teil dieses Erfolgs wurde in Japan erzielt, da sich das Paketaufkommen im Jahre 2004 auf 1,4 Milliarden Stück belief, was im Vergleich zu den 690 Millionen von 2003 und den 437 Millionen von 2002 sehr beachtlich ist.

Die Zahlen scheinen zwar viel versprechend, doch haben auch Privatbetreiber diesen Markt fest im Griff. Die Post insgesamt hat nur einen Anteil von 32% am Inlandspaketmarkt und 22% am internationalen Paketverkehr.

Die Zahlen zeigen laut Gary Simpson, Generaldirektor von Parcelforce Worldwide, dem Vorsitzenden der Paketgruppe, dass die Post ihre Paketdienste sehr rasch aufwerten muss um nicht Gefahr zu laufen, diesen Sektor

ganz zu verlieren. «Wir müssen vom EMS-Sektor lernen und die Benützung von Strichcodes fördern, wir müssen Pakete an Hand von Track und Trace-Daten verfolgen und ein Dienstleistungsbewertungssystem entwickeln und einführen. Das alles muss aber sehr rasch geschehen, wenn wir nicht als Verlierer dastehen wollen.»

«Derzeit sind wir bei der Hauszustellung die besten», meint er weiters, «das ist für die Geschäftsentwicklung der Zukunft mit der Verbreitung des Online-Einkaufs sehr wichtig. Daher interessieren sich unsere Konkurrenten auch besonders für die Hauszustellung. Wir müssen genau beobachten, was sie tun, um unsere Stärken noch besser herauszustellen.»

Mit Ausnahme eines geringfügigen Rückgangs im Jahre 2003 stieg das internationale Paketaufkommen seit 1999 stetig und erreichte 49 Millionen Stück im Jahr 2004, das sind um 4,1% mehr als 2003.

Das Internationale Büro wird den Postbetreibern und Regulierungsbehörden Anfang 2006 neuerlich Fragebögen übermitteln.

Die Post in Zahlen

In aller Welt sind 5,3 Millionen Menschen bei der Post beschäftigt, vier Millionen sind voll beschäftigt, 1,3 Millionen arbeiten in Teilzeit.

Weltweit gibt es 663 000 Postämter.

Die meisten In- und Auslandsbriefe – etwa 760 je Einwohner – werden jährlich von den Schweizern versendet.

74% aller Postunternehmen in Entwicklungsländern haben Konkurrenz im Inlandsbriefverkehr, dies gilt für 84% in den Industrieländern.

Die Post stellt 82% der Weltbevölkerung ihre Sendungen an den Wohnsitz zu, zwei Prozent jedoch kennen keine Zustellung.

In 68% der afrikanischen und 37% der arabischen Länder müssen die Kunden ihre Post bei Posteinrichtungen abholen.

69% aller Postunternehmen berichten 2004 über einen Einnahmenezuwachs.

Im Asiatisch-Pazifischen Raum erwirtschafteten die Finanzdienste der Post 2004 fast die Hälfte der Einnahmen.

Stellen wir Verbindungen zwischen den Menschen her, fördern wir den Austausch zwischen ihnen

Rhéal LeBlanc

Was ist der Wert wechselseitiger Kommunikation? Das zeigt die Post von Hongkong. Jährliche Umfragen zeigen die Zufriedenheit von mehr als 95% aller Kunden mit den Diensten der Post. Damit zählt die Post von Hongkong bereits seit sieben Jahren zu den drei besten Dienstleistungsorganisationen der Stadt. Das Unternehmen hat also allen Grund, den zehnten Jahrestag seiner Umstrukturierung in einen kommerziell geführten Betrieb zu feiern.

Die Umwandlung eines staatlichen, mit öffentlichen Geldern finanzierten Verwaltungsapparats in eine finanziell unabhängige kommerzielle Gesellschaft erfolgte jedoch nicht von einem Tag zum anderen. Seit 1995 wurde die Post von Hongkong, dank der Nutzung offener, konsequenter und strukturierter Kommunikation zu einer ganz neuen, dynamischen und zukunftsorientierten Dienstleistungsfirma, deren wesentliche Zielsetzungen Ergebnisse, Kundenfreundlichkeit, Innovation und Transparenz sind.

Heute steht für die 7000 Mitarbeiter der Post Kundendienst an erster Stelle, und zwar nicht nur aus geschäftlichen Gründen, sondern auch im Sinne der vom Unternehmen seit 1998 laufenden Fortbildungsprogramme zur Stärkung der Dienstleistungseinstellung.

Zu Beginn schien die Aufgabe kaum erfüllbar. Wie sollten die Ziele des Unternehmens definiert werden, seine Visionen, seine Aufgaben und Werte, während gleichzeitig neue Managementstrukturen, der strategische Rahmen und eine neue Unternehmensphilosophie eingesetzt werden? Es waren grosse Veränderungen in die Wege zu leiten, deren Erfolg vor allem davon abhing, wie das Personal – zumeist Beamte – sich dazu stellte, und dieses galt es zu motivieren sein Bestes zu geben.

Gemeinsam mit den Mitarbeitern wurden die Unternehmensziele unter dem Motto «Stellen wir Verbindungen zwischen den Menschen her, fördern wir den Austausch zwischen ihnen» ausgearbeitet.

«Mit ihrem Programm *Menschen verbinden* bemüht sich die Post von Hongkong um die Erfüllung ihrer gesellschaftlichen Verpflichtungen durch rasche und verlässliche Zustellung der Sendungen zu erschwinglichen Preisen, die Menschen sowohl in der Region als auch

in aller Welt einander nahe zu bringen», erklärt Allan Chiang, der Generaldirektor der Post von Hongkong. «Mit dem *Austauschförderungs*-Programm schaffen wir durch Bereitstellung von Geschäftslösungen an die unterschiedlichsten Sektoren Mehrwert für die Wirtschaft Hongkongs, auch gelingt es uns, die Lebensfähigkeit der Post von Hongkong durch Diversifizierung und Einführung neuer Geschäftsbereiche zu erhalten.»

Das Management war sich der Tatsache bewusst, dass die erfolgreiche Umstrukturierung von der Kommunikation abhängt und ohne regelmässigen Gedankenaustausch niemals gelingen kann. Der Generaldirektor und das leitende Management betonen die Notwendigkeit einer echten Kommunikation zur Information der Mitarbeiter über organisatorische Werte, Richtung, Erwartungen und Ergebnisse der Entwicklung. Sie nehmen deren Vorschläge und Kritik auch gerne an. Regelmässige Besprechungen mit den Personalvertretern, die Schaffung von Teams bestehend aus Managern, Kontrolleuren und Mitarbeitern am Schalter, zur Verbesserung der Dienstleistungen, Einzelgespräche und offene Diskussionsveranstaltungen mit dem Generaldirektor, regelmässige Besuche der Führungskräfte vor Ort sowie Rundfunksendungen und Rundschreiben werden zum regelmässigen Kontakt mit den Mitarbeitern genutzt.

Ausserdem war der Post von Hongkong bewusst, dass eine erfolgreiche Umstrukturierung nur langsam und über einen längeren Zeitraum erfolgen kann. «Klein anfangen und Grosses planen» war das Leitmotiv. Dazu Chiang: «Während der Umstrukturierung war die Veränderungsbereitschaft der ca. 7000 Mitarbeiter sehr unterschiedlich, manche strebten sie an, fanden Neuerungen aufregend, andere wiederum nicht. Sie hatten möglicherweise Angst um ihren Arbeitsplatz. Die Führungskräfte bemühten sich, die Sorgen und Gefühle des Personals vorherzusehen und darauf zu reagieren. Vor allem aber waren sie auf die Herstellung eines guten Vertrauensverhältnisses bedacht.

Der Generaldirektor war sehr bemüht, ein Umfeld für offene Diskussionen zu schaffen, betonte aber gleichzeitig die Dringlichkeit der Veränderungen. Er unterstrich die schwierige finanzielle Situation des Unternehmens und die stetig zunehmenden wirtschaftlichen Schwierig-

keiten der Post. Wichtig war es, den Mitarbeitern nahe zu bringen, in welche Richtung sich das Unternehmen entwickelt und ihnen Sinn und Notwendigkeit der Umstrukturierung verständlich zu machen.

In den letzten zehn Jahren entwickelte die Post von Hongkong eine ganz neue Unternehmenskultur und konnte gleichzeitig auf einem immer schwierigeren

Postmarkt Zuwächse erzielen. Was bewirkte die Kommunikation im Betrieb? Am besten drückt es Chiang aus: «Bei einer organisatorischen Anpassung an die Ziele des Unternehmens gibt es keine Alternative zur Kommunikation.»

Weitere Informationen zur Post von Hongkong und ihrer Tätigkeit finden Sie unter www.hongkongpost.com.

Fotos:

Abb. 1. – Allan Chiang, Generaldirektor der Post von Hongkong mit Mitarbeitern bei der jährlichen Kulturveranstaltung.

Abb. 2. – Im Guinness-Buch der Weltrekorde: Anlässlich des zehnten Jahrestages ihrer Gründung hat die Post von Hongkong das grösste Mosaik der Welt aus Briefmarken gestaltet. Es stellt die Skyline von Hongkong im Format von 6,45 x 3,97 Meter dar. Es besteht aus 690 000 gebrauchten Briefmarken, die von Mitarbeitern der Post von Hongkong und 98 ausländischen Postunternehmen gespendet wurden. Fast ein Jahr lang arbeiteten 1480 Mitarbeiter der Post von Hongkong und ihre Familien an der Herstellung dieses vom Guinness-Buch der Rekorde anerkannten Kunstwerks.

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

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

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

Im Gespräch mit Helge Israelsen Generaldirektor der Dänischen Post

Interview: Juliana Nel

Während des vergangenen Jahres hat sich bei der Dänischen Post sehr viel verändert. Zunächst wurde sie zu 25% einem neuen Besitzer anvertraut. Etwas später übernahm *Post Danmark* zusammen mit ihrem Aktionär *CVC Capital Partners* einen Anteil von 49% der Belgischen Post. Ausserdem verlor sie Anfang 2005 einen Teil ihres Briefmonopols. Helge Israelsen, der die Dänische Post seit siebzehn Jahren leitet, hat sich diesen neuen Herausforderungen gestellt, verfolgt aber daneben noch das Ziel, sein Unternehmen zum besten von ganz Europa zu machen. Dass dieses Ziel erreicht werden kann, erscheint absolut realistisch, wenn man bedenkt, dass bei der Post in Dänemark die menschliche Komponente und der Qualitätsanspruch als vorrangig gelten und dass ihre Leistungen bereits mehrfach ausgezeichnet worden sind – u.a. mit dem Sonderpreis des WPV für Qualitätsmanagement.

Union Postale: Auf welche Indices stützen Sie sich bei der Bewertung Ihrer Ergebnisse?

Helge Israelsen: Unser Bewertungsmodus berücksichtigt das Dienstniveau, die Dienstgüte und die Preise. Wir haben Indices erstellt, die uns Vergleiche bei Finanzergebnissen, bei der Zufriedenheit von Kunden und Angestellten, bei der Dienstqualität und bei der Konkurrenzfähigkeit ermöglichen. Derzeit sagen sie aus, dass wir marktmässig sehr gut liegen. Wir möchten aber unsere Position noch weiter ausbauen und bis 2006 in Europa führend sein. Andere europäische Betreiber verwenden ähnliche Methoden wie wir, weshalb Vergleiche leichter fallen sollten. Der steigende Wettbewerb allerdings wirkt sich auf die Transparenz abträglich aus, die vergleichbaren Daten sind nämlich zunehmend schwerer aufzutreiben. Dennoch legen wir Wert darauf, unsere Dienstleistung gerade dort zu verbessern, wo es allfällige Rückstände aufzuholen gilt.

Union Postale: In welchen Bereichen halten Sie eine Verbesserung für durchführbar bzw. erforderlich?

Helge Israelsen: So wie zahlreiche andere Betreiber ist auch die Dänische Post nicht flexibel genug, um den sehr unterschiedlichen Bedürfnissen der Kunden gerecht zu werden. Bisher haben wir stets vereinheitlichte Produkte

angeboten. Davon wollen wir abgehen und einen zuverlässigen und qualitativ hochstehenden Universaldienst versehen, der allen zur Verfügung steht, aber doch den individuellen Bedarf berücksichtigt. Wenn z.B. ein Kunde wünscht, dass seine Post an Werktagen an seinen Arbeitsplatz zugestellt wird, am Samstag hingegen an seine Privatadresse und in den Ferien an sein Sommerhaus, müssten wir in der Lage sein, dafür zu sorgen.

Union Postale: Was sind Ihres Erachtens die wichtigsten Komponenten eines guten Postdienstes?

Helge Israelsen: Eine wichtige Basis ist die Zuverlässigkeit. Wenn man sich einmal verpflichtet hat, eine Sendung am Tag nach ihrer Aufgabe zuzustellen, muss man dafür bürgen können und darf sie nicht zu einer falschen Adresse bringen oder sie verlieren. Anders gesagt: der Kunde muss sich auf die Post verlassen können. Ausserdem geht es meiner Meinung nach im Postdienst vor allem um die menschliche Komponente. Die Personalkosten machen mehr als 60% unserer Ausgaben aus; kein Postunternehmen kann ohne seine Mitarbeiter bestehen. Wenn wir nicht für ein Ambiente sorgen, in dem unsere Angestellten ihre Fähigkeiten zur Geltung bringen können und gerne immer besser arbeiten, werden wir niemals gute Dienste leisten. Die Mitarbeiter müssen wissen, was die Kunden von unserem Service halten, damit sie Verbesserungen herbeiführen können, wenn das erforderlich ist. An der Spitze des Unternehmens muss die Stimme der Mitarbeiter und der Kunden gehört werden. Das heisst auch, dass die administrativen und betrieblichen Verfahren gemeinsam mit dem gesamten Personal ständig verbessert werden müssen. So weit zu den wesentlichsten Voraussetzungen für einen Postdienst von hoher Qualität.

Union Postale: Welche Ergebnisse hat das «Überlegte Sparen» der Dänischen Post bisher erbracht, und welche Lehren können andere Postunternehmen aus Ihren Erfahrungen ziehen?

Helge Israelsen: Ich darf Ihnen versichern, dass vielmehr die «Post Danmark» einiges von anderen Postunternehmen gelernt hat! Wir haben Programme des kanadischen, des schwedischen und weiterer Postunternehmen stu-

diert, die unserem Programm ähnlich waren, und uns auf dieser Grundlage perfektioniert. Der Begriff «Überlegtes Sparen» gehört in den Bereich der Unternehmens-Philosophie, derzufolge das Management sich bemüht, den Kunden ein Maximum an Wert zu bieten, dabei aber jegliche Verschwendung auf ein Minimum zu reduzieren. Es muss für einen logischen Ablauf der Produktionsprozesse gesorgt werden und deshalb auch für einen optimalen Einsatz der Produktionsstätten, Maschinen und Mitarbeiter. Damit wird ein Maximum an Effizienz und Rentabilität gewährleistet. Wir haben beispielsweise im Westen Dänemarks ein neues Paketzentrum errichtet, das nunmehr die Arbeit der vorherigen fünf leistet. Zudem haben wir die Geschäftspraktiken und EDV-Einrichtungen unseres Unternehmens durchleuchtet und sind im Finanzbereich zum SAP-System übergegangen. Unter besonderer Betonung der Notwendigkeit, die Zustellfristen für Briefsendungen einzuhalten, haben wir im Jahr 2004 erreicht, dass 95,2% der Priority-Sendungen und 98,6% der Economy-Sendungen rechtzeitig zugestellt wurden. Das bedeutete eine deutliche Verbesserung im Vergleich mit den Jahren davor. Auch unser Image bei Kunden und Angestellten ist so entscheidend aufpoliert worden, dass uns die dänische Regierung im Jahr 2004 den Sonderpreis für Qualität verliehen hat. Allerdings ist und bleibt die Post trotz zunehmender Automatisierung der Arbeitsgänge und Nutzung technologischer Errungenschaften ein durchaus personalintensiver Bereich, und wir haben unseren Mitarbeitern von Anfang an ein Mitspracherecht eingeräumt. Sie werden weniger kontrolliert, arbeiten als autonome Teams und profitieren von Schulungs- und Karriere-Initiativen. Im Rahmen unseres Programms «Totaleinsatz für Qualität» betreiben wir die Weiterentwicklung unseres Unternehmens in engster Zusammenarbeit mit unserem Personal. So konnten wir unsere Ausgaben vermindern und unsere Leistungsfähigkeit steigern. In dieser Richtung soll es auch weitergehen.

Union Postale: Kommen wir nun zur Liberalisierung des Postsektors: Inwieweit hat sich die im Bereich des dänischen Postmonopols Anfang 2005 eingeführte Senkung der Gewichtsgrenze von 100 auf 50 Gramm auf Ihren Betriebserfolg ausgewirkt?

Helge Israelsen: Sie hat keinerlei besondere Konsequenzen mit sich gebracht. Natürlich – die Liberalisierung des Marktes läuft schon seit Jahren, und ihre Auswirkungen kumulieren, doch lässt sich nur schwer ein Bereich nennen, in dem sie sich auf unser Unternehmen besonders ausgewirkt hätte. Das kann aber noch kommen. Unsere

Konkurrenten könnten an Boden gewinnen und uns vom Markt zu verdrängen versuchen. Wir haben jedenfalls eingesehen, dass wir, um wirklich konkurrenzfähig zu sein, der Qualität der Gewichtsstufen über 50 Gramm besondere Aufmerksamkeit schenken müssen.

Union Postale: Wie wird es mit der Liberalisierung in Europa weitergehen und welche Folgen sind davon für den Postsektor zu erwarten?

Helge Israelsen: Der Postsektor unterliegt zahlreichen Einflüssen, und deren wichtigste sind die neuen Technologien und die elektronischen Kommunikationsmedien. Im Jahr 2005 hat sich dadurch das Briefpostaufkommen um bis zu 3% verringert. Diese Tendenz wird wohl weiter gehen, aber niemand weiss, für wie lange noch. Keinesfalls dürfen wir die Briefsendungen deshalb als Produkt von geringerer Bedeutung betrachten. Wir bemühen uns denn auch ständig um die Stärkung gerade dieses Produkts und möchten es für die Kunden attraktiver gestalten, indem wir uns ihrem Bedarf anpassen. Die komplette Liberalisierung des europäischen Marktes soll im Jahr 2009 geschafft sein, doch hat ein für das Postwesen Zuständiger die herrschende Ungewissheit mit den Worten illustriert «Das Jahr 2009 wird sicherlich eines Tages kommen, nur weiss niemand, wann!». Zahlreiche ungeklärte Fragen betreffen auch die Vorschläge der EU-Kommission an den Ministerrat und die bevorstehenden Veränderungen in Deutschland und in den Niederlanden. Eines ist allerdings sicher, nämlich, dass sich die vollständige Liberalisierung des Marktes sehr wohl auf das Postwesen auswirken wird. Der interessanteste Aspekt dabei wird die Reaktion der derzeitigen Erbringer von Universaldiensten sein. Werden sie sich in einen Konkurrenzkampf grossen Stils werfen? Das lässt sich noch nicht sagen.

Union Postale: Welche Strategie werden Sie im zunehmend stärker werdenden Konkurrenzkampf anwenden? Denken Sie dabei auch an den Einsatz neuer Technologien und elektronischer Dienste?

Helge Israelsen: Die neuen Technologien sind extrem wichtig, doch muss man beide Seiten der Medaille sehen. Die elektronischen Kommunikationsmedien haben zwar eine Verminderung des Briefaufkommens mit sich gebracht, andererseits aber helfen sie uns bei der Verbesserung unserer betrieblichen Verfahren. Wir dürfen dabei nicht vergessen, dass wir uns auf dem Kommunikationssektor betätigen und hier vor allem mit der schriftlichen Kommunikation. Deshalb müssen wir mit

jenen Kunden in Kontakt bleiben, die weiterhin Briefe versenden und empfangen wollen. So gesehen spielt die Hybridpost, also die Mischform zwischen elektronischer Mitteilung und körperlicher Zustellung, eine wichtige Rolle. Ausserdem erbringen wir elektronische Postdienste, die es den Kunden ermöglichen, verschiedene Arten von Benachrichtigungen, z.B. Kontoauszüge oder Gehaltsnachrichten, in einem elektronischen Postfach zu erhalten. Um uns im derzeitigen Umfeld zu bewähren, müssen wir den herkömmlichen Briefverkehr mit modernen elektronischen Diensten kombinieren. Die Erfahrung zeigt, dass Unternehmen, die ihren gesamten physischen Postverkehr auf elektronischen Verkehr umzustellen versucht haben, damit kein Glück gehabt haben.

Union Postale: Die dänische Regierung hat kürzlich 25% der Anteile von Post Danmark verkauft. 22% wurden von der internationalen Gesellschaft CVC Capital Partners aufgekauft, der Rest verbleibt den Angestellten. Wie ist diese Massnahme aufgenommen worden?

Helge Israelsen: Die Umwandlung von Post Danmark in eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung war eine gesetzliche Massnahme. Sie wurde im Einverständnis mit der Regierung und ohne Kontroversen erledigt. Auf dem europäischen Postsektor haben sich bereits zahlreiche Fusionen ergeben, durch die einige grosse Postdienstleister noch grösser geworden sind. Unter diesen Bedingungen erschien es unserem Postunternehmen als nicht mehr angebracht, bei Entscheidungen weiterhin so eng wie früher an die Regierungsstellen gebunden zu sein und seine Mitarbeiter Beamte bleiben zu lassen. Die Regierung hat diesen «Trennungsstrich» genehmigt, und er wurde von unseren Mitarbeitern ebenso akzeptiert wie von unseren Kunden. Als wir unserem Personal den neuen Angestellten-Status vorgeschlagen haben, waren 96% unserer etwa 11 000 Mitarbeiter damit einverstanden.

Union Postale: Ein Konsortium unter der Leitung von Post Danmark und CVC Capital Partners wurde kürzlich als strategischer Partner der belgischen Post (mit 49% der Anteile) eingesetzt. Ist dies als der Beginn

einer zunehmenden internationalen Expansion der dänischen Post zu werten?

Helge Israelsen: Es ist jedenfalls eine interessante Gelegenheit, die wir mit viel Engagement wahrnehmen werden. Die belgische Post ist ein sehr modernes Unternehmen geworden, und wir freuen uns auf die Zusammenarbeit mit ihrem Management. Nach unserem «Gemeinsamen Entwicklungsplan» muss es zu einer Verbesserung der Effizienz und des Kundendienstes kommen. Ich denke, dass unsere Erfahrungen dabei dienlich sein werden. Auch eine Vergrösserung ist durchaus möglich.

Wir beabsichtigen tatsächlich, international zu expandieren, nur ist der hiefür einzuschlagende Weg noch nicht genau festgelegt. Mit den «Grossen dieser Welt», den TNTs und den Betreibern «à la Deutsche Post», können wir uns nicht vergleichen. Wir gehören in eine andere Kategorie. Darum müssen wir auch auf andere Methoden, z.B. auf Partnerschaften mit anderen Betreibern, zurückgreifen.

Union Postale: Seit siebzehn Jahren stehen Sie an der Spitze der Dänischen Post. Was würden Sie als das Schwierigste bei Ihrer Arbeit bezeichnen, und was als das Erfreulichste?

Helge Israelsen: Zunächst einmal ist der Generaldirektor eines Postunternehmens eine Kontaktperson für die gesamte Bevölkerung. Dabei erweist es sich zuweilen als problematisch, dass sich jedermann ein bestimmtes Bild von der Post macht und sich dazu – positiv oder negativ – äussern möchte. Davon abgesehen aber bin ich hochzufrieden im Bewusstsein, ein Unternehmen zu leiten, das dem ganzen Land dient, und zwar gut dient. Zweitens besteht unser Unternehmen aus Menschen, die für andere Menschen tätig sind. Ohne Unterstützung der Menschen, nämlich der Mitarbeiter, aber auch der Kunden, gibt es bei uns keinen Erfolg. Wenn ich auf die vergangenen siebzehn Jahre zurückblicke, freue ich mich über unsere wirklich grossen Fortschritte auf diesem Gebiet. Früher gab es Konflikte und gewerkschaftliche Probleme. Inzwischen haben wir gelernt, damit umzugehen. Unser Arbeitsklima ist harmonisch geworden, und so können wir auch rascher voranschreiten.

Foto:

Helge Israelsen, Generaldirektor der Dänischen Post.

Der Postsektor findet grosse Beachtung

Rhéal LeBlanc

Die Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN) kontrolliert die Zuteilung von Domäne-Bezeichnungen und Nummern im Internet. Es wurde über die effiziente Nutzung des neu geschaffenen Digitalen Solidaritätsfonds zur Finanzierung von Projekten zur Verringerung der Ungleichheiten im digitalen Bereich diskutiert. Besondere Beachtung fand der vom Massachusetts Institute of Technology entwickelte Computer für Kinder, der zu einem Preis von USD 100.– angeboten wird. Neben der werbewirksamen Darstellung einiger besonderer Probleme erfuhren die teilnehmenden Vertreter von Regierungen, internationalen Organisationen, aus dem Privatsektor und der Zivilgesellschaft beim Weltgipfel zur Informationsgesellschaft auch einiges über den Beitrag des Postsektors zur Schaffung einer umfassenden Informationsgesellschaft.

Die Aktivitäten des WPV, so auch ein besonders erfolgreiches Symposium, erweckten im Rahmen dieser einwöchigen Veranstaltung lebhaftes Interesse. In den offiziellen Ergebnisberichten des Gipfels wird die Rolle des Postsektors bei der Entwicklung der Informationsgesellschaft besonders hervorgehoben. Das ist ein grosser Erfolg für eine internationale Organisation, deren Mitgliedern in der ersten Phase des Gipfels 2003 in Genf und im vergangenen November in Tunis keine bedeutende Rolle zugeschrieben worden war.

Heute unterstreicht das Programm von Tunis zur Informationsgesellschaft die Verpflichtung der Regierungen zum «Auf- und Ausbau von Informations- und Kommunikationstechnologie-Kapazitäten zur Verbesserung des Zugangs und der Nutzung postalischer Netze und Dienstleistungen» als Mittel zur Erreichung der Ziele des Genfer Aktionsplanes und der international vereinbarten Entwicklungspläne. In der in Tunis verabschiedeten Verpflichtungserklärung wird weiters die Förderung traditioneller und neuer Medien «zur Unterstützung des weltweiten Zugangs zu Information, Kultur und Wissen für alle Menschen dieser Erde» erwähnt.

Der WPV wurde auch als möglicher Moderator im Bereich des e-Business, einem der elf – laut Programm von Tunis – zum Aufbau der Informationsgesellschaft erforderlichen Bereiche, ins Auge gefasst. Die Internationale Telekommunikationsunion, Veranstalterin des Gipfels, wird eine Tagung der Moderatoren zur Festlegung ihrer Aufgaben und Zuständigkeiten organisieren. Die Tagung wird in Zusammenarbeit mit der UNESCO und dem Entwicklungsprogramm der Vereinten Nationen veranstaltet, und soll auch zur Schaffung der drei Hauptelemente der Informationsgesellschaft – Infrastruktur, Inhalt und Entwicklung – führen.

Laut Edouard Dayan, Generaldirektor des Internationalen Büros des WPV «hat Tunis die künftige Rolle des WPV in der Informationsgesellschaft aufgezeigt, d.h. Konzentration auf die Verringerung von Entwicklungsunterschieden zwischen den einzelnen Ländern und Erleichterung des schweren Loses der Arbeitsmigranten durch Schaffung des dringend benötigten weltweiten elektronischen Geldüberweisungsnetzes, das allen Menschen den einfachen Zugang zu erschwinglichen Services ermöglicht».

Der Postsektor an vorderster Stelle

Beim Gipfel sprach Dayan mit hochrangigen Regierungsvertretern, so mit Technologie- und Kommunikationsministern, aber auch mit den Chefs privater Unternehmen und internationaler Organisationen. Er führte ihnen die besonderen Möglichkeiten des Postsektors und seine Rolle bei der Schaffung einer allumfassenden Informationsgesellschaft durch Einsatz seines weltumfassenden Postnetzes bestehend aus klassischen, elektronischen und finanziellen Diensten vor Augen.

Um sich von den Möglichkeiten des Postsektors zu überzeugen hatten die Delegierten Gelegenheit, den Stand des WPV im Ausstellungsbereich ICT4A11 zu besuchen. Sergio Zamboni betreute den Ausstellungsstand der Italienischen Post, wo unter anderem die innovativen elektronischen Dienste von fünf anderen führenden Postunternehmen – Kanada, Frankreich, Kenia, Südafrika und Tunesien – vorgestellt wurden. Er meinte, die Teilnahme des WPV beim SMSI/WSIS sei wesentlich gewesen für die Verbesserung des Images der Post als Anbieter hoch entwickelter Dienste neben den konventionellen Diensten. «Auch ein Vertreter von Oracle, einer bekannten Hochtechnologie-Firma, zeigte sich überrascht, als er feststellte, dass die Post nunmehr genau wie die wettbewerbsfähigsten Privatunternehmen die neuesten elektronischen Dienste anbietet. Der WPV sollte sich dies zunutze machen und auch in Zukunft bei den WPV-Mitgliedern für die erfolgreichsten postalischen elektronischen Dienste werben und damit die Ressourcen von Strukturen wie den Ausschuss «Elektronische Produkte und Dienste» verstärken.

In Gesprächen über die Möglichkeiten der Nutzung der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien (ITC) zur Überwindung der digitalen wie auch der wirtschaftlichen Nachteile der Entwicklungsländer machte sich der WPV den Gipfel zunutze, um den Delegierten die Technologien des Postsektors zur Entwicklung von Finanzdiensten – insbesondere aber internationaler Geldüberweisungen – vorzustellen. Sie tragen zur Förderung der Wirtschaft und Überwindung der Armut bei (siehe auch *Union Postale* 3/2005).

Als Gründungspartner der Initiative *Die ganze Welt verbinden* der Internationalen Telekommunikationsunion präsentierte der WPV im Hauptpavillon der Internationalen Telekommunikationsunion die Finanzdienste der Post als Mittel der zwischenmenschlichen Verbindung anhand erschwinglicher Geldtransfers. *Die ganze Welt verbinden* schafft Partnerschaften zwischen Regierungen, dem Privatsektor, Internationalen Organisationen und der Zivilgesellschaft zur Sicherung des Zugangs für all jene bis zum Jahre 2015, die bisher die neuen Technologien noch nicht nutzen können.

Anlässlich eines zweistündigen Gesprächs am runden Tisch unterschrieb Dayan eine umfassende Erklärung zur Unterstützung der von den Gründungspartnern eingegangenen Verpflichtung zur Erreichung des für 2015 festgelegten Zieles. Das Projekt des WPV wurde von Teilnehmern wie dem senegalesischen Präsidenten Abdoulaye Wade, dem französischen Vizeminister für Industrie François Loos und dem Generaldirektor von Alcatel Serge Tschuruk wärmstens begrüßt. Der Vorschlag zur Schaffung von Notprogrammen zum Geldtransfer wurde vor allem von *Telekom ohne Grenzen*, dessen Teams sich zur Wiederherstellung der notwendigen Kommunikationsnetze eiligst in Katastrophengebiete begeben, mit Freude aufgenommen. Nach einer Naturkatastrophe brauchen die Opfer oft dringend Geld, und dies ist ein Bereich, in dem das internationale Geldtransfernetz des WPV besonders sinnvoll eingesetzt werden könnte.

Was kommt nach dem Gipfel von Tunis?

Der Gipfel ist zwar zu Ende gegangen, doch verpflichtet sich der WPV unerschütterlich weiter zur Unterstützung beim Aufbau einer Informationsgesellschaft im Dienste der Erfüllung der Bedürfnisse aller Menschen. Die Organisation

wird mit der Internationalen Telekommunikationsunion und anderen Partnern in Zukunft Massnahmen im Rahmen der Projekte *Die ganze Welt verbinden* zusammenarbeiten und so manchen in Tunis aufgenommenen Kontakt zu neuen Partnerschaften ausbauen.

Als in Aussicht genommener Koordinator für eine Reihe von Massnahmen zur Förderung des elektronischen Handels wird der WPV diese Chancen für den Postsektor, mit seinem zur Zustellung online bestellter Waren weithin genutzten Netz, aktiv ausbauen.

Weiters wird der WPV die Möglichkeiten der Zuteilung von Geldern aus dem Solidaritätsfonds für Digitale Entwicklung an Projekte, an denen der Postsektor beteiligt ist, prüfen. Dieser von einer handvoll engagierter Länder – zumeist aus Afrika –, internationalen Organisationen und Städten in aller Welt geschaffene Fonds bemüht sich um Aufstockung der bereits eingegangenen mehr als 6,4 Millionen USD durch Beiträge vor allem aus dem Privatsektor. Diese Gelder sollen in Projekte zur Überwindung der grossen Ungleichheiten in der digitalen Entwicklung fliessen.

Im Bereich der Finanzdienste der Post wird der WPV auch weiterhin mit seinen Mitgliedsländern zusammenarbeiten, um sie alle zum Nutzen von Millionen Menschen, die noch immer keinen Zugang zu Finanzdiensten haben, in ein Netz einzubinden. Dayan wiederholte die vom WPV eingegangene Verpflichtung, aus Tunis den Ausgangspunkt für die Verbreitung seiner Softwareanwendungen in der arabischen Welt und im frankophonen Afrika zu machen. Dies vor allem, weil es darum geht, gemeinsam mit den arabischen Ländern diese Regionen in das weltweite Geldtransfernetz des WPV einzubinden.

Weitere Informationen zu den Beiträgen des WPV am SMSI/WSIS finden sich auf www.upu.int.

Fotos:

Abb. 2. – Der WPV-Stand zeigt die innovativen elektronischen Dienste der Post in Kanada, Frankreich, Kenia, Italien, Südafrika und Tunesien.

Abb. 3. – Der südafrikanische Unternehmer und «Weltraumtourist» Mark Shuttleworth, einer der zahlreichen hochrangigen Gäste, die den Stand des WPV besuchten. Hier mit Dalyn Cook und Marlize Kantor, Vertreterinnen der Südafrikanischen Post.

Abb. 4. – Edouard Dayan bei der Unterzeichnung der Verpflichtungserklärung *Die ganze Welt verbinden* zur Verstärkung des Engagements der Gründungspartner, Informations- und Kommunikationstechnologien bis zum Jahr 2015 auch jenen zur Verfügung zu stellen, die sie noch nicht haben.

Abb. 5. – Generaldirektor Edouard Dayan bei der offiziellen Erklärung des WPV in der Plenarsitzung vom 18. November: «Die neuen Technologien sind sicherlich keine Gefahr für die Postbetreiber, sie zwingen sie vielmehr zu Anpassungen und Verbesserungen ihrer Dienstleistungsangebote. Der Postsektor der Zukunft wird zur wirtschaftlichen Entwicklung, zur Stärkung der gesellschaftlichen Bande und zur Verringerung der Unterschiede in der Nutzung digitaler Mittel beitragen. Mit seinen 660 000 Postdienststellen ist und bleibt der Postsektor ein starker und effektiver Partner.»

Abb. 6. – Ivy Matsepe-Casaburri, Kommunikationsminister von Südafrika, Roberto Blois, Vize-Generalsekretär der ITU und Generaldirektor Edouard Dayan haben sich verpflichtet, der ländlichen Bevölkerung von Südafrika Zugang zu neuen Technologien zu sichern. Die Regierung von Südafrika stellt dieser Initiative 500 000 USD zur Verfügung.

Abb. 7. – Philatelistische Veranstaltungen: Der indische Kommunikationsminister lud im Namen seines Landes 500 Personen zu einem Empfang bei dem er die von seinem Unternehmen herausgegebene SMSI/WSIS-Briefmarke vorstellte.

Postsymposium

Aussagen

Das Symposium des WPV zur Rolle des Postsektors in der Informationsgesellschaft gehörte zu den 260 Nebenveranstaltungen des Weltgipfels zur Informationsgesellschaft. Sehr rasch war der hundert Plätze umfassende Saal dieser halbtägigen Veranstaltung besetzt. Montasser Ouaili, der Tunesische Minister für Kommunikationstechnologie, eröffnete die Sitzung und dankte dem Postsektor für seine Beiträge zur Schaffung der Grundlagen einer allen offen stehenden Informationsgesellschaft. Es folgen einige Auszüge von Beiträgen zu diesem Symposium:

«Bei starkem Wind kann man entweder Schutz suchen oder Windmühlen errichten. Die Post hat sich für letzteres entschieden und nutzt die Vorteile der Informations- und Kommunikationstechnologien zur Verbesserung ihrer Dienstleistungen.» *Willy Jensen, Generaldirektor der Norwegischen Post- und Telekommunikationsbehörde.*

«Die Post ist das Herzstück der Gemeinschaft. In manchen Gemeinden eröffnet nur die Post die Möglichkeit zur Kommunikation. Einfacher Zugang und Verlässlichkeit machen aus ihr das Kommunikationsmittel der Wahl für die Menschen, da sie allen, unabhängig von ihren

Lebensumständen, offen steht.» *James Rege, Ständiger Sekretär im Ministerium für Information und Kommunikation von Kenia*

«Aufgabe der Post ist es, laufend die Bedürfnisse eines Landes zu erheben und, daraus resultierend, die Erbringung von Dienstleistungen für die am stärksten benachteiligten Mitglieder der Gesellschaft.» *Boutheina Guermazi, Regulierungsspezialist, Weltbankgruppe*

«Heute unterscheidet sich die Post grundlegend von dem, was sie in der Vergangenheit war und entwickelt sich rasch weiter. Man könnte meinen, die elektronischen Dienste machen der Post Konkurrenz, tatsächlich aber arbeiten Post und Technologie Hand in Hand.» *Fouad Nader, Direktor der Adrenale Corporation*

Und aus einem Interview in einer französischen Zeitung: «Wir achten auf die Funktionsfähigkeit des Netzes, wie es ein Postunternehmen tut.» *Paul Twomey, Generaldirektor von ICANN*

Derzeit verhandelt der WPV über technische Fragen seines Vertrags mit ICANN über eine gesponserte .post-Domänebezeichnung auf höchster Ebene (Top Level Domain).

Foto:

Die Ukrainische Post hat ein Kuvert mit Briefmarke zum SMSI/WSIS aufgelegt und einen Poststempelabdruck zur Erinnerung an das vom WPV am 16. November 2005 veranstaltete Postsymposium gestaltet.

POST-EXPO 2005

Bits und Bytes bringen die Post zum Laufen

Rhéal LeBlanc

Im Oktober 2005 kamen über 4500 Besucher zur POST-EXPO in Paris wo 150 Aussteller etwa hundert Tonnen an Gerät und Technologie zeigten. Das grosse von *UK International Press Media & Events* jährlich veranstaltete Ereignis war von Erfolg gekrönt, und die Organisatoren

bereiten schon die Ausstellung 2006 in Amsterdam vor. Zum zweitägigen Internationalen Geschäftsforum des WPV anlässlich der POST-EXPO kamen etwa 300 Vertreter des Postsektors, darunter vierzig Führungskräfte aus allen Teilen der Welt. Einige Bilder des Ereignisses.

Fotos:

Abb. 1 und 2. – Ausstellungsraum und HOZA. Unter den 150 Ausstellern der POST-EXPO 2005 fanden sich führende Technologieunternehmen, Fahrzeughersteller und Logistikanbieter.

Abb. 3: Generaldirektor Edouard Dayan, Tony Robinson, Generaldirektor von UKIP Media & Events (Veranstalter der POST-EXPO) und Jean-Paul Bailly, Präsident des La Poste-Konzerns beim Besuch der Ausstellung.

Abb. 4. – «Zu den Hauptcharakteristika des Postsektors zählt seine geschichtlich erwiesene Fähigkeit zur Anpassung an grosse wirtschaftliche und technische Herausforderungen», meinte Jean-Paul Bailly, Präsident des La Poste-Konzerns bei seiner Eröffnungsansprache beim Internationalen Geschäftsforum der Post. «Die Gespräche bei der POST-EXPO werden zur Anpassung und Modernisierung unseres Sektors und damit zur laufenden Verbesserung unserer Angebote zur Befriedigung der Bedürfnisse der Kunden beitragen.»

Abb. 5. – Patricia Vivas von Post*Code im Gespräch mit einem Besucher des WPV-Standes, wo auch die Dienstleistungen des Posttechnologie-Zentrums inklusive Track & Trace und Anwendungen der Finanzdienste der Post gezeigt wurden.

Abb. 6. – Mehrere Medien berichteten über die POST-EXPO. Generaldirektor Eduard Dayan bei einer Radioveranstaltung über den europäischen Postsektor. Weitere Teilnehmer waren Paul-Bernard Damiens, Aufsichtsratsvorsitzender von PostEurop zur Linken Dayans, György Csáki, Verwaltungsratsvorsitzender der Ungarischen Post und Raymond Redding, Leiter des Briefsektors im La Poste-Konzern.

Internationaler Briefschreibe-Wettbewerb für Jugendliche 2005 In Hans Christian Andersens Fussstapfen

Juliana Nel

Mehr als drei Millionen Jugendliche im Alter bis zu fünfzehn Jahren aus etwa 25 000 Schulen in 56 Ländern haben sich am internationalen Briefschreibe-Wettbewerb 2005 des Weltpostvereins beteiligt. Thema dieses anlässlich des 200. Geburtstags des berühmten dänischen Erzählers Hans Christian Andersen veranstalteten 34. Wettbewerbs war «Brief an meine liebste Märchenfigur».

Gewinnerin ist Lysbeth Daumont Robles, vierzehnjährige Schülerin der Fabric Aguilar-Schule in La Havana, Kuba, die an Andersens Tapferen Zinnsoldaten schrieb. Der Beitrag der zwölfjährigen Cathrine Dufour aus Hvalsø im Heimatland Andersens – Dänemark –, wurde von der UNESCO-Jury mit dem zweiten Preis bedacht, der dritte Preis ging an die dreizehnjährige Katarina Jakovic aus Podgorica, Serbien-Montenegro.

Eine Prinzessin überreichte die Preise

Die Dänische Post schenkte der Preisträgerin 2005 eine Reise nach Kopenhagen zur Übergabe des Preises durch Kronprinzessin Marie. Zum Bedauern des WPV und der Dänischen Post durfte Lysbeth jedoch nicht nach Dänemark fahren, so übernahm Laura Prade, die Tochter des Kubanischen Geschäftsträgers in Dänemark den Preis anlässlich der am 3. September zur Erinnerung an den Tag, an dem Andersen 1819 aus seiner Heimatstadt Odense nach Kopenhagen kam, veranstalteten Strassenparade und Feierlichkeiten. Die zweite Preisträgerin, die Dänin Catherine Dufour, nahm ihre Silbermedaille bei der Zeremonie selbst in Empfang.

In einem Brief an Kronprinzessin Marie von Dänemark schrieb Lysbeth: «Als ich es erfuhr, war ich fast toll vor Freude. Es war wie ein Traum. Am Vorabend meines 15. Geburtstags, dem 8. November, sollte mir eine Prinzessin bei einer Parade tausender Kinder im Kostüm ihrer liebsten Märchenfiguren einen Preis überreichen. Es war, als wäre ein Märchen wahr geworden. Ich danke der Dänischen Post für ihre freundliche Einladung nach Kopenhagen zu kommen. Es tut mir sehr leid, die Feierlichkeiten nicht mitmachen zu können, die mir Gelegenheit geboten hätten, dänische Kinder und Jugendliche, vor allem aber die Gewinnerin der Silbermedaille kennen zu lernen. Doch wenn ich an die Millionen Kinder denke, die Krieg, Krankheit, Hunger und Armut

ausgesetzt sind, weiss ich, dass ich mich nicht beklagen darf. Meine Eltern und ich wären sehr gerne in Ihr Land gekommen, vielleicht wird es später einmal möglich sein. Mein Wunsch ist es, Schriftstellerin zu werden und Ihnen dann ein eigenes Werk zukommen zu lassen.»

Medaille und Urkunde des Weltpostvereins wurden Lysbeth Ende November bei einer Zeremonie in Varadero, Kuba, von den kubanischen Behörden überreicht.

Kommentare der Jury

Die Jury der UNESCO gratulierte Lysbeth zu ihrer grossartigen stilistischen Leistung und war von der Vorstellungsgabe und Gefühlswärme eines Briefes begeistert, in dem Träume und Zärtlichkeit eng miteinander verwoben sind. «Die Autorin beweist Ehrlichkeit und grosse Reife bei der Umsetzung der Probleme des Erwachsenwerdens, ein Thema das sie stark bewegt, aber auch beunruhigt», meinte die Jury.

Lysbeth fand nicht zum ersten Mal Anerkennung, sie gewann bereits bei örtlichen und nationalen Wettbewerben mehrere Preise und wurde dem Nationalkonvent der literarischen Werkstätten empfohlen. Der Preis des WPV aber ist ihr erster grosser internationaler Erfolg.

Was lehren uns die Märchen von Hans Christian Andersen?

Warum hat sie sich für den kleinen Zinnsoldaten entschieden? «Andersen nützt die unterschiedlichsten kindlichen Charaktere zur Darstellung seiner Sicht des Lebens, zum Beispiel um zu zeigen, dass das Leben nicht immer schön ist und dass nicht immer alles wie im Märchen ausgeht. Ich habe diese Geschichte ausgewählt, weil der kleine Spielzeugsoldat trotz seiner Behinderung das Herz der Tänzerin und die Liebe eines Buben gewinnen konnte und damit ein Heim gefunden hat. Die Geschichte sollte allen Menschen mit geistiger oder körperlicher Behinderung Mut machen, sich nicht durch Schwierigkeiten welcher Art auch immer von ihrem Ziel abbringen zu lassen», erklärte die junge Kubanerin, die in einem Haus voller Bücher lebt, in der Onlinepublikation Pionero.

Auf die Frage, was ihr am Schreiben am besten gefällt, antwortet Lysbeth, dass Schreiben für sie ein Mittel zur

Selbstverwirklichung ist, ihr erlaubt, sich in einen anderen Menschen zu verwandeln um dessen Geschichte zu erzählen. «Wie ein Schauspieler, der jegliche Rolle, vom Trunkenbold bis zum Polizisten oder Maler darstellen kann, aber jeder dieser Figuren seinen eigenen Stempel aufdrückt. Ich lasse mich gerne auf das Leben anderer Menschen, auf andere Welten ein.»

Die Gewinnerin der Silbermedaille

Die dänische Mitbewerberin Cathrine Dufour sandte einen Briefwechsel zwischen dem hässlichen Entlein aus dem gleichnamigen Märchen von Andersen und Yvonne, einer Psychologin, ein. Diese teilt dem hässlichen Entlein mit, dass ihre Klinik wegen seines starken Federkleides keine Schönheitsoperation an ihm durchführen kann. Sie rät ihm, mehr auf sich selbst zu vertrauen und sein Aussehen so wie es ist anzunehmen. «Stell dir vor, du lebstest in einer anderen, friedlichen Welt. Verbessere die Welt, denke positiv, und so wird dein Selbstvertrauen wachsen.»

Die Jury der UNESCO fand Cathrines Beitrag vor allem wegen seiner blühenden Vorstellungsgabe, seinem Witz und seiner Originalität bemerkenswert.

Die Gewinnerin der Bronzemedaille

Das Schreiben der Drittplazierten ging an Elisa, die Schwester der elf Prinzen in Andersens Märchen von den Wildschwänen. Das Mädchen aus Serbien-Montenegro dankt Elisa für die Vermittlung von Gefühlen der Stärke, des Mutes und der Liebe. «Beim Nachdenken über dein Opfer habe ich verstanden, dass Hindernisse nicht dazu da sind, umgangen zu werden, sondern sie mutig zu überwinden. (...) Auf deiner Suche nach Gerechtigkeit für andere hast du den Glauben niemals verloren, und auch ich werde ihn nicht verlieren. Ich hoffe, dass eines Tages irgendwo Platz sein wird für Menschen, die sich der Tatsache bewusst sind, dass die Sonne scheint, um das Eis auf den Lippen zum Schmelzen zu bringen, dass die ausgestreckte Hand die eines anderen sucht, dass die Erde gross genug ist für alle, die bereit sind, ihr Leben ohne Unterdrückung anderer Menschen zu leben», schreibt Katarina Jankovic.

Nach Meinung der Jury der UNESCO ist dies ein wunderschöner Brief einer Jugendlichen, die fest entschlossen ist, den Schlüssel zur Kindheit – das Märchen – niemals wegzuerwerfen. In den Augen der Jury ist dieser Brief an Elisa wunderbar, gut geschrieben und psychologisch durchdacht.

Havanna, am 20. März 2005

An Dich, mein standhafter Zinnsoldat ... oder vielmehr Goldsoldat!

Die Zeit fliegt dahin, und mein Leben mit ihr; es rauscht dahin wie ein Sturzbach. Auf dem Weg zum Erwachsensein, wie es heisst. Aber ich hab' das Gefühl, dass kindliche Naivität und Vorstellungskraft mich nicht so bald verlassen werden.

Wenn auch Du so denkst, hast Du sicherlich Recht. Ich habe mich soeben selbst beschrieben, mich, ein Mädchen von vierzehn Jahren, das immer noch gerne Märchen liest. Darum schreibe ich Dir ganz einfach diesen Brief, damit Du erfährst, was ich für Dich empfinde – für Dich, Du meine liebste unter all den wunderbaren Märchenfiguren, die Hans Christian Andersen erdacht hat.

Ich war noch ganz klein, als ich Deine Bekanntschaft gemacht habe; da bist Du einbeinig zu mir hergehinkt, gestützt von der Stimme meiner Mutter, in einer ganz finsternen Nacht, als kein Mond schien und ich deshalb nicht einschlafen konnte. Vor meinem inneren Auge paradierte dabei eine lange, lange Reihe herrlicher Spielsachen, angeführt von einem tapferen kleinen Soldaten, einer traumhaft schönen Ballerina und einem schlimmen kleinen Teufel, dem es immer wieder einfiel, plötzlich aus seiner Schachtel zu springen.

Die Jahre vergingen, und ich fing an, mit dem Alphabet vertraut zu werden. Da habe ich das Märchenbuch wieder zur Hand genommen und erkannt, wie unendlich gross die Liebe in den Herzen der Tänzerin und des Soldaten war. Ich habe erfasst, dass der Schachtelteufel bemüht war, die Romanze zwischen Soldat und Tänzerin zu stören, und war tief gerührt, weil am Ende der Geschichte die Liebe den Tod besiegt hat. Als die beiden im Ofen brannten, hat die Liebe aus ihren Augen geleuchtet, und eine Gloriole aus Zärtlichkeit hat sie umgeben – davon war ich schon damals überzeugt.

Ich bin herangewachsen, und mit mir meine Leidenschaft für das Theater. Ich las «Romeo und Julia», und damit tratest auch Du wieder in meine fantasievolle Gedankenwelt ein. Wie ähnlich sind einander doch die beiden

Geschichten! Die jungen Liebenden aus Verona mussten auf ihrem Liebes- und Leidensweg unzählige Hindernisse überwinden, ganz so wie Du und Deine Ballerina. Sie und Ihr seid die Symbole für reinste Liebe.

Seitdem habe ich viel gelesen, lese immer noch gerne und erweitere so meinen Horizont. Ich speichere die Lehren, die ich aus dem Gelesenen ziehe, in meinem Inneren und lerne das Leben, die Welt und die Menschen immer besser verstehen.

Deine Geschichte hat mich sehr zum Nachdenken angeregt, und ich möchte Dir einige meiner Gedanken schildern:

Als letzter lagst Du in einer Schachtel mit Zinnsoldaten. Du hattest nur ein Bein, weil beim Giessen das Material ausgegangen war, aber das hat Dir überhaupt nichts ausgemacht. Zusammen mit Deinen Brüdern kamst Du in ein Haus zu einem Kind und zu einer Tänzerin aus Papier; durch diese beiden lerntest Du die Liebe kennen. Du besiegest die Furcht vor dem Springteufel und überwandest die Gefahren, die Dich auf Deiner aufregenden Reise im Papierschiffchen durch das Kanalnetz bedrohten: die stinkenden Ratten und natürlich den gierigen Fisch, der Dich verschlungen hat und mit dem Du schliesslich durch Zufall an Deinen Ausgangspunkt zurückgekehrt bist, weil die Köchin gerade dort diesen Fisch zubereiten wollte und Dich in seinem Magen fand. Alle glücklichen Augenblicke hast Du zu geniessen verstanden, hast sie Deiner Erinnerung fest eingepägt und das Feuer nicht gespürt, in dem Deine wundersame Liebesgeschichte ihr Ende finden sollte.

Lieber, kleiner Soldat, Du erinnerst mich zugleich an den Jüngling Romeo und an den «alten Mann», den Fischer, bei Hemingway. Dieser Schriftsteller aus Nordamerika hat etwas sehr Richtiges gesagt: «Ein Mensch kann zerstört, nicht aber besiegt werden». Und irgendjemanden habe ich einmal sagen hören «Das Leben ist voll Risiko, aber das muss eben so sein». Jeder Tag bringt uns neue Herausforderungen. Manche lassen sich davon beeindrucken, aber andere wieder wachsen an ihren Prüfungen. Keine körperliche oder geistige Behinderung kann sie aufhalten. Das trifft auf Dich zu, und auch auf den jungen Kanadier Terry Fox, der nur ein Bein hat und trotzdem schon tausend Strassen gegangen ist.

Dazu passt ganz ausgezeichnet das Wort unseres grossen Denkers José Martí:

«Hohe Berge müssen wir bezwingen, doch erst dann,
mein Geist, wenn es dich aufzugeben gilt,
wird uns bewusst, wem ich's zu danken habe,
dass du in mir lebst.»

Ich bin Andersen dankbar dafür, dass er herkömmliche Erwartungen enttäuscht und sich dafür entschieden hat, Kindermärchen nicht durchwegs «gut ausgehen» zu lassen. Denn auch wir Kinder leben in einer Welt der Tatsachen, in der es Kriege, Drogen, Armut und Leiden gibt ... Und gerade, weil es sie gibt, müssen wir sie kennen lernen, um wirksam gegen sie ankämpfen und eine bessere Welt aufbauen zu können.

Ich schliesse mit einem Kuss und einer Blume für Dich,

Lysbeth

P.S.: Auf ein Wiederfinden beim Lesen! Sicherlich wirst Du später einmal auch der Liebling meiner eigenen Kinder sein.

Fotos:

Abb. 1. – «Dieser Preis bedeutet mir sehr viel. Dieser Brief ist nicht nur mein eigenes Werk, er drückt, von all meinen Arbeiten, am besten aus, was ich bin», sagte Lysbeth Daumont Robles aus Kuba, die Goldmedaillengewinnerin des Briefschreibe-Wettbewerbs 2005.

Abb. 2. – Ein Schwarm Entenküken begrüsst die dänische Prinzessin anlässlich der Feierlichkeiten zu Ehren von Hans Christian Andersen.

Abb. 3. – Generaldirektor Edouard Dayan bei der Überreichung der Silbermedaille an Cathrine Dufour durch Kronprinzessin Mary von Dänemark.

Abb. 4. – Die Gewinnerin des dritten Preises Katarina Jankovic aus Serbien-Montenegro.

Feiern in aller Welt zum 9. Oktober

Jérôme Deutschmann

Der Weltposttag 2005 wurde am 9. Oktober von Postkunden und Postbediensteten in allen Weltgegenden mit einer bunten Palette verschiedenartigster Veranstaltungen gefeiert. Die meisten Postunternehmen übergaben wie alljährlich aus diesem Anlass Preise an die Gewinner des Internationalen Briefschreibe-Wettbewerbs für Jugendliche. Andere wieder

luden ihre Kunden in eine Postfiliale ein, um sie mit neuen Angeboten von elektronischen Diensten und Postbankdiensten vertraut zu machen. Der Generaldirektor des Weltpostvereins betonte in seiner traditionellen Botschaft, wie sehr man sich beim WPV und überhaupt bei der Post weltweit um die Wirtschaftsförderung und für die Bekämpfung der Armut einsetzt.

Fotos:

Abb. 1. – In Kamerun feierte die Post (CamPost) auf besondere Weise und hatte auch einen besonderen Grund dafür, denn ihre Mitarbeiter bestritten – und gewannen – ein Fussballmatch gegen die «CAMTEL», also gegen die Leute von der Telekommunikation.

Abb. 2. – In Bern haben die Mitarbeiter des Internationalen Büros des WPV zusammen mit der Schweizerischen Post und mit der Berner Bevölkerung den Weltposttag begangen, indem sie vor dem Kommunikationsmuseum, das an diesem Tag kostenlos besucht werden konnte, Ballons aufsteigen liessen. Die Anwesenden durften zur Symbolisierung der Beförderung auf dem Luftweg an diesen Ballons Mitteilungen auf Karten befestigen, die mit dem Slogan des Weltposttages, nämlich «Für alle überall» bedruckt waren.

Abb. 3. – In Paraguay fand zum Weltposttag die Preisverleihung an die Gewinner des Briefschreibe-Wettbewerbs im Rahmen einer Zeremonie statt, bei welcher auch eine neue Briefmarkenserie mit Bildmotiven aus der Welt der Haustiere samt zugehörigem Stempelabdruck vorgestellt wurde.

Abb. 4. – In Sambia verteilte die *Zampost* am Vortag des 9. Oktober Briefmarken und Aerogramme an Schulkinder, die sich sehr freuten, auf diese Art ihren Angehörigen und Freunden im ganzen Land am Weltposttag Grüsse zukommen zu lassen.

Abb. 5. – Nach den musikalischen Darbietungen, die sich vor einem mehr als viertausendköpfigen Publikum in der berühmten Konzert- und Sporthalle «Torwar II» von Warschau abgespielt hatten, fand ein grosses Fest statt.

Abb. 6. – In Polen gab es zum 9. Oktober eine Reihe von Konzerten. Dabei sangen der Mädchenchor von Koscierzyna, der für seine elektronische Musik bekannte Komponist Norbi und der gefeierte Songschreiber und -interpret Krzysztof Krawczyk alle miteinander ein Lied auf die Post.

Abb. 7. – In Beijing erklärte eine Mitarbeiterin der *China Post* Schulkindern den Postbetrieb anhand eines Multimedia-Terminals mit Tastbildschirm. In Kanton überreichte eine Postbedienstete den Passanten eine Presseausendung mit Informationen über neue Errungenschaften der Post.

Die Westafrikanische Postkonferenz (CPAO/WAPC)

Jérôme Deutschmann

Gründungsjahr: 2001

Sitz: Cotonou (Benin)

Anzahl der Mitgliedsländer: 7

Webseite: www.cpao.bj

Laufende FAQs/QSF-Projekte: 17

Die CPAO/WAPC sieht sich als ein Instrument zur subregionalen Postintegration. Sie vertritt in Afrika 72 Millionen Postkunden und betrachtet es als ihre vorrangige Aufgabe, der Bevölkerung den Zugriff zu qualitativ hochstehenden Post- und Postbankendiensten und insbesondere zu Informations- und Kommunikationstechnologien (TIC/ITC) zu ermöglichen. *Union Postale* hat Generalsekretär Wilfrid Martin über die Rolle der CPAO/WAPC beim Einsatz der TIC/ITC befragt.

Wilfrid Martin: Die CPAO/WAPC dient den Postdiensten ihrer Mitglieder bei ihren gemeinsamen Bemühungen um Einführung und Einsatz der TIC/ITC im Wesentlichen als Koordinator. Im Jahre 2004 wurden zwei Projekte in Angriff genommen: Die Einrichtung von virtuellen Postfilialen und die Automatisierung der Postschalter. Daneben laufen Studien zur Weiterentwicklung der elektronischen Post und zu Geldtransfers auf elektronischem Wege.

Die CPAO/WAPC verfolgt mit grossem Interesse die Einführung der IPS und IFS bei ihren Mitgliedern, denn es geht dabei ja darum, die digitale Kluft zwischen den Postdiensten der Entwicklungsländer und jenen der Industrieländer zu verringern. Ausserdem bedeuten die e-Postprojekte für unsere Kunden den Zugriff zu einer ganzen Reihe unterschiedlichster Internet-Produkte.

Foto:

Wilfrid Martin.

Union Postale: Welche Probleme wird die CPAO/WAPC in den kommenden drei Jahren zu lösen haben?

Wilfrid Martin: In erster Linie müssen wir die Dienstqualität verbessern, die ein grundlegendes Kriterium für die Erhaltung und Erweiterung unseres Kundenkreises und überhaupt die wichtigste Vorbedingung für das Überleben unserer Postdienste ist. Zum Beispiel haben unsere Mitgliedsländer eine Machbarkeitsstudie zu einem Projekt mitfinanziert, bei dem es um die Postbeförderung auf dem Erdweg, nämlich auf der Strasse, zwischen Dakar und Lagos geht. Der zweite Problemkreis betrifft die Modernisierung des subregionalen Postnetzes und die Diversifizierung der angebotenen Produkte und Leistungen. Schliesslich möchte die CPAO/WAPC den TIC/ITC-Sektor in ihre Vorhaben einbeziehen, damit der Neuerungswille und die Kreativität der Postverantwortlichen ebenso wie das Wachstum des Postwesens als solches angeregt werden können.

Union Postale: Womit beschäftigt sich die CPAO/WAPC derzeit gerade?

Wilfrid Martin: Wir haben vor, unseren Verein auf die übrigen Länder Westafrikas auszuweiten. Und wir versuchen Geldmittel für unsere subregionalen Projekte aufzutreiben. In diesem Zusammenhang möchte ich einen Appell an den WPV, an die Postunternehmen der Industrieländer und an alle potentiellen Partner richten, uns in unserem Streben nach Finanzierung unserer Projekte zu unterstützen

Eurasischer Postverein (UPEA/PUEA)

Jérôme Deutschmann

Gründungsjahr: 2001

Sitz: Ankara (Türkei)

Anzahl der Mitglieder: 3

Webseite: <http://www.puea.org.tr/eng/ana.htm>

Laufende FAQs/QSF-Projekte: 3

Der UPEA/PUEA bewegt sich im Kontext eines wirkungsvollen Einsatzes regionaler Strategien zur Förderung der Marktwirtschaft und Schaffung regionaler Netze zur gleichmässigen Verteilung der verfügbaren Mittel. Generalsekretär Necdet Akkus ist überzeugt von den Vorteilen regionaler Zusammenarbeit für die Qualitätssteigerung des Postdienstes zwischen der Türkei, Pakistan und Aserbeidschan.

Necdet Akkus: Anhand eines Fragebogens, der an die Länder der Region ausgesendet worden war, hat der UPEA/PUEA ermittelt, welche Post- und Postbankendienste dort nicht bestehen, und danach eine Prioritätenliste erstellt. Aus Sicherheitsgründen ist im Verkehr zwischen den Ländern der Region der Versand von biologischen, chemischen und explosiven Stoffen sowie Narkotika auf dem Postwege verboten.

Union Postale: Auf welche Weise trägt der UPEA/PUEA zur Verbesserung der Dienstqualität bei?

Necdet Akkus: Zunächst und vor allem müssen wir Mängel aufdecken und Verzögerungen bei der Postzustellung reduzieren. Um uns ein Bild von der Lage zu

verschaffen, senden wir einander Kontrollbriefe und überlegen gerade die Verwendung von Testkarten, wie sie beim WPV ausgegeben werden, bzw. eines End-zu-End-Kontrollsystems. Wir haben ausserdem auch ein internationales Postanweisungsabkommen unterzeichnet, um die Übermittlung von Geldbeträgen von einem Mitgliedsland zum anderen zu beschleunigen. Hiefür sind hohe Investitionen erforderlich. Wird eine Anweisung gefaxt, verkürzt dies den Geldtransfer um drei bis vier Tage, und das ist bereits ein Fortschritt. Unsere drei Länder wollen sich auch dem Telepostanweisungssystem des WPV und dem EUROGIRO-System anschliessen, um zuverlässig, sicher und rentabel arbeiten zu können.

Union Postale: Es war die Rede von gemeinsamer Identität im Rahmen Ihres Vereins. Was verstehen Sie darunter?

Necdet Akkus: Wir möchten die zwischen den Postdiensten unserer Mitglieder bereits bestehenden, ausgezeichneten Beziehungen weiter ausbauen und die Kontakte zwischen deren Postpersonal noch enger gestalten. Im Jahr 2004 haben wir gemeinsam eine Marke zum Thema «Seidenstrasse» ausgegeben, und im Herbst dieses Jahres wird anlässlich der nächsten Tagung des Vollzugsrates ein Kurs für Postmanager in Baku (Aserbeidschan) organisiert. Der Eurasische Postverein hat vor, derartige Initiativen weiterhin zu ergreifen bzw. aktiv zu unterstützen, weil sie Ausdruck des Geistes sind, der unseren Verein belebt.

Foto:

Necdet Akkus.

Mit diesem Artikel schliesst unsere 2003 begonnene Serie über die 16 Engeren Vereine des WPV.

Das grosse Erdbeben in Pakistan – Aufruf zur internationalen Solidarität

Zuletzt fiel Pakistan im asiatisch-pazifischen Raum einer Naturkatastrophe zum Opfer, als ein Erdbeben der Stärke 7,6, gefolgt von mehreren schweren Nachbeben, am 8. Oktober 2005 den Norden des Landes, 95 Kilometer nordöstlich von Islamabad erschütterte. Die Post von Pakistan beteiligt sich aktiv an den Bemühungen der Regierung zur Soforthilfe für die Opfer und ruft die internationale Postgemeinschaft auf, zur Wiederherstellung der Postdienste in den betroffenen Regionen beizutragen.

Besonders stark verwüstet wurden der von Pakistan verwaltete Teil von Kaschmir und die Provinz an der Nordwestgrenze, die Distrikte Manshera, Abbotabad, Battagram, Kohistan und Shangla. Die meisten Gebäude der Städte Muzafarabad und Rawalakot, sowie Balakot im Distrikt Manshera brachen in sich zusammen und rissen dabei viele Menschen in den Tod, andere wiederum verloren dabei alles. In den am stärksten betroffenen Gegenden wurden an die 90% aller Städte und Dörfer zerstört. Die pakistanische Regierung spricht von mehr als 87 000 Toten und 3,5 Millionen Obdachlosen.

Unter den Opfern sind auch viele Mitarbeiter der Post und ihre Familien. Zwei Führungskräfte der Post sind tot, dreizehn wurden beim Erdbeben schwer verletzt. Etwa dreissig Familienmitglieder von Mitarbeitern der Post verloren ihr Leben oder wurden verletzt. Die Häuser von zweiundneunzig Postbediensteten wurden vollständig zerstört oder schwer beschädigt.

Trotz der Katastrophe gelang es der Post von Pakistan, den Postaustausch mit anderen Ländern aufrecht zu erhalten, da die Auswechslungssämter glücklicherweise nicht im Erdbebengebiet liegen. Die Beförderung und die Zustellung der Sendungen in den Katastrophenregionen waren jedoch zeitweilig unterbrochen, aber jetzt funktionieren praktisch alle Postverbindungen wieder normal, nur die Beförderung der Sendungen von Muzafarabad in die nachgeordneten Postdienststellen von Chikothei, Kahuri, Karna, Gujar Bandi, Chinari, Patiala, Lepa und Athmagam erweist sich immer noch als sehr schwierig. Die Postverbindung zwischen Balakot und Kaghan ist wegen Strassenschliessungen ebenfalls unterbrochen, daher wurde der Postdienst in Kaghan und Mahandari noch nicht wieder aufgenommen.

Schäden bei der Post

Die derzeit gestörten Postverbindungen werden sicherlich nach Beseitigung der Erdrutsche und Reparatur der Strassen bald wieder hergestellt, doch wird es noch langer und beträchtlicher Anstrengungen der Pakistanischen Post bedürfen, ihre schwer in Mitleidenschaft gezogene Infrastruktur wieder aufzubauen.

Das Entwicklungsprogramm der Vereinten Nationen spricht von der Zerstörung von 90% der allgemeinen Infrastruktur in der Erdbebenregion. Die Infrastruktur der Post in Abbottabad, Manshera, Muzaffarabad und Rawalakot befindet sich in ähnlichem Zustand. Die Post von Pakistan schätzt die Kosten von Wiederaufbau bzw. Reparatur ihrer Gebäude auf 1,25 Millionen USD, ausserdem könnten die Arbeiten bis zu vier Jahre lang dauern. Die Post von Pakistan hat weiters viele Standardeinrichtungen, Möbel und Maschinen – auch Waagen, Sortiergestelle, Sortiertische, Sessel, Tische, Faxgeräte usw. – verloren.

Eine Lebensader für die Opfer

Vordringlich für die Pakistanische Post ist die Bereitstellung von postalischen Basisdiensten in den betroffenen Gebieten. Dazu werden zumindest sechs mobile Postämter in dreiachsigen LKWs mit 27 960 Kubikzentimeter-Motoren eingerichtet, die für Gebirgsregionen ideal sind, aber jeweils 45 000 USD kosten.

Anfang 2006 möchte die Post mit der Reparatur und dem Wiederaufbau der beschädigten bzw. zerstörten Postamtsgebäude beginnen und sie mit der Standardausrüstung ausstatten. Die Regierung plant die finanzielle Unterstützung der betroffenen Familien durch monatliche Zuwendungen oder Pensionszahlungen. Da in diesen entlegenen Gebieten nur Postämter solche Geldauszahlungen durchführen können, verlangt die Regierung die möglichst rasche Wiederinbetriebnahme der Postämter. Weiters wird die Wiederaufnahme der Sparkassen- und Geldüberweisungsdienste gefordert, um den Menschen Zugang zu Finanzdiensten zu sichern.

Vordringlich ist weiters der Ersatz der beschädigten Fahrzeuge, die mehr als je gebraucht werden, weil die Führungskräfte der Post jetzt noch viel öfter reisen müssen, um den Betrieb der Postämter der betroffenen Gebiete zu optimieren. Auch für beschädigte Einrichtungen in Gebäuden, die in den sechs bis zwölf kommenden

Monaten repariert werden können, muss Ersatz gefunden werden.

Katastrophenhilfe des WPV

Nach dem Besuch des Regionalberaters des WPV im Erdbebengebiet hat das Internationale Büro ein Katastrophenhilfeprojekt für das Land ausgearbeitet. Dieses befasst sich mit dem dringendsten Bedarf und dient der Unterstützung beim Ankauf eines als mobiles Postamt ausgestatteten LKWs. Wichtig wären jedoch Hilfsmass-

nahmen der Mitgliedsländer des WPV zum Erwerb weiterer Fahrzeuge und Postgeräte. Im Namen Pakistans hat das Internationale Büro alle Mitgliedsländer zur Hilfe aufgerufen und ein spezielles Sonderkonto des WPV im Rahmen seines Sonderfonds eingerichtet. Das Internationale Büro ist weiters bereit, Angebote von Postverwaltungen der Region zu koordinieren, die ihre Mittel aus dem Fonds zur Verbesserung der Dienstqualität einem künftigen Projekt zum Wiederaufbau der Postdienste in Pakistan zur Verfügung stellen wollen.

Solidarität in Zeiten grosser Not

Tsunamis in Südasiens, Überschwemmungen in Rumänien, Wirbelstürme in der Karibik, Guatemala, El Salvador und den Vereinigten Staaten, Erdbeben in Pakistan und Indien – das Jahr 2005 war ein Jahr der Naturkatastrophen. In all diesen Fällen konnte sich die Post als Lebensader für die Opfer bewähren. Wie aber kann der WPV von so schweren Katastrophen betroffene Länder wirksam unterstützen?

Das Internationale Büro hat ein System zur bestmöglichen Unterstützung der Länder in Not ausgearbeitet. Erstens verpflichtet es sich zur systematischen Verwendung des Katastropheninformationssystems (EmIS), der Webseite und Rundschreiben des WPV zur Information der Mitgliedsländer über Katastrophen und Unterbrechungen des Postdienstes, sowie zur Mobilisierung der Regionalberater zur Unterstützung der betroffenen Länder bei der Erfassung der im Postsektor aufgetretenen Schäden und der Feststellung der Erfordernisse für die Wiederherstellung der Dienste. Bei ihren Hilfsmassnahmen arbeiten die Regionalberater selbstverständlich eng mit den Engeren Vereinen und den Hilfsorganisationen der Vereinten Nationen zusammen.

Das Internationale Büro arbeitet die für die ersten Hilfsmassnahmen erforderlichen Projekte aus, um damit den betroffenen Postverwaltungen die Wiederherstellung ihrer Dienste zu ermöglichen. Diese Projekte werden aus dem eher beschränkten Budget für Entwicklungszusammenarbeit gespeist, sodass internationale Solidarität unbedingt erforderlich ist. In jedem einzelnen Katastrophenfall muss das Internationale Büro daher an die Mitgliedsländer appellieren, die erforderlichen Mittel zur Verfügung zu stellen.

In der Vergangenheit haben die Mitgliedsländer viel Zeit, zahlreiche Sachspenden und finanzielle Mittel zur Verfügung gestellt. Von einigen Ländern wurden nach dem Tsunami vor einem Jahr 200 000 CHF auf ein vom Internationalen Büro eingerichtetes Sonderkonto eingezahlt. Das Geld half beim Einkauf der besonders dringend benötigten Ausrüstungsgegenstände auf den Malediven, in Indonesien und in Sri Lanka. China und die Republik Korea haben 150 000 USD aus ihren Fonds zur Verbesserung der Dienstqualität für ein Regionalprojekt dieser Länder gespendet. Nunmehr wurde ein Sonderfonds zur Unterstützung der Post von Pakistan bei der Wiederherstellung ihrer durch das grosse Erdbeben vom Oktober 2005 in Mitleidenschaft gezogenen Infrastruktur geschaffen.

Dieser Artikel wurde anhand der von Osamu Goto, Direktion für die Entwicklungszusammenarbeit im Internationalen Büro des WPV, gesammelten Daten ausgearbeitet.

Im Auge des Hurrikans

Allen Widrigkeiten zum Trotz hält die Post der Vereinigten Staaten Verbindungen aufrecht

David Partenheimer, Medienkontaktabteilung USPS

Die Post der Vereinigten Staaten von Amerika (USPS) spricht nach dem Durchzug der Hurrikane Katrina und Rita in diesem Sommer von mehr als 100 Millionen USD Schäden an der Infrastruktur von mehr als 500 Posteinrichtungen. Über dreissig Gebäude wurden durch die Fluten, andere wieder durch mit Geschwindigkeiten bis zu 280 Stundenkilometern dahinrasende Stürme beschädigt oder völlig zerstört. Doch glücklicherweise verletzten die beiden Hurrikane, die Ende August und Mitte September mit zerstörerischer Wucht über einige der Staaten des Golfs von Mexiko, insbesondere aber Texas, Louisiana und Mississippi hinweg zogen, keine Mitarbeiter der Post.

Das Unternehmen hat niemals zuvor eine so lang andauernde Katastrophe erlebt, die ein so grosses Gebiet zerstört hat. Die Post und ihre Mitarbeiter, von denen viele persönlich beim Hurrikan zu Schaden kamen, hatten mit der Zerstörung von Postämtern, überfluteten Strassen, Stromausfällen, Evakuierungsbefehlen usw. zu kämpfen.

Doch die Geschichte der Massnahmen der USPS angesichts dieser Tropenstürme begann noch lange bevor die Hurrikane über die Küsten hereinbrachen. Bereits drei Tage bevor Katrina das Festland erreichte, wurden für die Küstengebiete des Golfs von Mexiko bestimmte Sendungen im Verteilzentrum Houston, Texas, zurückgehalten. In den auf der voraussichtlichen Sturmbahn gelegenen Postämtern wurden alle Sendungen in höher gelegenen Stockwerken gelagert, wodurch die Vernichtung oder Beschädigung von Millionen Poststücken verhindert werden konnte. Ähnlich wurde auch beim Hurrikan Rita vorgegangen.

Schäden

Ein Zentrum zur Bewertung des Zustands der Postgebäude führte die erforderlichen Prüfungen durch, bevor die Gebäude wieder genutzt wurden. Statiker, Hygienefachleute und andere führten Gesundheits- und Sicherheitsprüfungen durch, bevor den Mitarbeitern gestattet wurde, die betroffenen Gebäude wieder zu betreten. Die Stürme hatten viele Dächer beschädigt, die

Fluten Schlamm angehäuft und Strukturen angegriffen. Auch Fahrzeuge der Post wurden durch das Wasser in Mitleidenschaft gezogen, obwohl die meisten noch rechtzeitig aus den gefährdeten Gebieten weggebracht werden konnten.

Wohl wurden die meisten Sendungen gerettet, doch einige wurden beschädigt, wenn nicht gar durch die Fluten zerstört. Wo immer die Empfängeranschrift noch lesbar, eine Zustellung jedoch aus Sicherheitsgründen nicht möglich war, wurde die Aussenseite der Sendung photographiert. Den Empfängern wurden ein Bild des Umschlags und eine Erklärung der Gründe für die Nichtzustellung übermittelt. Gerettete Sendungen, die offensichtlich Werte enthielten, sowie Eil-, Einschreib- und Wertsendungen deren Empfänger ermittelt werden konnten, wurden zugestellt bzw. an den Absender zurückgeschickt.

Wiederherstellung des Postdienstes

Nach dem Hurrikan Katrina musste sicher gestellt werden, dass die Post an ihre Empfänger zugestellt wird, und zwar unabhängig davon, ob sie sich gerade in nahe gelegenen Schutzräumen oder irgendwo anders befanden, sich allenfalls bei Freunden, Verwandten, in Motels oder anderen Einrichtungen fernab im Lande aufhielten.

«Viele unserer Mitarbeiter in den schwer getroffenen Gebieten sind praktisch unmittelbar nach dem Sturm wieder zur Arbeit erschienen, um ihren Mitmenschen ihre Post zu bringen», meint Generaldirektor John E. Potter. «Für Mitarbeiter, die es in andere Gebiete verschlagen hatte, konnten gemeinsam mit der Personalvertretung vorläufig und bis zur Wiederaufnahme des Betriebes in den am härtesten betroffenen Gebieten Interims-Posten gefunden werden», fügte Potter nach Besichtigung und Beurteilung der Zerstörungen postalischen Eigentums hinzu. Er stellte dabei zu seiner grossen Freude fest, dass die Mitarbeiter der Post fest entschlossen waren, ihren Kunden zu helfen.

Es wurden einige ausserordentliche Massnahmen zur Aufrechterhaltung des Postdienstes ergriffen, so wurde ein Satellitenpostamt im Astrodome von Houston eingerichtet und eine temporäre Postleitzahl für die dorthin

evakuierten Menschen geschaffen. Anderswo wurden Container vor die zerstörten Postämter aufgestellt, um so den Menschen Zugang zu den gewohnten Diensten zu ermöglichen. Für viele, auch jene, die auf ihre per Post bestellten Medikamente warteten, war die Post praktisch unersetzlich. Die USPS arbeitete weiters mit der Verwaltung der Sozialversicherungen zusammen, um die Auszahlung der Sozialbeihilfe sicherzustellen.

Die ganze Zeit hindurch forderte die USPS die Hurrikanopfer auf, ihre geänderten Anschriften bekannt zu geben, damit ihnen ihre Sendungen nachgesendet werden könnten, wo immer sie sich nunmehr aufhielten. In den beiden ersten Wochen nach Katrina hatten bereits über 100 000 Haushalte der betroffenen Gebiete einen Antrag auf Nachsendung ihrer Post gestellt, sodass sie ihre Post weiterhin bekamen. Andererseits gelang es durch diese Massnahme zu verhindern, dass sich bis zur Wiederaufnahme des regelmässigen Zustelldienstes Berge von Sendungen ansammelten. Die meisten Hurrikanopfer gaben ihre Anschriftsänderung online ein und nutzten damit einen neuen Dienst der USPS.

Opferbereitschaft und Heroismus der Mitarbeiter

Nach der Katastrophe galt eine der ersten Sorgen der USPS der Auffindung ihrer Mitarbeiter. Diese wurden aufgefordert, durch Anruf einer kostenlosen Telefonnummer ihrem Arbeitgeber mitzuteilen, dass sie wohl auf seien und ihre neue Zuteilung zu erfahren. Auf dem Weg des Hurrikans befanden sich über 6000 Bedienstete, die sich alle unabhängig von ihrem Aufenthaltsort beim Unternehmen meldeten.

Tagtäglich sicherten die Mitarbeiter – auch jene, die selbst schwere Verluste erlitten hatten – die Postbeförderung. Bei Stromausfall benützten die Mitarbeiter in Morton, Mississippi Bergmannsleuchten und Laternen zum Sortieren der Post, um deren Zustellung sicher zu stellen. Das Sortierzentrum von Dallas, Texas, bearbeitete mehr als 860 000 von New Orleans dorthin umgeleitete Sendungen. In St. Tammany Parish, Louisiana und anderen schwer in Mitleidenschaft gezogenen Orten traten die Mitarbeiter der Post – auch jene, deren Häuser von Katrina vollständig zerstört worden waren – ihren Dienst wie üblich an.

Die Postzustellung wurde in New Orleans jeweils für ein Postleitzahlengebiet wieder aufgenommen, sobald die Sicherheit der Mitarbeiter gewährleistet war. Im historischen französischen Viertel begrüsst die Einwohner ihre Zusteller besonders herzlich. Eine von ihnen war Brenda Branch, die seit fünf Jahren diesen

Bezirk betreut. Ungeachtet der Schäden, die Katrina an ihrem Haus angerichtet hatte – das Wasser stand fast bis zur Decke – schätzt sich Brenda Branch glücklich und dankbar, weil ihre Familie noch vor Eintreffen des Hurrikans evakuiert werden konnte.

Die Bevölkerung meint, viele Mitarbeiter der Post hätten Leben gerettet. Der Briefzusteller Mike Miller in Louisiana tat sich mit einem Freund zusammen und benützte sein eigenes Boot für eine viertägige ununterbrochene Rettungsmission. Bemerkenswert ist eine Rettungsaktion, bei der sie Hilfeschreie aus einem Haus zu hören vermeinten, sofort hinfuhren, Dachziegel abnahmen und die Holzkonstruktion mit einer Kettensäge zerschnitten – es war ja kein anderer Zugang möglich. Miller stieg durch das so geschaffene Loch in den Dachboden ein, wo er unter Kisten versteckt eine ältere Dame vorfand. «Sie lebte kaum noch», meint er heute. Damals brachte er sie zur Öffnung, durch die er gekrochen war, und konnte sie mit Hilfe seines Freundes ins Freie bringen.

Information von Mitarbeitern und Kunden

Vor, während und nach der Katastrophe war Kommunikation sowohl intern als auch extern für die USPS vordringlich. Die Post nahm das Nationale Betriebszentrum und die lokalen Betriebszentren in Betrieb, die sonst nur während der Stosszeiten der Ferien oder Feiertage und in Notsituationen arbeiten. Eine solche war der terroristische Überfall vom 11. September 2001. Diese hoch technisierten Zentren verfügen über zahlreiche grosse Bildschirme, Pläne und Computerarbeitsplätze. Sie brachten die Vertreter der USPS jederzeit auf den neuesten Stand über die Sicherheit der Mitarbeiter, die allgemeine Sicherheitslage und die Briefzustellung und -beförderung. Täglich hatten Führungskräfte der Unternehmenszentrale Videokonferenzen mit Vertretern des Unternehmens in den betroffenen Staaten.

Die Kommunikation mit Geschäftskunden konnte durch die Teamarbeit der für das USPS Business Service Network (BSN) Zuständigen aufrechterhalten werden. Das BSN bietet den grössten Kunden der USPS landesweit Unterstützung bei Diensten. Der Hurrikan Katrina führte zur Schliessung des BSN von Louisiana in New Orleans, doch sein Leiter eröffnete sehr bald ein Büro in Baton Rouge und stellte mit den Kunden bereits wenige Tage nach dem Hurrikan Katrina wieder Kontakt her. Dank der Unterstützung der BSN-Mitarbeiter von Houston wurde der Betrieb in Louisiana zu einer Art Nabelschnur der Information für Kunden, die wissen wollten, wie es um ihre Sendungen stand. Als Rita nur

wenige Wochen später auf den texanischen Küsten einfiel, musste das BSN von Houston seinen Betrieb einstellen. Daher übernahm das Personal des BSN Dallas und anderer BSNs im Südwesten dessen Aufgaben, bearbeitete alle Dienstanfragen für Louisiana und Houston und hielt damit alle auf dem neuesten Stand über den Postbetrieb. Die USPS arbeitete weiters eng mit den kommerziellen Versendern zusammen, um eine Reihung der Sendungsarten durchzuführen, die für die Zustellung in den betroffenen Gebieten bearbeitet werden musste.

Lehren

Aufgrund der Betriebsunterbrechungen der Post nach Ereignissen wie jenen des Terrorüberfalls vom September 2001 und der Anthrax-Krise der folgenden Monate verfügt die USPS über ein Krisenmanagement und betriebliche Erfahrungen, die auch in anderen Notsituationen, wie den Hurrikanen in diesem Jahr, Anwendung finden können. Heute ist die USPS wahrscheinlich besser auf Natur- oder vom Menschen verursachte Katastrophen vorbereitet als je zuvor.

Fotos:

Abb. 1. – Ein Postfahrzeug, das den Zerstörungen in Biloxi, Mississippi, entging.

Abb. 2. – USPS-Mitarbeiterin bei der Zustellung eines Pakets in Biloxi, Mississippi.

Abb. 3. – Mehr als 500 Posteinrichtungen wie die von Sabina Pass, Texas, wurden vom Hurrikan Katrina in Mitleidenschaft gezogen.

Union Postale

Bestellschein

Jahresabonnement: Schweiz CHF 12 Andere Länder CHF 21

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

Ich bestelle _____ Jahresabonnement(s)

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

Kreditkarte: American Express Visa Euro-/Mastercard

Kartenummer _____ Verfalldatum _____

Karteninhaber _____

Name des Abonnenten _____ Vorname _____

Postanschrift _____

Ort _____ Postleitzahl _____

Land _____ Unterschrift _____

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

Was trägt man bei der Post am Arbeitsplatz? Das Postamt Ballarat in Australien

Claire Beaumont, Australia Post

Jeden Tag vor Arbeitsbeginn legt die lizenzierte Postfilialeleiterin Debbie Perkins lange Hosen, darüber ein knöchellanges Kleid, und ein Kopftuch an.

Debbie leitet das Postamt des «Sovereign Hill»-Freiluftmuseums in Ballarat, Victoria, wo man heutzutage wieder sehen kann, wie es seinerzeit, während des «Goldrausches» der Jahre 1851 – 1861, im «Eldorado» von Ballarat zugegangen ist.

So wie die anderen Kaufläden in der Museumsstadt sieht auch das Postamt genauso aus wie das damalige, das nach den Plänen der Regierung im Jahr 1854 errichtet worden war.

Ganz so wie damals in den 50er Jahren des 19. Jahrhunderts dürfen die Besucher nicht drinnen warten, sondern müssen draussen Schlange stehen. Debbie, die sich gründlich mit der Geschichte der Stadt beschäftigt hat, erklärt, dass es deshalb seinerzeit beim Anstellen zum Postabholen nahezu Volksaufstände gegeben hat.

«Man kann sich heute nur mehr schwer richtig vorstellen, wie wichtig die Post damals war», erklärt Debbie. «Besonders Kinder können kaum fassen, dass die Post seinerzeit die einzige Möglichkeit zur Kommunikation auf Distanz war ... dass es kein Telefon gab, kein SMS und kein Fax.»

Sie fügt hinzu, dass ihre Postfiliale nach wie vor das Zentrum der Stadt ist, fast wie damals, zur Goldgräberzeit.

«Die Angestellten des Museums holen hier ihre Dienstpläne und ihre Post ab. Wir arbeiten hier auch als Fundbüro – einschliesslich der «Aufbewahrung» verloren gegangener Kinder!», sagt sie.

Auch einer der Polizisten von Sovereign Hill, Peter Bray, erklärt: «Wir alle kommen regelmässig zur Post, holen unsere Nachrichten ab und erfahren dabei, was los ist. Auch unsere Rechnungen können wir hier bezahlen, und das ist echt praktisch.»

Ausser Marken und Postkarten werden hier auch altmodische Füller, Federn und Federhalter, Schiefertafeln, Schulhefte, Tintenfässchen, Löschpapier, Lizenzen für Goldgräber, Lineale und Hefte zum Ausmalen verkauft, und die Geschäfte gehen recht gut. Aber Handys gibt es keine!

Manchmal bin ich richtig neidisch», sagt Debbie, «denn ich hätte gerne viele von diesen Produkten auf Lager, die von der Post angeboten werden – besonders

Sachen für Philatelisten. Aber wir dürfen hier nur Marken mit Landschaften oder Abbildungen von Tieren verkaufen, und keine mit modernen Bildmotiven.»

In der Postfiliale werden auch alle ankommenden und abgehenden Sendungen der Museumsverwaltung und ihrer kommerziellen und bildungsrelevanten Abteilungen sowie der Kleinhändler von Sovereign Hill bearbeitet: die vom Photographen, vom Lebensmittelhändler, vom Bäcker, vom Schmied und vom Goldschmied.

«Manche Besucher fragen uns, warum auf unseren Waren keine Strichcodes angebracht sind. Nun sind aber die Strichcodes erst mehr als ein Jahrhundert nach der Zeit aufgekommen, in die wir hier zurückversetzt sind. Ich erkläre ihnen dann immer, dass in unserem Postamt alles händisch erledigt wird. Alle Dokumente werden in dreifacher Ausfertigung handschriftlich ausgefertigt und dann der Zentrale in Melbourne übermittelt», sagt Frau Perkins.

«Ich habe auch eine alte Waage mit Metallgewichten in verschiedenen Grössen. Sie ist nicht schwer zu bedienen und macht mir jetzt kein Kopfzerbrechen mehr.

Im Grunde genommen müssen wir sogar darauf achten, dass unsere Besucher nichts zu Gesicht bekommen, das uns als echtes, betriebsfähiges Postamt ausweist. Der Fahrer, der bei uns die Post abholt, muss seinen Lieferwagen draussen auf dem Museumsparkplatz stehen lassen, zu Fuss herkommen und die Postsäcke beim Hintereingang übernehmen. Wenn es viele sind, muss er diesen Weg manchmal mehrmals zurücklegen, weil moderne Fahrzeuge untertags auf dem Gelände nichts zu suchen haben. Auch die ankommende Post wird auf diese Art übergeben, und unsere Mitarbeiter tragen sie in das Gebäude herein.

Zum Ablesen von Kreditkarten haben wir wohl ein Gerät, doch darf es den Kunden nicht vor die Augen kommen.»

Auch das einzige Telefon des gesamten historischen Museumssektors befindet sich in der Postfiliale, ist aber ebenfalls gut versteckt und klingelt wie eine altmodische Türglocke (weil das Telefon ja erst 1876 erfunden wurde).

Frau Perkins mag den offenen Kamin hinten im Postamt sehr gerne, es gibt aber weder Zentralheizung noch Klimaanlage. Der Amtsraum ist auch viel weniger gut beleuchtet, als es unseren heutigen Vorstellungen entspricht.

«Zur viktorianischen Zeit hatten die Leute zuhause und am Arbeitsplatz fast kein Licht», bemerkt Frau Perkins dazu. «Natürlich gibt es bei uns elektrisches Licht, aber das dürfen die Besucher nicht mitbekommen!»

Und wie fühlt man sich in diesem altmodischen Gewand?

«Eigentlich sind diese Kleider sehr bequem», sagt Debbie, «und man betrachtet sie nach einiger Zeit als eine Art von Uniform. Wenn ich untertags kurze Besorungen in der Stadt habe, trage ich meine Kleider aus

dem 19. Jahrhundert. Die Leute von Ballarat sind das schon gewöhnt.

Manchmal, wenn ich meine Arbeitskleidung ausserhalb trage und gefragt werde, ob ich in Sovereign Hill arbeite, juckt es mich, zu antworten ‚Nein, ich bin Operationsschwester im St. John’s Hospital!‘

Ich ziehe mich zur Arbeit gerne so an. Ich fühle mich in diesem Kostüm frei und berechtigt, mit den Kunden zu scherzen. Es ist mein Ideal-Job. Ich mag das historische Ambiente und den Kontakt mit den Kunden!»

Goldrausch in Ballarat

Im August 1851 entdeckten John Dunlop und James Reagan eines der reichhaltigsten Goldvorkommen der Welt an einem Ort, den die Aborigines (Eingeborenen) «Balla Arat» (etwa: Zeltplatz) genannt hatten.

Die Nachricht davon verbreitete sich in Windeseile, und schon 1853 war das Goldlager in Ballarat von 20 000 Goldgräbern aus England, Europa, China und den Vereinigten Staaten gestürmt.

Frauen gab es in den ersten Jahren fast keine, abgesehen von ein paar Geschäftsfrauen und ganz wenigen weiblichen Goldgräbern. Das Leben war dort sehr hart und völlig ohne Luxus. Die Frauen und Kinder der Goldgräber kamen erst später nach, als sich die Lebensbedingungen verbessert hatten.

In den frühen 60er Jahren des 19. Jahrhunderts war der Ballarat-Goldrausch praktisch vorbei, und die meisten Goldgräber zogen weiter nach New South Wales, nach Queensland und in den Westen von Australien.

Die Australische Post in Zahlen

Mitarbeiter:	34 804
Postverträge:	5 421
Betriebslizenzen:	2 979
Postagenturen in Gemeinden:	632
Postfilialen:	4 474
Regionale und ländliche Postfilialen:	2 574
Postkästen:	1,3 Mio
Öffentliche Briefkästen:	15 425
Zustellpunkte:	9,87 Mio
Durchschnittliche tägliche Kundenzahl aller Postfilialen zusammengenommen:	1,1 Mio
Anzahl der bearbeiteten Poststücke (Briefsendungen, Pakete und Auslandssendungen) im Jahr 2005:	5,36 Mrd
Durchschnittsanzahl der pro Tag bearbeiteten Postsendungen:	21,5 Mio

Foto:

In der Postfiliale von Ballarat wartet Debbie Perkins auf ihren nächsten Kunden.

Neuerungen auf dem Briefmarkensektor

Jérôme Deutschmann

Die Philatelie gilt – zu Unrecht – oft nur als Zeitvertreib mit Tradition. Aber schöne Briefmarken können auch grosse Faszination ausüben. Besonders dann, wenn der ihren Bildmotiven zugrunde liegende Gedanke und dessen Ausführung die Konsumenten, Sammler und Neugierigen ansprechen und noch dazu mit der Tradition brechen.

Wie soll das funktionieren? Indem man die bisherigen Verfahren revolutioniert und miteinander in dem Bestreben wetteifert, mit jeder Briefmarke etwas Einzigartiges zu schaffen. Indem man innovative Technologie einsetzt und mit dem herkömmlichen handwerklichen Können kombiniert. Diese neuen Grundlagen sind für manche Postunternehmen die Rettung, für andere wieder bedeuten sie den Sprung in eine Marktlücke, der ihnen mehr Markenkäufer online über das Internet einbringt.

Seit einigen Jahren schon haben die Postunternehmen einzusehen gelernt, dass es die Unverwechselbarkeit ihrer Briefmarken und die Wahl von deren Sujet und Fertigung sind, die den Unterschied zwischen ihnen ausmachen und den Verkauf anregen. Neuerungen und technisches Know-how spielen dabei eine entscheidende Rolle. Der beste Beweis dafür ist der Erfolg der «personalisierten Marken», die bereits seit 2001 in einigen Ländern ausgegeben werden.

Neues aus der Schweiz

Die Schweizer Post ist in Sachen Innovation sicherlich führend, denn sie hat zunächst die erste gestickte Briefmarke der Welt herausgebracht, und danach die erste mit Schokoladenaroma.

Die industrielle Herstellung einer solchen Marke, die kaum 59 mal 48 mm gross ist, erfordert den Einsatz neuester Fertigungstechniken. Als Beispiel soll die gestickte Marke dienen, deren Markenbild zunächst auf Papier entworfen, dann gescannt, dann mittels einer EDV-unterstützten Entwurfs-Software bearbeitet und elektronisch einer Stickmaschine zugeführt wurde. Das Markenbild besteht aus einer Stickerei aus Polyesterfaden auf einer hochwertigen Unterlage, die auf der Rückseite mit selbstklebendem Material beschichtet ist. Nach dem Stickvorgang werden die einzelnen Marken mit einem Laserstrahl ausgeschnitten und voneinander getrennt.

Die Schokoladen-Marke ist mit einem Lackfilm überzogen, der Millionen kleiner Bläschen mit einer synthetisch hergestellten Aromasubstanz enthält. Diese Bläschen zerplatzen auf einen leichten Fingerdruck hin, wodurch köstlicher Schokoladenduft freigesetzt wird. Die Schweizer Post hat ausserdem auch eine

Marke aus Holz, 0,7 mm dick, ausgegeben, um der Öffentlichkeit vor Augen zu führen, wie einzigartig ein alltäglicher Gebrauchsgegenstand sein kann. Moderne Entwurfstechnik, gepaart mit der besonderen Struktur von Holz, verleiht jeder einzelnen Marke das Flair der Einmaligkeit.

Kuschelweich, duftend, kristallin und dreidimensional

Die Postunternehmen von Finnland und von Singapur setzen auf «kuschelweiche» Marken. Sie bringen dazu Stofffasern auf einem klebrigen Untergrund an, so dass sich ein samtiger Eindruck ergibt. In Französisch-Polynesien werden Marken als Botschafter der Obstkultur mit Ananas-Aroma versehen, in Belgien verströmen die Marken Rosenduft zu Ehren des Blumenfestes in Gent, und in Thailand duften die Marken nach Jasmin.

Die Briefmarkenabteilungen von Oman und Ägypten haben geprägte Marken erzeugt, deren wunderschöne, reliefartige Markenbilder mit flüssigem Echtgold von 24 Karat überzogen worden sind. Auch die Österreichische Post hat sich in die Ränge der Hersteller wertvoller Marken eingereiht, indem sie kürzlich eine der «Kristallwelt» der bekannten Glaskristall-Firma Swarovski nachempfundene Marke herausbrachte, auf der Kristalle in einer Kombination aus Kupfertiefdruck und technisch hochwertiger Einlegearbeit aufscheinen.

Die Post von Neuseeland hat für ihre Markenserie anlässlich der Olympischen Spiele den Linsendruck gewählt. Das ist ein Druck, mit dem Bilder ineinander verflochten werden, so dass der Eindruck von Bewegung oder Dreidimensionalität entsteht, und zwar durch eine ganz dünne Beschichtung der Marke mit winzigen Linsen. Je nach dem Betrachtungswinkel belebt sich sodann das Markenbild.

Alle diese Verfahren gestalten den Kosmos der Philatelisten reichhaltiger und anziehender. Derselben Meinung ist auch der neue Verwaltungsrat des Weltverbandes für Philatelie (AMDP/WADP), der sich um die Aufwertung der Briefmarke durch neue Technologien und neue Einfälle bemüht und im Jahr 2006 in Südamerika und im Südpazifik Seminare zu diesem Thema organisieren wird. Die Markenherstellung läuft derzeit zwar überall hochtechnisch und zuweilen nach denselben Methoden ab, doch die Kultur und das handwerkliche Können, die für das jeweilige Land typisch sind, finden stets ihren Ausdruck im dargestellten Bildmotiv. Sie verleihen der Marke ihren eigentlichen Wert und berühren uns nach wie vor, ob wir nun wollen oder nicht, wenn wir Briefmarken betrachten.

Fotos:

Abb. 1. – Schweiz: Holz aus der Schweiz – naturverbunden.

Abb. 2. – Österreich: Swarovskis Kristallwelt.

Abb. 3. – Neuseeland: Dreidimensionale Effekte für die 28. Olympischen Spiele, Athen 2004.

Abb. 4. – Italien: Klöppelspitzen.

Abb. 5. – Ägypten: Vergoldeter Tut-Anch-Amun.

Abb. 6. – Französisch-Polynesien: Aroma-Marke mit Ananasduft.