



Fairer Wettbewerb – Gleiche Bedingungen für alle!

1

Fairer Wettbewerb
sichert Grundversorgung

2

Privilegien für die Deutsche
Post AG sind überholt

3

Wettbewerbsverstöße
müssen untersucht werden

4

Eine moderne Postpolitik schafft
Verbraucher- und Kundennutzen



„Wettbewerb ist wichtig für Verbraucher und Kunden!“. Dieser Grundgedanke der Postreformen von 1989, 1994 und 1998 muss dringend gesichert und weiterentwickelt werden. Die Reformen gehören zu den wichtigsten wirtschaftspolitischen Neuordnungen der vergangenen Jahrzehnte. Ihre Erfolge sind greifbar und dürfen nicht verspielt werden.

1

Fairer Wettbewerb sichert Grundversorgung

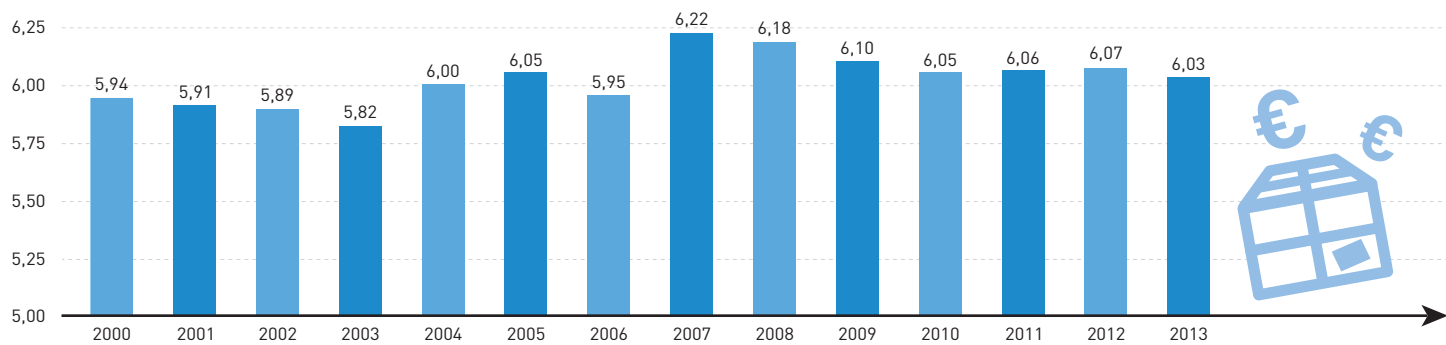
Die Verbraucher können Paketshops in ganz Deutschland nutzen. Das Porto für Pakete ist seit mehr als zehn Jahren stabil. Verbraucher und Unternehmenskunden genießen Service auf höchstem Niveau. **Diese positive Entwicklung hat die Branche vor allem einem lebendigen Wettbewerb zu verdanken.**

2

Privilegien für die Deutsche Post AG sind überholt

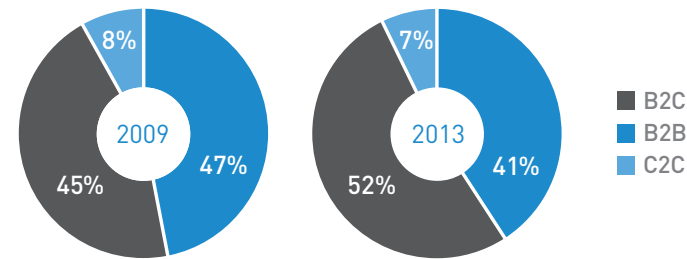
DHL ist zu einem der größten Logistikunternehmen der Welt geworden. Ursprüngliche Befürchtungen hinsichtlich der Entwicklung der Umsätze und der Fähigkeit zur Erbringung des Universaldienstes sind nicht eingetreten. **Die Rolle als Universaldienstleister stellt keine Hürde mehr dar:** Der Geschäftsbereich BRIEF der Deutschen Post AG (DP AG) leistet einen überproportionalen Gewinnbeitrag am Gesamtergebnis der DP AG. Bei Paketen werden von mehreren Wettbewerbern vergleichbare Dienstleistungen erbracht – dabei genießt jedoch nur die Deutsche Post DHL **Privilegien bei der Umsatzsteuer.**

Durchschnittserlöse je Paketsendung (in €) von 2000 bis 2013



Quelle: KEP-Studie 2013; Befragung der KEP-Unternehmen 2014, KE-CONSULT Marktanalyse

Entwicklung der einzelnen Marktsegmente im deutschen Paketmarkt (nationale Paketsendungen) zwischen 2009 und 2013



Quelle: KEP-Studie 2013; Befragung der KEP-Unternehmen 2014, KE-CONSULT Marktanalyse

Überholte Privilegien

Die Post genießt überholte Privilegien, die den Wettbewerb verzerren:

- Die Post betreibt Quersubventionierung ihres Paketgeschäfts – der Bereich „Paket“ wurde in den Bereich „Brief“ integriert.
- DHL macht zu mehr als 70 Prozent von der sogenannten „Verbundzustellung“ durch Briefzusteller Gebrauch und arbeitet dabei nicht kostendeckend.
- Im Gegensatz zu anderen Paketdiensten befördert DHL Päckchen (Pakete bis 2 kg) ohne Zustellnachweis und Versicherungsschutz.
- Großkunden von Deutsche Post DHL erhalten Sonderkonditionen, die zu Lasten des Briefbereichs gehen.

Aktuelles Papier

Im März 2014 hat die Deutsche Post DHL das Forderungspapier „Nachhaltige Sicherstellung des Postuniversaldienstes“ herausgebracht, mit dem sie sich weitere finanzielle Begünstigungen sichern will. In der Begründung behauptet sie, dass die Anzahl der Briefsendungen rückläufig sei und der Universaldienst eine betriebswirtschaftliche Benachteiligung gegenüber Wettbewerbern darstelle.

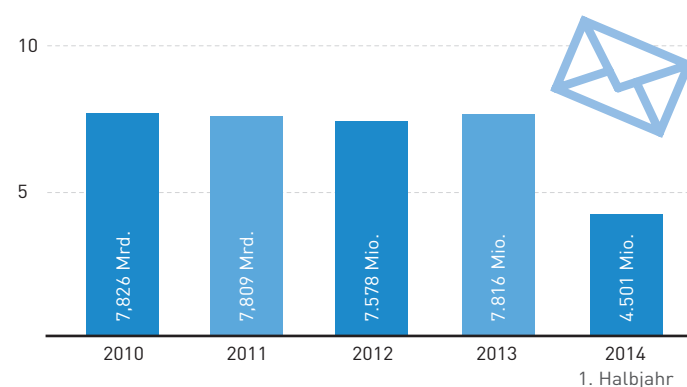
Beides trifft nicht zu. **Eine Subventionierung der DP AG hätte fatale Folgen: eine Einschränkung des Wettbewerbs und einen Schritt zurück zu überholter Monopolstellung!**

Volumen Briefe und Werbung im Jahr - dank Wettbewerb!



Quelle: Marktdaten der BundesNetzAgentur

Sendungsmenge Geschäfts- und Privatkundenbriefe ohne Infopost der DP AG



Quellen: Deutsche Post DHL Geschäftsbericht 2011, S. 64; Geschäftsbericht 2012, S. 54; Geschäftsbericht 2013, S.63; Deutsche Post DHL Zwischenbericht Januar bis Juni 2014, S. 13

3

Wettbewerbsverstöße müssen untersucht werden

Das Postgesetz sieht bisher nur eingeschränkte **Untersuchungsrechte der Bundesnetzagentur** vor. Ein eigenes Antragsrecht der Wettbewerber besteht nicht. Die Bundesnetzagentur ist daher gehindert, Untersuchungen einzuleiten, selbst wenn erhebliche Verdachtsmomente für Wettbewerbsverstöße vorliegen.

4

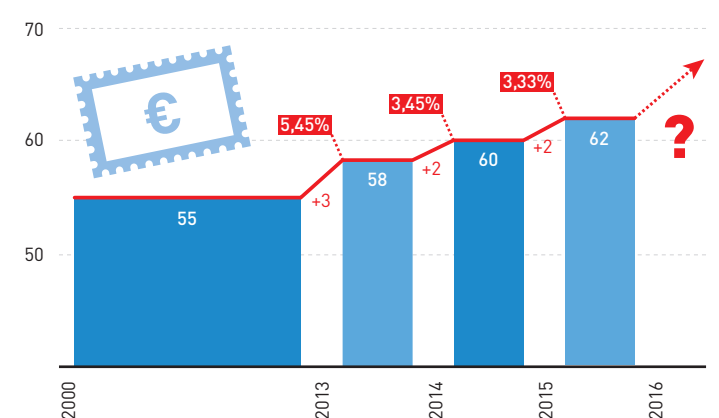
Eine moderne Postpolitik schafft Verbraucher- und Kundennutzen

Eine moderne Postpolitik muss die technologische Entwicklung, Erwartungen der Verbraucher sowie die Anforderungen der Wirtschaft und des e-Commerce berücksichtigen. Vor allem die digitale Revolution hat den Postmarkt grundlegend verändert und wird es weiter tun. Ein Wettbewerbsmarkt beschleunigt diese volkswirtschaftlich notwendige Entwicklung.

Eine moderne Postpolitik muss den Wettbewerb gestalten, nicht einengen. Dafür sind folgende Änderungen bei wichtigen Rahmenbedingungen des Wettbewerbs erforderlich:

- Verhinderung von Quersubventionierung aus dem Briefbereich bei marktbeherrschenden Unternehmen und Endbündelung der Infrastrukturdienste von den sonstigen Dienstleistungen der DP AG (Unbundling)
- Volle Mehrwertsteuer für alle postalischen Leistungen; allenfalls Privatbriefe sollten ausgenommen sein
- Veräußerung der Staatsbeteiligung an der Deutschen Post DHL und Einsatz der Erlöse für Infrastruktur
- Gleiche gesetzliche Haftungsregelungen für Päckchen bei allen Paketunternehmen
- Öffnung des Weltpostvereins auch für Wettbewerber der Deutschen Post DHL
- Ausgabe der Briefmarken nicht durch das BMF, sondern ausschließlich durch die Deutsche Post DHL und andere Briefdienstleister

Porto für einen Standardbrief (in Eurocent) von 2000 bis 2015



Präsident Gunnar Uldall, Senator a.D.

Vorsitzender des Vorstandes Dr. Ralf Wojtek

Finanzvorstand Thomas Loock

Vorstand Public Affairs Uwe Detering

Geschäftsführer Marten Bosselmann

Mitglieder des Bundesverbandes Paket und Expresslogistik



DPD Dynamic Parcel Distribution GmbH & Co. KG
www.dpd.com



FedEx Express Europe, Inc.
www.fedex.com/de



United Parcel Service Deutschland Inc. & Co. OHG
www.ups.com



GO! General Overnight Service (Deutschland) GmbH
www.general-overnight.com



trans-o-flex Schnell-Lieferdienst GmbH
www.trans-o-flex.com



TNT Express GmbH
www.tnt.de



Hermes Logistik Gruppe Deutschland GmbH
www.hermes-europe.de



Sovereign Speed GmbH*
www.sovereignspeed.com

* Fördermitglied

Impressum

Bundesverband Paket & Expresslogistik e.V. • Dorotheenstr. 33 • 10117 Berlin
T +49 30 206 178 6 • F +49 30 206 178 88 • info@biek.de • www.biek.de